

FÜR WETTBEWERB UND VERBRAUCHERSCHUTZ - GEGEN WERBEVERBOTE

ANTRAG DES MIT-BUNDESVERBANDES AN DEN 38. CDU-BUNDESPARTEITAG

Der Parteitag möge beschließen:

Die CDU Deutschlands lehnt Werbeverbote für legal hergestellte und vertriebene Produkte ab – sowohl auf nationaler als auch auf europäischer Ebene. Ein bevormundend lenkender Staat ist mit dem Wirtschafts- und Gesellschaftsmodell der Sozialen Marktwirtschaft nicht vereinbar. Freiheit ist Innovationstreiber, Verbote sind es nicht.

Begründung:

Eine zentrale Aussage des Grundsatzprogramms der CDU lautet:

„Wir müssen Schluss machen mit der Idee, dass der Staat besser weiß, wie sich Menschen und Unternehmen für die Zukunft aufstellen. Freiheit ist Innovationstreiber, Verbote sind es nicht.“

Diese ordnungspolitische Leitlinie gilt es gegen aktuelle Verwässerungsversuche entschieden zu verteidigen. Die deutsche Wirtschaft braucht eine Wachstumsoffensive, keine weitere staatliche Regulierung. In der Sozialen Marktwirtschaft entsteht Wohlstand durch unternehmerische Leistung und Wettbewerb – nicht durch staatliche Lenkung. Entsprechend müssen die Instrumente der Wirtschaftspolitik konsequent marktwirtschaftlich ausgestaltet sein.

Aktuelle Vorschläge für Werbeverbote reichen von Preiswerbeverboten für Fleisch bis hin zu Werbebeschränkungen für zuckerhaltige Lebensmittel. Dabei ist Werbung in der Sozialen Marktwirtschaft nicht nur legitim, sondern funktional notwendig. Eine wettbewerbliche Marktwirtschaft kann ihre wohlstandsstiftende Wirkung ohne Werbung nicht entfalten. Wo Werbung untersagt wird, wird Wettbewerb eingeschränkt: Marktstellungen etablierter Anbieter werden verfestigt, Innovationen erschwert und Markteintritte behindert. Gerade kleine und mittlere Unternehmen geraten dadurch ins Hintertreffen.

Die Soziale Marktwirtschaft setzt auf mündige Verbraucher statt auf staatliche Bevormundung. Produkte, die legal hergestellt und vertrieben werden, müssen in diesem Rahmen auch beworben werden dürfen. Werbeverbote stellen daher einen ordnungspolitischen Systembruch dar.

Darüber hinaus gefährden Werbeverbote die wirtschaftliche Grundlage freier Medien, die in hohem Maße auf Werbeeinnahmen angewiesen sind. Gleiches gilt für den Breiten- und Spitzensport sowie für kulturelle Initiativen, die ohne Sponsoringpartnerschaften mit der Wirtschaft vielfach nicht existieren könnten. Gerade in Zeiten von Fake News, wachsender Demokratieskepsis und Polarisierung ist ein vielfältiges, unabhängiges Mediensystem von zentraler Bedeutung.

Nachhaltiger Verbraucherschutz beruht nicht auf pauschalen Verboten, sondern auf Transparenz, Information und der systematischen Auswertung empirischer Befunde sowie hochwertiger wissenschaftlicher Forschung. Werbeverbote erweisen sich demgegenüber als unterkomplexe Scheinlösungen, die keinen nachhaltigen Beitrag zur Bewältigung komplexer gesellschaftlicher Herausforderungen leisten.