Verbraucherforschung 6

Hohnsträter | Krankenhagen | Lamla [Hrsg.]

Verbrauchermacht in Bewegung

Protest, Politik und sozio-technische Infrastrukturen

Nomos

edition sigma

Verbraucherforschung

herausgegeben vom

Koordinierungsgremium des Bundesnetzwerks Verbraucherforschung, gefördert vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz

Band 6

Dirk Hohnsträter | Stefan Krankenhagen
Jörn Lamla [Hrsg.]

Verbrauchermacht in Bewegung

Protest, Politik und sozio-technische Infrastrukturen

Nomos

edition sigma

© Titelbild: Luecken-Design.de

Die Veröffentlichung der Druckausgabe sowie die Open Access-Veröffentlichung der elektronischen Fassung wurde ermöglicht mit Unterstützung durch das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz.

Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit
und Verbraucherschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de abrufbar.

edition sigma in der Nomos Verlagsgesellschaft

1. Auflage 2022

© Die Autor:innen

Publiziert von
Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Waldseestraße 3–5 | 76530 Baden-Baden
www.nomos.de

Gesamtherstellung:
Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Waldseestraße 3–5 | 76530 Baden-Baden

ISBN (Print): 978-3-8487-8787-6
ISBN (ePDF): 978-3-7489-3429-5

DOI: https://doi.org/10.5771/9783748934295

Onlineversion
Nomos eLibrary

Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung – Nicht kommerziell – Keine Bearbeitungen 4.0 International Lizenz.

Vorwort

Wie ist es um die Macht der Verbraucherinnen und Verbraucher bestellt? Wie gut lassen sich Verbraucherinteressen organisieren? Welche neuen Möglichkeiten entstehen im Zuge des digitalen Wandels? Fragen wie diesen widmete sich die fünfte Jahrestagung des Bundesnetzwerks Verbraucherforschung, deren Ergebnisse der vorliegende Band dokumentiert.

Verbraucherinnen und Verbraucher können durch ihr Konsumverhalten auf die Märkte Einfluss nehmen – sei es durch die bewusste Wahl oder Ablehnung bestimmter Produkte und Konsummuster, sei es durch lautstarken Protest, zum Beispiel in Demonstrationen gegen den Klimawandel. Doch wie weit reicht die Macht der Verbraucherinnen und Verbraucher? Wie konfliktfähig sind sie angesichts oftmals heterogener Interessenlagen, unterschiedlicher Zielvorstellungen und allenfalls schwach ausgeprägter Gruppenidentität? Welche Formen der Interessenartikulation stehen zur Verfügung und wie werden diese genutzt? Welche Rolle spielen Verbraucherpolitik, Unternehmen und der digitale Wandel?

Zu einem tiefgreifenden Verständnis von Verbrauchermacht bedarf es disziplinübergreifender Forschungsanstrengungen. Deshalb versammelt dieser Band Beiträge aus historiografischer und kulturwissenschaftlicher Sicht ebenso wie sozial- und politikwissenschaftliche Perspektiven. Das Bundesnetzwerk Verbraucherforschung unterstreicht damit seine interdisziplinäre Ausrichtung. Ziel dieses Bandes ist es, den Austausch aktueller Ergebnisse der verbraucherbezogenen Forschung in Wissenschaft und Politik zu fördern und den Wissenstransfer zu stärken.

Ohne das Zutun zahlreicher Akteurinnen und Akteure wäre diese Tagungsdokumentation nicht möglich gewesen. Zuallererst danken die Herausgeber den Autorinnen und Autoren für ihre engagierte Mitwirkung.

Enes Dogru danken wir für tatkräftige Unterstützung bei der Manuskriptaufarbeitung. Für die reibungslose Zusammenarbeit mit der NOMOS Verlagsgesellschaft gilt Dr. Sandra Frey unser Dank. Schließlich wäre die Ent-

stehung dieses Buches ohne die Unterstützung der Geschäftsstelle des Bundesnetzwerks Verbraucherforschung im Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz nicht möglich gewesen. Für ihren unermüdlichen Einsatz, aber auch stellvertretend für viele weitere Personen aus dem zum Zeitpunkt der Tagung noch zuständigen BMJV, möchten wir Hilâl Berk und Dr. Armita Atabaki unseren herzlichen Dank aussprechen.

Hildesheim und Kassel im Juli 2022

Dirk Hohnsträter, Stefan Krankenhagen und Jörn Lamla

Inhalt

Vorwort 5

Jörn Lamla
Begrüßung 9

Christian Kastrop
Grußwort 15

Alexander Sedlmaier
Umstrittene Versorgungsregime: Konsum – Protest – Gewalt 23

Holger Backhaus-Maul
Politischer Protest als wirtschaftliche Produktivkraft. Zum Legitimationsbedarf unternehmerischen Handelns 51

Kai-Uwe Hellmann
Konsum > Protest > Mobilisierung. Politischer Konsum und konsumistische Bewegungen 65

Christoph Strünck
Stärkung schwacher Interessen? Gestaltungsoptionen und Organisationsdefizite des verbraucherpolitischen Lobbyismus 103

Holger Straßheim
Aus der Unmündigkeit stupsen? Verbraucherdemokratie aus Sicht der Verhaltenspolitik 117

Katharina Witterhold und Maria Ullrich
Verbraucherakkulturation von Geflüchteten am Beispiel digitaler Konsuminfrastrukturen 129

Annekathrin Kohout
Konsum als Empowerment. Verbraucher:innen in den Sozialen Medien 149

Jörn Lamla
Zusammenfassung und Ausblick 161

Herausgeber, Autorinnen und Autoren 169

Jörn Lamla

Begrüßung

Sehr geehrter Herr Staatssekretär Prof. Kastrop,
sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Kolleginnen und Kollegen,

und ich füge gleich noch an: liebe Nachwuchswissenschaftlerinnen und Nachwuchswissenschaftler, denn im Vorfeld der Jahrestagung hat gestern hier in Berlin ein von den Kollegen Mau und Schuhen geleiteter Nachwuchsworkshop mit Unterstützung des BMJV stattgefunden, bei dem Forschungsarbeiten aus den Bereichen Verbraucherpolitik, Verbraucherbildung und Verbraucherschutz vorgestellt und diskutiert wurden. Dem Bundesnetzwerk Verbraucherforschung ist die Förderung von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern in der Qualifikationsphase ein großes Anliegen.

Ich begrüße Sie alle herzlich zur Jahrestagung „Verbrauchermacht in Bewegung". Geplant war diese Tagung eigentlich schon für den Herbst 2020. Aber in der Hoffnung, 2021 dann unter „normalen" Bedingungen zusammenkommen zu können, hatten wir uns für eine Verschiebung um ein Jahr entschieden. Nun ja, „normal" ist es immer noch nicht. Aber so langsam nimmt körperliche Anwesenheit wieder zu und man gewöhnt sich wieder daran, dass Züge nicht warten und Menschen doch nicht in Kacheln leben. Ich möchte mich schon jetzt herzlich beim Veranstaltungs-Team des BMJV und insbesondere beim Referat Verbraucherforschung/Verbraucherbildung, also bei Frau Berk und ihrem Team, herzlich dafür bedanken, dass mit langem Atem am Ziel einer Veranstaltung in diesem schönen Gebäude festgehalten und nun zumindest ein hybrides Format realisiert wurde. All jenen, die die Veranstaltung per Video verfolgen, wünsche ich einen guten Empfang, stabiles WLAN und lokale Gegebenheiten, unter denen sich der Konferenz ebenfalls in schöner Atmosphäre folgen lässt. Es ist vorgesehen und wichtig, dass Sie sich aktiv an der Diskussion beteiligen, ganz so als wären Sie hier in Berlin dabei. Ich würde mich daher freuen, wenn Sie

von den Möglichkeiten, Fragen etwa per Chat zu stellen, regen Gebrauch machten.

Bedanken möchte ich mich auch bei den Mitgliedern des Koordinierungsgremiums, vor allem bei Stefan Krankenhagen und Dirk Hohnsträter, die gemeinsam mit mir für die inhaltliche Konzeption und Durchführung der heutigen Tagung verantwortlich zeichnen, aber natürlich ganz besonders auch bei den Referentinnen und Referenten, die mehrheitlich nach Berlin gekommen sind, von denen einige – genau genommen drei von sieben – aber ebenfalls digital zugeschaltet werden. Beim BMJV gibt es ja im Umfeld des Bundesnetzwerks Verbraucherforschung viel Erfahrung mit digitalen Veranstaltungs- und Diskussionsformaten. Ich denke da etwa an die von Herrn Staatssekretär Kastrop erfolgreich aufgelegte und mit Freude moderierte Reihe der Lunch Talks. Ich hoffe, dass wir das heute auch so gut hinbekommen. Nicht nur aus dem aktuellen, sondern auch aus dem ehemaligen Koordinierungsgremium steht viel Unterstützung bereit, um die Herausforderungen zu meistern, eine solche hybride Konferenz zu moderieren. Die Referentinnen und Referenten werden von diesen Moderatorinnen und Moderatoren später genauer vorgestellt.

Meine Damen und Herren, politisch leben wir gerade in bewegten Zeiten: Ministerien werden nach der gerade erfolgten Bundestagswahl seit zwei Tagen geschäftsführend geleitet. Gegenüber den Veränderungen, die es in den vergangenen 16 Jahren sicherlich auch hier und da gegeben hat, sehen wir vermutlich einer größeren politischen Zäsur entgegen. Wir alle sind gespannt, was das für die Verbraucherpolitik und die „Verbrauchermacht" bedeutet. Wieviel Kontinuität es für unsere Arbeit im Bundesnetzwerk Verbraucherforschung zulässt und ob sich gar Chancen ergeben, die in den vergangenen sechs Jahren hier im Haus entwickelten und gut konsolidierten Forschungs- und Vernetzungsaktivitäten auf einer neuen Stufe zu verstetigen und auszubauen, sind Fragen, die uns zurzeit bewegen.

Das Bundesnetzwerk Verbraucherforschung jedenfalls steht bereit. Erst kürzlich hat sich hier im Saal ein neues Koordinierungsgremium für die nächsten drei Jahre konstituiert. Ich möchte die Gelegenheit nutzen, vor

allem die beiden neuen Mitglieder, Frau Janal und Frau Loer, die beide heute anwesend sind, herzlich zu begrüßen. Frau Loer hat sich gleich bereit erklärt, als stellvertretende Sprecherin zu fungieren, und wird auch bei der Abschlussmoderation für Herrn Krankenhagen einspringen, der – nomen est omen – leider kurzfristig erkrankt ist.

Welche Machtverschiebungen sich für die Verbraucherinnen und Verbraucher in der kommenden Legislaturperiode ergeben, wird beizeiten zu analysieren sein. Der Ansatz, den wir im heutigen Tagungsprogramm verfolgen, schlägt hierfür vor, die Vielschichtigkeit dieser Macht bzw. Ohnmacht in den Blick zu nehmen. Nicht nur kann man auf die Konsumentinnen und Konsumenten in ihrer individuellen Rolle als Marktteilnehmende gegenüber den Anbieterinnen und Anbietern schauen oder auf ihre kollektive Mobilisierungskraft durch spontane oder aber organisierte Bewegungen. Vielmehr ist auch zu fragen, ob und wie Verbraucherinnen und Verbraucher im politischen System wahrgenommen, d.h. symbolisch und politisch repräsentiert werden. Verbrauchermacht ist nicht nur bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern selbst zu suchen, sondern ebenso in Institutionen und Relationen der Macht, in Wahlprogrammen und Koalitionspapieren etwa, aber auch in Verbandsstrukturen und Ministeriumszuschnitten. Kann man hier schwache Interessen in starke verwandeln? Und was hieße das für den Umgang der Politik mit den Verbraucherinnen und Verbrauchern, etwa für die Art und Weise ihrer Ansprache, ihrer Einbeziehung und Aktivierung, ihres Empowerments? Zeichnen sich hier Veränderungen ab, und in welche Richtung gehen diese? Das sind Fragen, mit denen wir uns auseinandersetzen wollen.

Nicht zuletzt die Digitalisierung hat deutlich gemacht, welche Bedeutung medialen und sozio-technischen Infrastrukturen für die Konstitution von Verbrauchermacht zukommt. War hier zunächst euphorisch vom Internetzeitalter als Zeitalter des Citizen Consumers und der Vergrößerung des Aktionsradius der Verbraucherinnen und Verbraucher durch neue Marktformen wie eBay, den „long tail“ oder die soziale Produktion unter Peers die Rede, so überwiegen heute deutlich skeptischere Töne. Hier lässt sich eine Brücke schlagen von den Konsumprotesten der Mitte des 20. Jahrhunderts,

die uns Herr Sedlmaier in Erinnerung rufen wird, bis zu den Gefährdungen der Selbstbestimmung, die mit der heutigen Datenökonomie und den Geschäftsmodellen der großen Digitalkonzerne verbunden sind. Die Diagnosen einer totalen Integration, wie sie Adorno und andere schon vor 70, 80 Jahren an der Kulturindustrie festgemacht haben und die von der Jugend aufgegriffen und gegen das Establishment geschleudert wurden, gewinnen heute neue Aktualität: In digitalen Konsumwelten wächst ein neues Potenzial zur Überwachung und Manipulation von Verhalten heran, und manche Entwicklung deutet auf eine Transformation zur kybernetischen Kontrollgesellschaft hin.

Welche Sorgen hiervon wie begründet sind und inwiefern sich sozio-technische Infrastrukturen im digitalen Zeitalter auch so gestalten lassen, dass die Verbraucherinnen und Verbraucher neue kritische Kompetenzen entwickeln können, wollen wir diskutieren und gilt es zukünftig weiter zu erforschen. Dass das BMJV jetzt in Berlin ein neues Zentrum für vertrauenswürdige künstliche Intelligenz fördert und aufzubauen hilft, kann als ein erstes Signal verstanden werden, dass hier eine Stärkung und zunehmende Institutionalisierung interdisziplinärer Verbraucherforschung als dringend erforderlich angesehen wird. Auf dieser Linie dürfen aus unserer Sicht sehr gern weitere Ausbauschritte folgen.

Es bleibt mir abschließend noch einmal auf das Programm und den Ablauf des heutigen Tages hinzuweisen. Wir starten nach dem Grußwort des Staatssekretärs mit der Keynote von Herrn Dr. Alexander Sedlmaier und haben dann drei Panel bis zur Abschlussdiskussion und einigen Schlussbemerkungen am späten Nachmittag. Die drei Panel befassen sich 1. mit Protest, 2. mit Politik und 3. mit den sozio-technischen Infrastrukturen. In den Blöcken ist immer auch Zeit für Diskussion vorgesehen. Das erste Panel wird von Ludger Heidbrink moderiert, das zweite von Peter Kenning und das dritte von Birgit Blättel-Mink. Anschließend moderiert Frau Loer die Abschlussdiskussion und am Ende darf ich die Tagung mit einer Zusammenfassung beschließen.

Jetzt möchte ich mich herzlich bei Herrn Staatssekretär Kastrop bedanken, dass er uns heute die Ehre erweist, ein Grußwort zu sprechen, und darf Ihnen, Herr Kastrop, hiermit das Wort übergeben.

Christian Kastrop

Grußwort

Lieber Herr Lamla,
liebe Mitglieder des Bundesnetzwerks Verbraucherforschung und ihres Koordinierungsgremiums,
liebe Referentinnen und Referenten hier im Saal und „virtuell",
liebe Gäste aus Wissenschaft, Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Politik,
liebe Kolleginnen und Kollegen,

auch von mir ein herzliches Willkommen zur Jahreskonferenz des Bundesnetzwerks Verbraucherforschung. Es freut mich sehr, dass wir Sie sowohl virtuell begrüßen können als auch in Präsenz hier im Saal. Jedenfalls war das Interesse größer als es Corona-gerechte Plätze gibt. Ich hoffe, dass wir das das nächste Mal wieder in größerem Rahmen „präsent" sein werden.

Ich möchte auch nochmal ganz besonders die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Nachwuchsworkshops sehr herzlich begrüßen. Ich freue mich sehr, weil ich glaube, dass Verbraucherforschung – auch mit Blick ihre auf verschiedenen Dimensionen – etwas ganz Wichtiges ist und dass wir diese noch deutlich stärken müssen. Denn es ist ein ganz großartiges Querschnittsthema, das in viele andere Bereiche hineinragt. An dieser Stelle möchte ich gern noch Herrn Professor Kenning begrüßen, der sich sicher auch schon auf die potenziellen zukünftigen Mitglieder des Sachverständigenrats für Verbraucherfragen freut.

Herr Lamla, Sie haben die Koalitionsberatungen, die seit gestern laufen, schon angesprochen. Die Themen dieses Workshops heute hier sind Konsum, Protest, Politik, Gewalt. Ohne den Zusammenhang überzustrapazieren, habe ich doch wie viele andere bemerkt, dass im Sondierungspapier der Koalitionäre wenig bis gar nichts von Verbraucherpolitik steht.

Insofern war ich nach der Lektüre des Sondierungspapiers ein wenig im Protestmodus. Ich will nicht gerade sagen, ich habe Gewalt ausgeübt, aber

immerhin ist es uns – es ist ja nicht nur mir, sondern auch anderen aufgefallen – mit vereinten Kräften gelungen, dass jetzt in der Arbeitsgruppe 16 auch die Verbraucherpolitik ihren Platz gefunden hat, neben Bürgerrechten, Sport, Inneres und Sicherheit. Das ist zunächst einmal ganz erfreulich, aber wir werden sehen, was am Ende dabei herauskommt.

Jetzt hoffe ich natürlich auf das Koalitionspapier, das in der allerersten Fassung bis zum 10. November vorliegen soll. Nach dem doch flauen Auftakt wird wahrscheinlich weniger Verbraucherpolitik drinstehen als wir hoffen und wir werden nicht alles wiederfinden, was ich und andere sich gewünscht hätten, aber ich hoffe, wir werden zumindest die Kernaspekte der zukünftigen Verbraucherpolitik der nächsten Legislaturperiode reinbekommen. In ein paar Tagen werden wir es wissen. Diesen kleinen Schlenker in die aktuelle Politik wollte ich auf jeden Fall machen, bevor ich jetzt wieder zum Hauptthema zurückkomme, der Förderung von Verbraucherforschung.

Die Vernetzung von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern ist dem Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz ein wichtiges Anliegen. Es geht selbstverständlich auch um evidenzbasierte Forschung, aber ich weiß ja auch, dass die Verbraucherforschung über rein evidenzbasierte Forschung noch weit hinausgeht und ich finde auch gerade diese Verbindung besonders spannend. So geht es auf der heutigen Konferenz um Fragen der Macht und Möglichkeiten der Einflussnahme von Verbraucherinnen und Verbrauchern, um ihren Interessen noch besser Gehör zu verschaffen und diesen Interessen dann auch zur Umsetzung zu verhelfen.

Die entscheidende Frage zu Anfang: Was sind denn die Interessen und Veränderungswünsche der Verbraucherinnen und Verbraucher? Es gibt nun auch nicht *die/ den* durchschnittliche/n Verbraucher/in. Wir beraten zurzeit über wichtige verbraucherpolitische Dossiers in der europäischen Union und EU-Wettbewerbskommissarin Vestager hat neulich auf einer Konferenz gesagt: „Das, was wir hier vorschlagen, ist ja für die durchschnittlichen Verbraucher ein echtes Plus." Das reicht uns aber in keinem Fall aus!

Leider muss man immer wieder darauf hinweisen, und das habe ich auch in meinen Gesprächen in Brüssel vor vier Wochen gesagt, dass es keine

durchschnittliche Verbraucherin und auch keinen durchschnittlichen Verbraucher gibt. Dazu gibt es viele Studien, die zeigen, wie sehr sich manche Verbraucherinnen und Verbraucher engagieren, aber es gibt auch sehr viele verletzliche Verbrauchergruppen, die gerade das eben nicht tun oder nicht tun können und erst einmal geschützt und dann ertüchtigt werden müssen.

Deshalb ist das ein schwieriges Feld und insofern brauchen wir wirklich verschiedene Formen wirksamer Selbstorganisation oder wirksamer Interessenvertretung auch für verschiedene Verbrauchergruppen. Welche neue(n) Form(en) brauchen wir? Welche gibt es schon und wie können wir sie stärken? Wie sehen Partizipation und Mitgestaltung aus? Das sind ein paar Fragen, die wir uns auch entlang dieser Dimensionen Frust, Protest, Politik in Bezug auf soziotechnische Infrastrukturen anschauen wollen. Es gab in der Vergangenheit und es gibt natürlich in der Gegenwart Verbraucherbewegungen, die sehr deutlich auf verbraucherpolitische Schieflagen und Missstände hingewiesen haben. Gruppen und Organisationen – wie den vzbv –, die die Angebotsbedingungen auf dem Markt beeinflussen oder politische Diskurse anstoßen.

Nur einige Beispiele: Facebook hat Anfang dieses Jahres mal verkündet, die Nutzungsbedingungen seines Messenger-Dienstes WhatsApp zum Februar zu ändern, und das hat eine sehr heftige Kritik auch im Verbraucherbereich gegeben und nicht nur in der Fachöffentlichkeit. Immerhin fand schon mal eine mehrmonatige Verschiebung statt, und es ist sogar bis heute möglich, WhatsApp weiter zu benutzen, ohne dass man diesen merkwürdigen Nutzungsbedingungen zugestimmt hat. Ich will mich gar nicht in den Hintergrund vertiefen, da geht es auch um wettbewerbliche Auflagen und es ist natürlich aus heutiger Sicht ein Witz, dass die USA Wettbewerbsbehörde damals Facebook erlaubt hat, Instagram und WhatsApp zu kaufen. Das würde man unter der heutigen Betrachtung dieses Marktes nie mehr machen und es wäre unter der Administration Biden wohl auch nicht passiert, obwohl natürlich der Einfluss der Industrie in jedem Regierungsapparat immer noch eine große Rolle spielt, unabhängig von dem, der gerade regiert oder die Mehrheit hat – das sollte man auch ehrlich sagen.

Es ist jedenfalls sehr gut, dass hier international Verbraucherinnen und Verbraucher und fast alle Expertinnen und Experten deutlich gesagt haben: „Das könnt ihr so nicht machen." Insofern kann die Zivilgesellschaft den Markt durchaus beeinflussen. Wenn diese Tagung der Verbraucherforschung dazu beiträgt, auch diese Machtprobleme ein Stück weit anzugehen, dann finde ich das politisch sehr, sehr wichtig – auch im Rahmen der Ertüchtigung der Zivilgesellschaft.

Wir haben solche Protestaktionen auch im Bereich Nachhaltigkeit gesehen, ökologische Landwirtschaft, Fair Fashion statt Fast Fashion und vor allem – vielleicht das, was in der Öffentlichkeit am meisten beleuchtet worden ist – Fridays for Future, wo es um klimapolitische Nachhaltigkeit geht und darum, unser lebenserhaltendes Ökosystem zu schützen. Aber das ist natürlich auch eine sehr wichtige verbraucherpolitische Diskussion, wo es um nachhaltigen Konsum geht. Und dass so etwas auch einen Impact hat in der Welt der Juristen, zeigt sehr schön das Urteil des Bundesverfassungsgerichts zum Klimaschutzgesetz in diesem Jahr. Ich muss das hier nicht wiederholen, aber Sie wissen alle, dass man nachbessern musste, um gerade bei Klimafragen dafür Sorge zu tragen, dass die Generationengerechtigkeit hergestellt wird. Man kann Probleme dieser Dimension eben nicht einfach in die Zukunft verschieben, und das wird auch für die neue Koalition eine Rolle spielen. Auch da sind viele Lasten sozial verträglich zu schultern und es wird eben nicht nur die Frage sein, wie groß der Finanzbedarf ist.

Je nachdem wie diese Frage beantwortet wird, wird sich zeigen, wie dies auf das wirtschaftliche und politische Geschehen wirkt, direkt und indirekt. Denn das geschieht natürlich nicht nur durch die Verbraucherinnen und Verbraucher, sondern auch mittelbar im Rahmen der organisierten Verbraucherinteressenvertretung – vzbv, Verbraucherzentralen, Verbraucherverbände. Auch hier haben wir einen positiven Impact für die weitere Entwicklung, und das ist selbstverständlich etwas, was wir in Zukunft noch mehr und entschlossen stärken, schützen und vorantreiben müssen. Zum Beispiel hat es bei Corona-bedingten Flugstornierungen durch viele Musterverfahren auch einen deutlichen Push gegeben, Verbraucherinnen und Verbraucher zur Durchsetzung ihrer Rechte zu verhelfen. Insofern finde ich