




EUR★PA
KANN MEHR!

Verbraucherschutz.
Nachhaltig und fair.

verbraucherzentrale

VERBRAUCHERPOLITISCHE FORDERUNGEN

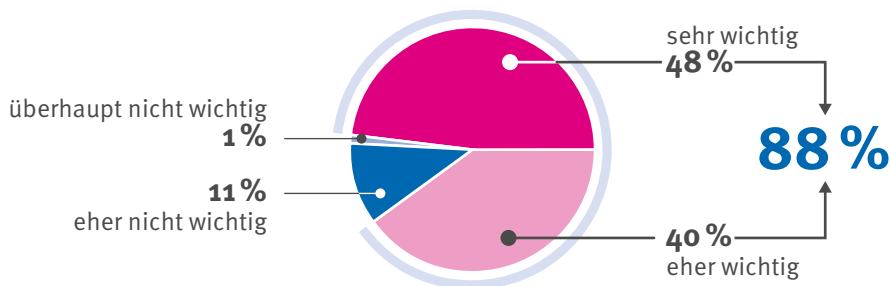
an den europäischen Gesetzgeber 2024 bis 2029

ÜBER DEN VZBV

Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) ist die starke Stimme aller Verbraucher:innen in Deutschland – unabhängig von ihrer Herkunft oder ihren Lebensumständen. Der Verband setzt sich für eine gerechte und nachhaltige Gesellschaft und Wirtschaft ein, in der die Bedürfnisse der Verbraucher:innen im Mittelpunkt stehen. Der vzbv vertritt die Interessen der Verbraucher:innen gegenüber Politik, Wirtschaft und Verwaltung und klagt Verbraucherrechte vor Gericht ein. Mit der Marktbeobachtung macht der Verband Fehlentwicklungen auf Märkten sichtbar und bindet Verbraucher:innen direkt ein. Der vzbv wurde im Jahr 2000 gegründet und bündelt als Dachverband der 16 Verbraucherzentralen der Länder und 29 weiterer verbraucherpolitischer Verbände die Kräfte für einen starken Verbraucherschutz.

VERBRAUCHERSCHUTZ IST WICHTIG FÜR DIE PERSÖNLICHE SICHERHEIT

Wie wichtig ist der Verbraucherschutz hier in Deutschland für Ihre persönliche Sicherheit als Verbraucher:in?



Quelle: repräsentative Telefonumfrage von forsa im Auftrag des vzbv, Basis: bundesweit 1.500 befragte Personen ab 14 Jahren, Erhebungszeitraum: April 2023

WAS SIND DIE ZIELE DES VZBV?

- Die Stellung der Verbraucher:innen in der sozialen Marktwirtschaft verbessern
- Klare und einheitliche Regeln für alle Marktakteure
- Ein produktiver Qualitäts- und Preiswettbewerb für echte Wahlfreiheit und transparente Märkte
- Sichere und gesundheitlich unbedenkliche Produkte und Dienstleistungen
- Klare Verbraucherinformationen
- Verlässliche, praktisch durchsetzbare Rechte
- Einen nachhaltigen Konsum fördern
- Das Vorsorgeprinzip erhalten, auch in internationalen Freihandelsabkommen

WIE ARBEITET DER VZBV?

- Der vzbv arbeitet gemeinnützig, ist parteipolitisch neutral und allein den Interessen der Verbraucher:innen verpflichtet.
- Die Arbeit des Verbands wird aus Mitteln des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV), aus Projektmitteln und durch Mitgliedsbeiträge finanziert.
- Der vzbv ist auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene aktiv und hat Büros in Berlin und Brüssel. Der Verband ist Mitglied des Dachverbands der europäischen Verbraucherorganisationen BEUC und von Consumers International (CI), dem internationalen Zusammenschluss von Verbraucherorganisationen.

KERNFORDERUNGEN DES VZBV ZUR EUROPAWAHL 2024

PROFILBILDUNG ZU WERBEZWECKEN VERBIETEN

Personalisierte Werbung gefährdet den Schutz personenbezogener Daten, ermöglicht Manipulation, begünstigt Diskriminierung und sollte daher strenger reguliert werden.

BANKKONTEN VOR CYBERKRIMINALITÄT SCHÜTZEN

Finanzielle Schäden durch Cyberangriffe auf Zahlungskonten dürfen nicht auf Verbraucher:innen abgewälzt werden.

STROMMARKT VERBRAUCHERFREUNDLICH GESTALTEN

Das Strommarktdesign muss auch die Teilhabe von Verbraucher:innen fördern und die günstigeren Erzeugungspreise von erneuerbaren Energien müssen bei Verbraucher:innen ankommen.

EFFIZIENZVORGABEN FÜR E-AUTOS EINFÜHREN

Damit der Verkehrssektor durch den Umstieg auf E-Autos nicht zum Stromfresser wird und um Kosten für Verbraucher:innen zu senken, müssen E-Autos effizient sein.

NUTRI-SCORE EU-WEIT VERPFLICHTEND AUF LEBENSMITTELN EINFÜHREN

Damit im Supermarkt die gesunde Option zur einfachen Option wird, müssen Verbraucher:innen gesündere Lebensmittel auf einen Blick erkennen können.

WERBUNG MIT SOZIALEN AUSSAGEN REGULIEREN

Social Claims wie „frei von Kinderarbeit“, „existenzsichernde Löhne“ oder „fair gehandelt“ müssen verbindlich reguliert werden.



LIEBE LESER:INNEN,

wer online einkauft, bekommt Preise ohne versteckte Kosten angezeigt. Wer im Ausland im Internet surft, zahlt dafür keine Roaming-Gebühren mehr. Und beim Kauf von Lebensmitteln kann man sich darauf verlassen, dass drinsteckt, was draufsteht. All das verdanken Verbraucher:innen der Europäischen Union. Vielen ist gar nicht bewusst, wie sehr die EU-Politik den Verbraucheralltag beeinflusst. Dabei sind es auch EU-Regeln, die Verbraucher:innen vor unlauteren Geschäftspraktiken bewahren oder für starke Passagierrechte sorgen.

Es sind europäische Gesetze, die die Big-Tech-Unternehmen einhegen und so die Rechte von Verbraucher:innen gegenüber den Anbietern stärken. Dem europäischen Gesetzgeber ist es zu verdanken, dass der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) als Stimme der Verbraucher:innen künftig mit der Sammelklage direkt Entschädigungen bei Unternehmen einklagen kann und nicht mehr Einzelne mit der Übermacht von Unternehmen konfrontiert sind. Und dank des europäischen Binnenmarktes können Verbraucher:innen aus deutlich mehr Produkten und Dienstleistungen auswählen.

EUROPA KANN MEHR!

Aus Verbrauchersicht ist die EU-Politik in großen Teilen eine Erfolgsgeschichte – aber eine, die noch lange nicht zu Ende geschrieben ist. Europa kann mehr! Davon sind wir Verbraucherschützer:innen überzeugt. In Zeiten sich überlagernder Krisen braucht es kluge und vorausschauende Regulierung auf EU-Ebene mehr denn je.

KRISEN GEMEINSAM BEKÄMPFEN

Die anstehenden Herausforderungen anzugehen, kann nicht allein Aufgabe der Nationalstaaten sein. Fragen, die alle betreffen, brauchen europäische Antworten. Und sie brauchen Antworten, die das Morgen mitdenken. Es geht nicht (nur) um die Verbraucher:innen von heute, sondern darum, die Weichen so zu stellen, dass auch kommende Generationen am Konsum teilhaben können. Eine vorausschauende europäische Verbraucherpolitik setzt darum konsequent auf Nachhaltigkeit: ökonomisch, ökologisch und sozial.

ÖKONOMISCH NACHHALTIG



Die vergangenen Jahre haben gezeigt: Wirtschaftsstrukturen müssen krisenfest sein und Verbraucher:innen nützen, statt zu ermöglichen, dass sie ausgebeutet werden. Ein besserer Schutz von Bankkonten vor Cyberangriffen oder mehr Transparenz beim Abschluss von Handelsabkommen würden darauf einzahlen.

ÖKOLOGISCH NACHHALTIG



Das Klima zu schützen, gehört zu den zentralen Aufgaben dieses Jahrhunderts. Verbraucher:innen müssen dazu ihren Beitrag leisten, dürfen aber nicht damit alleingelassen werden. Es braucht klare Regeln, die klimaschützendes Verhalten ermöglichen und fördern – in allen Bereichen: E-Autos sollten verbindliche Effizienzvorgaben erfüllen und nachhaltige Geldanlagen sollten halten, was sie versprechen.

SOZIAL NACHHALTIG



Sozial nachhaltige Verbraucherpolitik stellt sicher, dass alle Verbraucher:innen bei politischen und ökonomischen Veränderungen mitgenommen werden – auch und gerade Menschen mit geringem Einkommen. Bezahlbare Basiskonten oder leicht verständliche AGB würden den Geldbeutel aller Verbraucher:innen schonen.

In der kommenden Legislatur haben die Europäische Kommission, das Europäische Parlament und der Rat der Europäischen Union die Chance, die Weichen für eine ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltige Wirtschaft und Gesellschaft zu stellen, in der die Bedürfnisse von Verbraucher:innen im Mittelpunkt stehen. Diese Broschüre gibt einen Überblick über die verbraucherpolitischen Themen, die aus Sicht des vzbv dafür entscheidend sind.

Ihre

Ramona Pop

ÖKONOMISCHE NACHHALTIGKEIT

Eine nachhaltige Verbraucherpolitik stabilisiert das Wirtschaftssystem langfristig und schützt Verbraucher:innen vor Risiken. Das sind wichtige Grundlagen für ein nachhaltiges Wirtschaftssystem.

PROFILBILDUNG ZU WERBEZWECKEN VERBIETEN

Problem

Wer im Internet surft, hinterlässt Datenspuren, die permanent zu Profilen zusammengefasst werden, auf deren Grundlage Werbung ausgespielt wird. Diese Profilbildung gefährdet den Schutz der Privatsphäre, schadet der IT-Sicherheit, trägt zur Verbreitung von Desinformation bei, ermöglicht Manipulation und begünstigt Diskriminierung.



Lösung

Profilbildung zu Werbezwecken muss verboten werden. Verbraucher:innen sollten mit gutem Gefühl durchs Internet surfen und ihr Smartphone nutzen können, ohne dass ihre Spuren zu Werbezwecken gesammelt werden. Der europäische Gesetzgeber muss einen entsprechenden Rechtsakt beschließen, um den digitalen Werbemarkt in Europa nachhaltig zu reformieren. Dieser muss neue technologische Entwicklungen sowie Manipulation und Diskriminierung von Verbraucher:innen adressieren, um sie auch auf dem digitalen Markt dauerhaft zu schützen.

DATENMAUT FÜR INHALTEANBIETER IM INTERNET VERHINDERN

Problem

Große Telekommunikationsnetzbetreiber fordern, dass Inhalteanbieter wie Amazon, Google, Netflix oder Spotify eine Gebühr für die Nutzung der digitalen Infrastruktur an sie zahlen. Der von den Netzbetreibern angebrachte Grund ändert sich stetig: Mal sind es die zu geringen Renditen, dann wieder fehlende Investitionsmittel oder auch die Instandhaltung der digitalen Infrastruktur, die durch große Datenmengen belastet würde. Für Verbraucher:innen hätte eine Datenmaut viele Nachteile. Daten könnten unterschiedlich bepreist und nicht mehr gleichbehandelt werden. Eine Datenmaut gefährdet deshalb das offene und freie Internet (Netzneutralität), die Medienvielfalt und den Wettbewerb. Im Zweifelsfall müssten Verbraucher:innen am Ende mehr für Dienste bezahlen und gäbe es weniger Angebote.

Lösung

Eine Datenmaut darf nicht eingeführt werden. Die Europäische Kommission darf keinen Rechtsakt vorschlagen, die Diensteanbietern die Möglichkeit gibt, Netzgebühren zu erheben.



8 | Ökonomische Nachhaltigkeit

BANKKONTEN VOR CYBERKRIMINALITÄT SCHÜTZEN

Problem

Verbraucher:innen sind zunehmend gefährdet, Opfer von Cyberangriffen auf ihre Bankkonten zu werden. Theoretisch schützen die geltenden Regeln Kund:innen vor solchen Angriffen, zum Beispiel durch eine starke Authentifizierung. Zahlungsdienstleister müssen für Schäden durch Transaktionen, die nicht von Kund:innen authentifiziert wurden, aufkommen. In der Praxis zeigt sich jedoch, dass sie diese Verpflichtung häufig umgehen und Verbraucher:innen im Regen stehen lassen – einige verlieren ihre gesamten Ersparnisse.

Lösung

Um Bankkonten besser zu schützen, braucht es ein wirksames Haftungsregime. Damit hätten Banken einen starken Anreiz, nicht autorisierte Zahlungen mit allen Mitteln zu verhindern. Der europäische Gesetzgeber muss allen Umgehungstaktiken, wie der Schaffung unerfüllbarer Sorgfaltspflichten in Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB), regulatorisch entgegenwirken. Banken und anderen Zahlungsdienstleistern muss es unmöglich gemacht werden, Schäden durch Cyberangriffe auf Verbraucher:innen abzuwälzen. Verbraucher:innen müssen sich darauf verlassen können, dass ihre Ersparnisse sicher verwahrt sind.



ZERTIFIZIERUNG VON NACHHALTIGKEIT REGULIEREN

Problem

Zertifikate für nachhaltigen Konsum wie der Grüne Knopf oder der Blaue Engel können helfen, nachhaltige Produkte zu identifizieren. Oft ist jedoch völlig undurchsichtig, wie verlässlich Zertifizierungen sind oder ob dadurch wirklich eine nachhaltige Produktion sichergestellt wird.

Lösung

Der europäische Gesetzgeber muss eine übergreifende Regulierung für die Zertifizierung von Nachhaltigkeit beschließen, damit Verbraucher:innen sich auf Nachhaltigkeitszertifikate verlassen können. Sie muss Mindestkriterien für Standardsysteme und Zertifizierer definieren. Außerdem braucht es eine Akkreditierungspflicht und einen Haftungsmechanismus für fehlerhafte Zertifizierung.

VERBRAUCHERINTERESSEN IN HANDELSABKOMMEN WAHREN

Problem

Internationales Handelsrecht genießt Vorrang vor nationalem Recht. Hat sich die EU in einem Handelsabkommen zu etwas verpflichtet und erlässt dann gegenteilige EU-Vorschriften, können diese von Handelspartnern vor der Welthandelsorganisation (WTO) oder bilateralen Instanzen angegriffen werden. Das betrifft auch Verbraucherschützende Vorschriften, die dann als „Handelshemmnis“ deklariert werden. Dies kann EU-Gesetzgebungsverfahren negativ beeinflussen und verhindert oft einen nachhaltigen Schutz von Verbraucher:innen.

Lösung

Internationale Handelsabkommen müssen transparent verhandelt werden. So kann die Zivilgesellschaft für ein hohes Verbraucherschutzniveau in der EU eintreten. Insbesondere im Zuge internationaler Verpflichtungen über neue oder zukünftige Technologien wie zum Beispiel Künstliche Intelligenz, darf die EU sich nicht selbst beschneiden, indem sie den regulatorischen Handlungsspielraum durch vorschnelle internationale Verpflichtungen blockiert.

VERBRAUCHERSCHUTZ IN DER DIGITALEN WELT DURCHSETZEN

Problem

Technische Neuerungen und innovative digitale Geschäftsmodelle werden oftmals von bestehender Regulierung nicht erfasst. Digitalpolitische Gesetzgebung muss aber auch Antworten auf Entwicklungen wie ChatGPT oder Metaverse geben. Die großen Regulierungsserrungenschaften der digitalen Welt (Digital Market Act & Digital Service Act, Data Act, Data Governance Act, Artificial Intelligence Act) müssen Schritt halten mit der rasanten Marktentwicklung.

Lösung

Der europäische Gesetzgeber muss die aktuellen digitalpolitischen Gesetze kontinuierlich einem Fitness-Check unterziehen, zum Beispiel durch Evaluierungen und Befragungen. Der europäische Gesetzgeber muss auch bei der Ausgestaltung digitalpolitischer Gesetze immer darauf achten, dass diese konsequent um- und durchgesetzt werden.

DIGITALE PRODUKTPÄSSE VERBRAUCHERGERECHT EINFÜHREN

Problem

Verbraucher:innen wollen Produkte länger nutzen und umweltfreundlich konsumieren. Beim Kauf können sie aber kaum erkennen, wie umweltfreundlich ein Produkt ist, wie lange es hält und ob es reparierbar ist.

Lösung

Um solche Produktdaten einsehen zu können, sollen in den nächsten Jahren digitale Produktpässe eingeführt werden. Verbraucher:innen könnten dann etwa über einen QR-Code Ersatzteilm Informationen und einen Reparierbarkeitswert abrufen. Für Verbraucher:innen kommt es darauf an, dass diese Produktpässe einfach nutzbar und die Informationen zuverlässig sind. Der europäische Gesetzgeber muss schnell erste Produktpässe mit zuverlässigen, verständlichen und umfassenden Verbraucherinformationen erarbeiten und beschließen. Er darf das Feld nicht allein der Wirtschaft überlassen.

GRENZÜBERSCHREITENDE KLAGEN GEGEN UNTERNEHMEN VEREINFACHEN

Problem

Wenn Verbraucher:innen im EU-Ausland von einem Unternehmen geschädigt werden, müssen sie die Möglichkeit haben, dagegen zu klagen – und zwar vor einem Gericht in ihrem Heimatland. Aktuell ist das nicht immer möglich. Wer zum Beispiel gegen die französische Bahn wegen annullierter oder verspäteter Züge klagen möchte, muss das im Zweifel vor einem Gericht in Frankreich tun. Auch bei Mängeln an Ferienwohnungen müssen Urlauber:innen in dem Land klagen, in dem die Ferienwohnung liegt. Unklar ist die Situation bei kollektiven Klagen.

Lösung

Verbraucher:innen müssen ausnahmslos vor dem Gericht ihres Wohnsitzes klagen dürfen und auch nur dort verklagt werden können. In der EU-Verordnung über die gerichtliche Zuständigkeit in grenzüberschreitenden Fällen muss die Ausnahme für Beförderungsverträge gestrichen werden. Außerdem muss die Miete von Ferienwohnungen als Verbrauchervertrag eingestuft werden. Es muss zudem ein neuer Gerichtsstand für Sammelklagen geschaffen werden, der dem Verbrauchergerechtsstand der abhängigen Ansprüche der Verbraucher:innen folgt.

DATENSCHUTZ ALS KRITERIUM FÜR FAHRZEUGZULASSUNG EINFÜHREN

Problem

Vernetzte und automatisierte Fahrzeuge verarbeiten personenbezogene Daten wie etwa die Daten von Passant:innen im Fahrzeugumfeld. Diese Daten unterliegen dem Schutz der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO). Verbraucher:innen müssen sich beim Autokauf darauf verlassen können, dass das Fahrzeug und seine Funktionen datenschutzkonform funktionieren, da sie sich sonst einem Haftungsrisiko aussetzen. Bisher prüfen Zulassungsbehörden die datenschutzrechtliche Konformität von Fahrzeugtypen jedoch nicht.

Lösung

Zulassungsbehörden sollten Fahrzeuge, die nicht vollständig datenschutzkonform nutzbar sind, nicht oder nur unter Auflagen zulassen. Der europäische Gesetzgeber muss einen Rechtsakt für eine Anpassung der Typengenehmigungsverordnung für Pkw beschließen – mit der Maßgabe, dass Fahrzeuge nicht nur Sicherheits- und Umweltverträglichkeitsanforderungen, sondern auch die Vorgaben der DSGVO einhalten müssen.

VERBRAUCHERORIENTIERTEN EUROPÄISCHEN ZAHLUNGSVERKEHR EINFÜHREN

Problem

Bei grenzüberschreitenden Zahlungen sind europäische Verbraucher:innen auf einige wenige außereuropäische Zahlungsanbieter wie PayPal, Visa und Mastercard angewiesen. Es gibt kaum Wettbewerb oder europäische Lösungen, was für Verbraucher:innen zu hohen Kosten führt. Während Euro-Bargeld und SEPA-Überweisungen in der gesamten Eurozone funktionieren, sind elektronische Zahlungsverfahren in den Mitgliedstaaten immer noch fragmentiert.

Lösung

Der europäische Gesetzgeber muss die Einführung europaweiter Zahlungslösungen weiterhin vorantreiben. Ein digitaler Euro und europaweite verbraucherorientierte Zahlungslösungen würden das Bezahlen über Grenzen hinweg günstiger und inklusiver machen. Der digitale Euro muss für Nutzer:innen kostenlos, insgesamt kosteneffizient und darauf ausgelegt sein, Privatsphäre und Inklusion bei digitalen Diensten zu fördern.

ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT

Privater Konsum hat einen wichtigen Einfluss auf Umwelt und Klima: Wie Verbraucher:innen reisen, investieren und sich ernähren, entscheidet mit darüber, ob die ökologische Transformation gelingt. Umfragen zeigen immer wieder: Verbraucher:innen wollen einen Beitrag zu mehr ökologischer Nachhaltigkeit leisten. Sie dürfen damit aber nicht alleingelassen werden. Die Europäische Union muss Rahmenbedingungen für ökologisch nachhaltigen Konsum schaffen.



STROMMARKT VERBRAUCHERFREUNDLICH GESTALTEN

Problem

Um die Energieversorgung perspektivisch auf erneuerbare Energiequellen umzustellen, muss der Strommarkt um- und ausgebaut werden. Diese Transformation kann nur gemeinsam mit Verbraucher:innen gelingen. Dazu bedarf es eines gemeinsamen, EU-weit koordinierten Strommarktdesigns mit grenzüberschreitenden Leitungen. Zugleich müssen die Infrastrukturkosten so gering wie möglich sein, damit Strom für Verbraucher:innen bezahlbar bleibt.

Lösung

Günstige Erzeugungspreise von Strom aus erneuerbaren Energien müssen bei Verbraucher:innen ankommen, egal ob sie zur Miete, im eigenen Haus, auf dem Land oder in der Stadt wohnen. Das Strommarktdesign muss die Teilhabe der Verbraucher:innen fördern, Stromerzeugung und -verbrauch müssen enger aufeinander abgestimmt werden. Dazu sollten Verbraucher:innen selbst einen Beitrag leisten können – etwa mit steuerbaren Verbrauchsgeräten wie Wärmepumpen oder Wallboxen für Elektroautos, die verbraucherfreundlich in den Strommarkt integriert werden. Übergewinne von Unternehmen müssen verhindert werden.



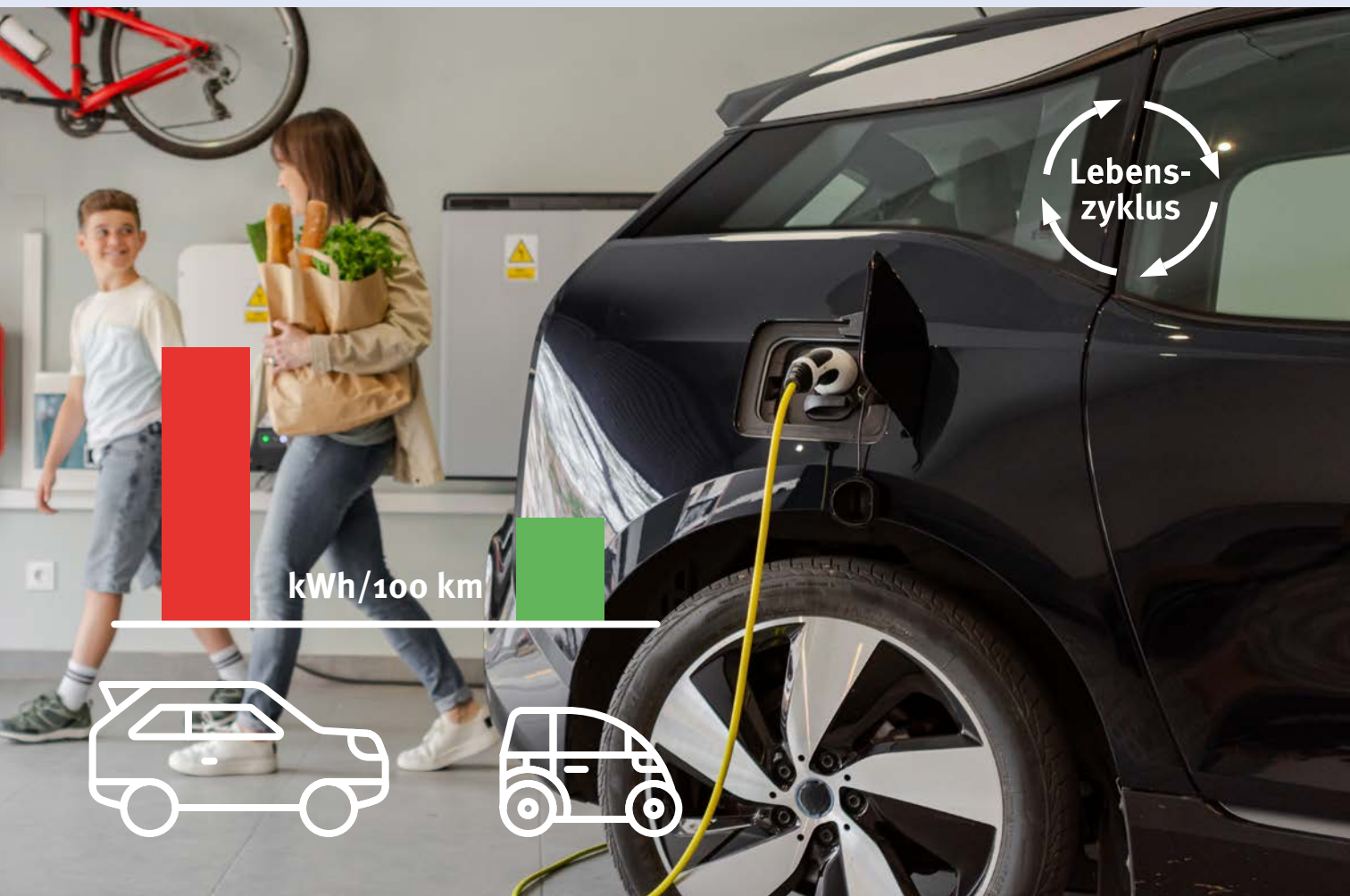
EFFIZIENZVORGABEN FÜR E-AUTOS EINFÜHREN

Problem

Die Nachfrage nach Strom wird durch mehr E-Autos steigen, während die Menge an regenerativer Energie auch bei einem massiven Ausbau der erneuerbaren Energiequellen begrenzt bleiben wird. Damit der Verkehrssektor nicht zum Stromfresser wird, müssen E-Autos Strom möglichst effizient nutzen.

Lösung

Der europäische Gesetzgeber muss zeitnah ambitionierte Effizienzvorgaben für E-Autos beschließen. Dabei geht es nicht nur um den Energieverbrauch im Betrieb. Autos müssen unter Berücksichtigung ihres gesamten Lebenszyklus – von der Rohstoffgewinnung bis zu Entsorgung – bewertet werden. Ziel muss es sein, kleine, leichtere und sparsamere Fahrzeuge auf den Markt zu bringen, um den Energieverbrauch und die Kosten für Verbraucher:innen zu senken.



GREENWASHING BEI GELDANLAGEN UNTERBINDEN

Problem

Wer sein Geld nachhaltig investieren will, achtet auf Anlageprodukte, die Nachhaltigkeit versprechen. Doch leider steckt nicht immer drin, was draufsteht, und Verbraucher:innen können leere Nachhaltigkeitsversprechen nur schwer erkennen. Investitionen in nachhaltige Anlageprodukte werden so schwierig oder unmöglich.

Lösung

Die Finanzmarktaufsicht muss Nachhaltigkeitsversprechen von Anbietern kontrollieren. Dazu muss der europäische Gesetzgeber die Offenlegungs-Verordnung erweitern. Nur wenn diese einen Sanktionskatalog sowie Prüfpflichten und -befugnisse der Aufsicht in den Mitgliedsstaaten enthält, kann eine wirksame und strenge Aufsicht im Bereich der nachhaltigen Geldanlagen erfolgen. Anbieter müssen wirksam sanktioniert werden, sollten sie mit falschen Nachhaltigkeitsversprechen Verbraucher:innen täuschen.

FAHRGASTRECHTE BEI REISEN MIT MEHREREN VERKEHRSMITTELN STÄRKEN

Problem

Wer mit mehreren Verkehrsmitteln unterwegs ist, zum Beispiel erst Zug fährt und dann in einen Fernbus umsteigt, hat bislang Nachteile bei den Fahrgastrechten, weil es häufig keine durchgehenden Fahrkarten für die gesamte Reisekette gibt. Eine Haftung für verpasste Verkehrsmittel durch Verspätungen oder Ausfälle ist somit oft ausgeschlossen. Das schadet der Attraktivität des öffentlichen Verkehrs, statt sie zu fördern.

Lösung

Verkehrsmittelbezogene Passagierrechte wie die EU-Bahngastrechte und EU-Fluggastrechte müssen durch verbindliche gesetzliche Vorgaben zum Schutz von Reisenden bei multimodalen Reisen ergänzt werden. Freiwillige Kooperationen können nur ein Anfang sein. Der europäische Gesetzgeber muss verbindliche Vorgaben schaffen, die alle Verkehrsmittel EU-weit inkludieren.

SCHADSTOFFE IN LEBENSMITTELVERPACKUNGEN UND GESCHIRR VERRINGERN

Problem

Weichmacher in Trinkflaschen, Mineralöl in Schokolade, Formaldehyd in Kaffeebechern – Verbraucher:innen sind zu oft Schadstoffen und potenziell gefährlichen Chemikalien ausgesetzt. Die Ergebnisse der Lebensmittelüberwachung zeigen: Es finden sich immer wieder gesundheitsschädigende Rückstände in Nahrungsmitteln, die aus Verpackungen und Geschirr in Lebensmittel übergehen.

Lösung

Verbraucher:innen müssen sich auf die Unbedenklichkeit von Lebensmittelverpackungen und Geschirr verlassen können. Der europäische Gesetzgeber muss die längst überfällige Überarbeitung der Regulierung von Lebensmittelkontaktmaterialien beschließen. Dazu gehören unter anderem ein klares Verbot von besonders schädlichen Stoffen, ein Zulassungsverfahren für Lebensmittelkontaktmaterialien und ein einheitliches Kennzeichnungskonzept.

INFORMATIONEN BEIM AUTOKAUF DURCH PKW-LABEL VERBESSERN

Problem

Verbraucher:innen, die beim Autokauf auf den CO₂-Ausstoß achten, können leicht danebengreifen. Denn bei der Klassifizierung des Energieverbrauchs werden Autos innerhalb ihrer Gewichtsklasse bewertet. Das heißt: SUVs, die innerhalb ihrer Gewichtsklasse gut abschneiden, können ein besseres Label erhalten als ein Kleinwagen – obwohl sie absolut gesehen deutlich mehr CO₂ ausstoßen. Im Zweifelsfall entscheiden sich Verbraucher:innen für ein Auto, das mehr CO₂ ausstößt, da dieses scheinbar ein besseres Label trägt. Schadstoffausstoß und die Besonderheiten neuer Antriebe, zum Beispiel von E-Autos, werden gar nicht berücksichtigt.

Lösung

Verbraucherinformationen beim Autokauf müssen leicht verständlich, realistisch und europaweit einheitlich sein. Dafür muss die Richtlinie zur Bereitstellung von Verbraucherinformationen über Kraftstoffverbrauch und CO₂-Emissionen beim Marketing für neue Pkw grundlegend überarbeitet und durch eine Verordnung ersetzt werden. Informationen zum Energieverbrauch dürfen nicht durch andere Parameter wie etwa die Fahrzeugmasse relativiert werden. Außerdem müssen Schadstoffausstoß, realistische Reichweitenangaben bei E-Autos sowie Informationen zur Ladedauer und Haltbarkeit der Antriebsbatterie verpflichtend in die Kennzeichnung integriert werden.

SOZIALE NACHHALTIGKEIT

Eine sozial nachhaltige Verbraucherpolitik stellt die Teilhabe aller gesellschaftlicher Gruppen sicher. Verbraucher:innen müssen vor finanziellen Risiken und unfairen Wirtschaftspraktiken geschützt werden.



NUTRI-SCORE EU-WEIT VERPFLICHTEND AUF LEBENSMITTELN EINFÜHREN

Problem

Die Mehrheit der Verbraucher:innen möchte sich gesund ernähren. Beim Blick auf die Verpackungen im Supermarkt sehen sie sich jedoch einem Wust von kleingedruckten Informationen ausgesetzt. Zu beurteilen, welches Müsli nun das gesündeste ist, ist kaum möglich. Viele Lebensmittel werden sogar als besonders gesund beworben, obwohl sie zu viel Zucker, Fett oder Salz enthalten.

Lösung

Damit die gesunde Option zur einfachen Option wird, müssen Verbraucher:innen gesündere Lebensmittel auf einen Blick erkennen können. Dafür muss der Nutri-Score EU-weit verpflichtend und einheitlich auf allen Lebensmitteln eingeführt werden. Außerdem sollten Nährwertprofile regeln, wie viel Zucker, Fett oder Salz ein Produkt maximal enthalten darf, damit es eine Gesundheitsaussage tragen darf.



WERBUNG MIT SOZIALEN AUSSAGEN REGULIEREN

Problem

Shampoo, Kaffee oder Reisen – Verbraucher:innen sehen sich überall mit Werbeaussagen konfrontiert, die Nachhaltigkeit versprechen. Dazu zählen nicht nur Aussagen, die umwelt- oder klimafreundliche Herstellung anpreisen, sondern auch Social Claims wie „frei von Kinderarbeit“, „existenzsichernde Löhne“ oder „fair gehandelt“. Aber: Bisher gibt es kaum Vorgaben für die Werbung mit sozialer Nachhaltigkeit.

Lösung

Verbraucher:innen müssen sich darauf verlassen können, dass Werbeaussagen, die soziale Nachhaltigkeit versprechen, tatsächlich wahr sind. Der europäische Gesetzgeber muss verbindlich regeln, wie „Social Claims“ belegt werden müssen und unter welchen Bedingungen sie verwendet werden dürfen.

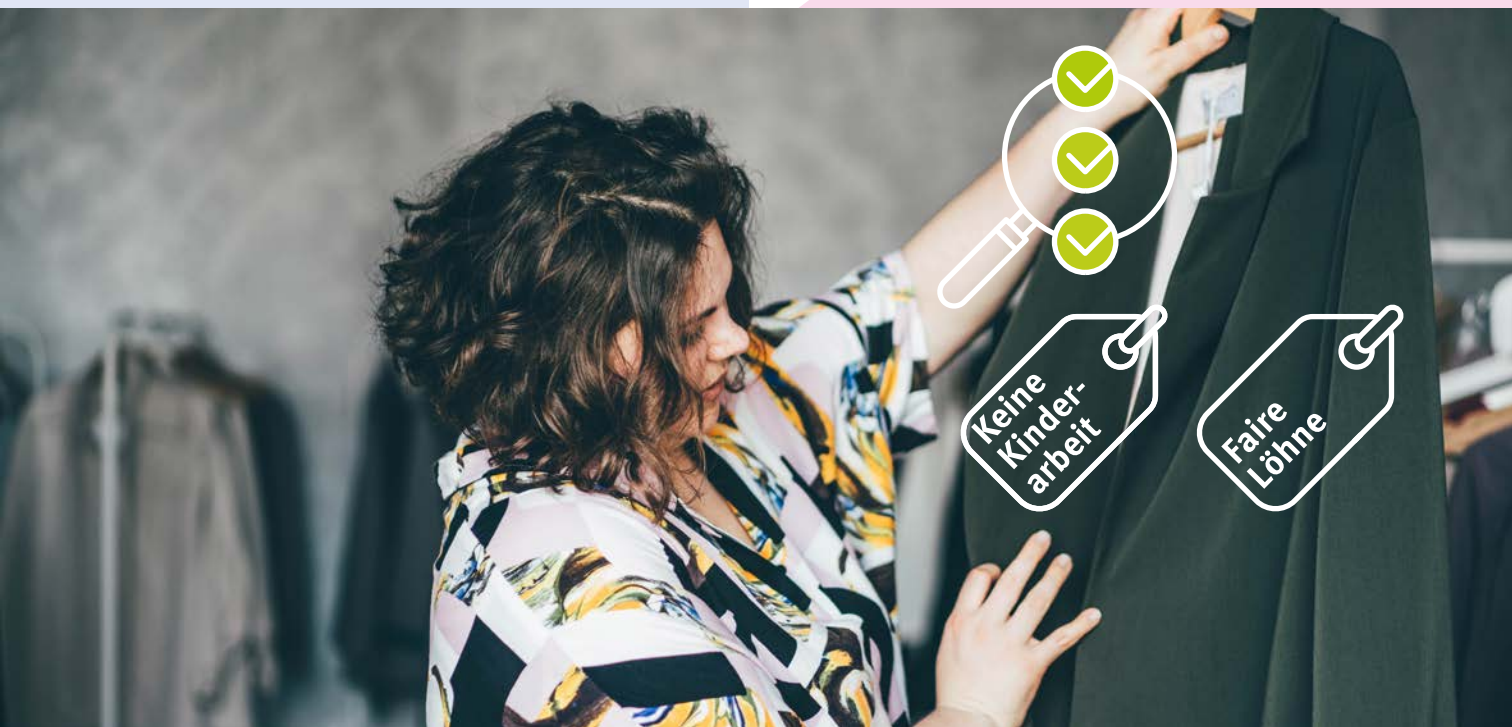
UNABHÄNGIGE FINANZBERATUNG ABSICHERN

Problem

Wer sich Finanzanlagen oder kapitalansparende Versicherungen empfehlen lässt, bekommt häufig nicht das beste Produkt empfohlen, sondern das, an dem die Berater:innen am meisten verdienen. Denn die Anbieter der Produkte bezahlen die Berater:innen mit Provisionen. So entsteht ein Interessenkonflikt bei Berater:innen. Statt guter Produkte erhalten Verbraucher:innen Angebote, die im Vertrieb die höchsten Provisionen erzielen. Dieser Interessenkonflikt muss aufgelöst werden.

Lösung

Der europäische Gesetzgeber muss Provisionen in der Finanzberatung verbieten. Verbraucher:innen sollten die Beratung nicht länger indirekt über Provisionen bezahlen, sondern über direkte Honorare an die Finanzberater:innen. Damit können Verbraucher:innen darauf vertrauen, dass sie tatsächlich das für sie geeignete Produkt erhalten.



HOHE KOSTEN FÜR BASISKONTEN STOPPEN

Problem

Basiskonten sind dafür gedacht, auch einkommensschwachen Verbraucher:innen Zugang zum digitalen Zahlungsverkehr zu sichern. Sie sind damit ein wichtiges Instrument sozial nachhaltiger Politik, werden jedoch nicht immer zu angemessenen Preisen angeboten. Im Schnitt verlangen Anbieter in Deutschland 108,45 Euro für ein Online-Konto und 148,11 Euro für Filialkonten im Jahr. Menschen mit wenig Einkommen können sich ein Basiskonto so im Zweifelsfall gar nicht leisten.

Lösung

Um zu hohe Kosten für Basiskonten zu unterbinden, muss der europäische Gesetzgeber die Kostenregelung in der Zahlungskontenrichtlinie anpassen.

LIEFERENGPÄSSE BEI ARZNEIMITTELN VERHINDERN

Problem

Immer wieder stehen Verbraucher:innen in der Apotheke und bekommen aufgrund von Lieferengpässen ihr dringend benötigtes Medikament nicht. Gleichzeitig steigen die Preise im Zuge der Inflation auch bei Medikamenten. Medikamente dürfen als lebenswichtige Güter aber nicht allein den Regeln des Marktes unterliegen.

Lösung

Der europäische Gesetzgeber muss das Pharmarecht so reformieren, dass Lieferengpässe bei Arzneimitteln verhindert werden und Arzneimittel verfügbar sind.

NAHRUNGSERGÄNZUNGSMITTEL SICHER REGULIEREN

Problem

Anbieter von Nahrungsergänzungsmitteln preisen ihre Produkte häufig als Wundermittel an. Bei amtlichen Lebensmittelkontrollen fallen jedoch immer wieder Produkte durch unzulässige Gesundheitsversprechen, fragwürdige Inhaltsstoffe und teilweise viel zu hohe, gesundheitsschädliche Dosierungen von Wirkstoffen auf.

Lösung

Um Verbraucher:innen zu schützen, müssen auf europäischer Ebene Qualitätsstandards und Reinheitsanforderungen definiert werden. Die Europäische Kommission muss in der EU-Nahrungsergänzungsmittel-Richtlinie und in der EU-Anreicherungsverordnung verbindliche Höchstmengenregelungen für Vitamine und Mineralstoffe in Nahrungsergänzungsmitteln und Regelungen für Produkte auf Pflanzenbasis definieren.

SCHUTZNIVEAU BEI EU-FLUGGASTRECHTEN ERWEITERN

Problem

Die europäischen Fluggastrechte sind ein echter Gewinn für Verbraucher:innen. Seit dem Jahr 2013 liegt allerdings ein Vorschlag für eine Reform der Fluggastrechte bei der Europäischen Kommission, der eine massive Absenkung des aktuellen Verbraucherschutzniveaus zur Folge hätte. Wie wichtig starke Passagierrechte sind, hat die Pandemie gezeigt. Airlines haben ihre Kund:innen zwangsweise als Kreditgeber:innen genutzt und Preise gesetzeswidrig Monate später zurückgezahlt. Das im Voraus gezahlte Geld für teure Langstreckenflüge ist bei Airline-Pleiten oft unwiederbringlich verloren.

Lösung

Die Europäische Kommission muss den Vorschlag zur Reform der Fluggastrechte zurückziehen und eine Novellierung dafür nutzen, Fluggastrechte zu stärken, bestehende Lücken zu schließen und die Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs in der Verordnung zu verankern. Zudem braucht es einen verpflichtenden Insolvenzschutz und ein Ende der kompletten Vorkasse bei Flugbuchungen.

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN VERSTÄNDLICHER MACHEN

Problem

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) werden immer länger, komplexer und undurchsichtiger. Viele Verbraucher:innen schrecken davor zurück, sich die AGB durchzulesen, und schließen Verträge ab, ohne sich über deren Bedingungen im Klaren zu sein. Unternehmer dagegen kennen ihre Geschäftsbedingungen sehr gut und berufen sich im Streitfall auf die Klauseln.

Lösung

Damit Verbraucher:innen sich besser im Bereich der AGB und der Vertragsbeziehungen zurechtfinden, bedarf es neuer, fairer und digitaler Standards. Wenn Verbraucher:innen in Geschäftsbedingungen einwilligen sollen, müssen sie die wichtigsten Punkte auf Anhieb mithilfe einer Zusammenfassung erkennen und die Bedingungen besser erfassen können. Als Vorbild könnte das standardisierte Produktinformationsblatt im Versicherungsbereich dienen. Der europäische Gesetzgeber muss Unternehmen dazu verpflichten, Verbraucher:innen eine solche leicht verständliche Zusammenfassung der wichtigsten Geschäftsbedingungen leicht zugänglich zur Verfügung zu stellen.

IMPRESSUM

Herausgeber:

Verbraucherzentrale Bundesverband e. V.
Rudi-Dutschke-Straße 17, 10969 Berlin
Tel.: +49 30 258 00-0
Fax: +49 30 258 00-518
Info@vzbv.de
www.vzbv.de

Für den Inhalt verantwortlich:

Ramona Pop, Vorstandin des
Verbraucherzentrale Bundesverbands e. V.

Text: vzbv

Konzeption und Gestaltung:

incorporate berlin gmbh & co. kg
www.incorporateberlin.de

LAUT UND DEUTLICH

Agentur für strategische Kommunikation GmbH
www.laut-und-deutlich.com

Korrektorat: KERN AG

Druck: Druckteam Berlin
www.druckteam-berlin.de

Stand: Oktober 2023

Gedruckt auf 100-prozentigem Recyclingpapier ©
2023 Verbraucherzentrale Bundesverband e. V.

Fotonachweise:

iStockphotos © FatCamera (Titel), vzbv/Caroline
Wimmer (S. 2), AdobeStock © dodotone (S. 6/7),
iStockphotos © Pheelings Media (S. 8), Adobe
Stock © eva (S. 12), © BASILICOSTUDIO STOCK
(S. 13), © wifesun (S. 16), © Mariia Korneeva (S. 17),
Freepik Company (S. 6, 8, 12, 13, 16, 17)

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit
und Verbraucherschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

verbraucherzentrale

Kontakt:

Das Büro des vzbv in Brüssel
Buero-bruessel@vzbv.de
Die Pressestelle des vzbv
Tel.: +49 30 258 00-525
Presse@vzbv.de

www.europa-kann-mehr.de

