

Berlin, den 02.03.2009

„Europawahl 2009: Steht der Verbraucher im Mittelpunkt?“

**Deutsch-französischer
Parlamentarischer Abend
am 9. März 2009 in Straßburg**

**Rede von Gerd Billen
Vorstand
Verbraucherzentrale Bundesverband**

Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. – vzbv
Vorstand
Markgrafenstr. 66
10969 Berlin
info@vzbv.de
www.vzbv.de

Sehr geehrte Frau **Gurkmann**,
Sehr geehrter Herr **Minister Hauk**,
Sehr geehrte **Mitglieder des Europäischen Parlaments**,
Sehr geehrte **Damen und Herren**,

vielen Dank für Ihre Einladung!

Ob Gesundheit, Finanzdienstleistungen, Datenschutz oder Verbraucherrechte, **rund 85 Prozent der Verbrauchergesetzgebung werden auf EU-Ebene beschlossen**. Die **Europawahl** hat von daher **für Verbraucher eine große Bedeutung**, auch wenn einer aktuellen Umfrage der EU-Kommission zufolge gut die **Hälfte der Befragten** erklärte, das sie **nicht an der Europawahl interessiert** sei.

Woher kommt dieses **Desinteresse**? Sind die **Erwartungen** der Verbraucherinnen und Verbraucher an den **Binnenmarkt nicht erfüllt worden**, so dass sie sich **enttäuscht zurückziehen**?

Laut „**Verbraucherpolitischer Strategie der EU für die Jahre 2007 bis 2013**“ soll die Verbraucherpolitik – genauer gesagt: die **Stärkung der Verbraucher – im Mittelpunkt** der nächsten Phase des Binnenmarktes stehen.

Gut eine Dekade nach Einführung des Europäischen Binnenmarktes ist auch für die EU-Kommission unübersehbar, **dass die Verbraucher bisher wenig von den Vorteilen des Binnenmarktes profitiert haben**. Es setzt sich die Erkenntnis durch, dass das Wohl der Verbraucher ein Kernstück gut funktionierender Märkte ist.

Dabei ist es angesichts der aktuellen **Finanz- und Wirtschaftskrise besonders wichtig, dass Verbraucher Vertrauen in Produkte und Dienstleistungen haben können**, die sie im In- und Ausland kaufen.

Soll Europa eines der Verbraucher sein, so muss deren Vertrauen in den Zugang zu Märkten, in die Qualität von Produkten und das Recht auf Entschädigung gestärkt werden – im In- und Ausland.

Für uns stehen daher bei der anstehenden Europawahl die folgenden **4 Themen** im Vordergrund:

Thema 1:

Die Finanz- und Wirtschaftskrise als Chance begreifen und Vertrauen schaffen.

„Vertrauen ist der Anfang von allem“. Mit diesem **Werbeslogan** warb in den 1990er Jahren die Deutsche Bank.

Im Augenblick empfinden die Kunden den Spruch vermutlich als **Hohn**. Es sei denn, Marketingstrategen würden „Anfang“ durch „**Neuanfang**“ ersetzen. Das klänge zwar nicht mehr so werbetauglich, beschriebe aber passend die **Stimmungslage**. Denn die Finanzkrise ist zu einer **tiefgreifenden Vertrauenskrise** geworden.

Die Lehre muss lauten, dass **der Binnenmarkt stärker aus der Verbraucherperspektive heraus zu fördern** ist. Die Verbraucher benötigen auf den Finanzmärkten deutlich mehr **Transparenz** und **Schutz**. Folgende Maßnahmen sehe ich hierzu als mindestens erforderlich an:

- Die **Finanzaufsichten der Mitgliedstaaten** sind effektiv im Sinne **eines Frühwarn-Systems** zu **vernetzen**.
- Die **Einrichtungen der Einlagensicherung** sind **EU-weit verlässlich zu regeln** und müssen vor allem **grenzüberschreitend funktionieren**, also bei Anbietern, die in einem Mitgliedstaat zugelassen sind, aber ihr wesentliches Geschäft in anderen Mitgliedstaaten machen.
- Überhaupt sind **internationale Verkehrsregeln** wichtiger denn je, auch um zu **verhindern**, dass sich Banken Regulierungs-, Aufsichts- und **Steueroasen** aussuchen, von denen sie aus operieren.
- Die **Informationspflichten** sind auf europäischer Ebene zu überprüfen: Verbraucher benötigen **kurze, verständliche und vergleichbare** Informationen in ihrer Sprache zu den wesentlichen Eigenschaften von Produkt und Vertrag.

- Neue und **neuartige Finanzprodukte** sollten grundsätzlich auf ihre Risikostruktur geprüft und **genehmigt** werden, bevor sie auf den Markt kommen.
- Für **Finanzvermittler** – egal ob sie Anlagen, Kredite oder Versicherungen vermitteln – sollten einheitliche Regeln hinsichtlich Zulassung, Registrierung, Qualifikation, Transparenz und Haftung vorgesehen werden.

Aber auch in anderen Branchen sollte mit dem Vertrauen der Verbraucher nicht gespielt werden. Verbraucher sind **keine Konsumautomaten**, die je nach wirtschaftlicher Lage an- oder ausgeknipst werden können. Momentan sollen sie mal wieder kräftig konsumieren, damit der Motor der Wirtschaft wieder anspringt.

Die **Bundesregierung** hat zu diesem Zweck einige Maßnahmen wie die **Abwrackprämie** in Höhe von 2500 Euro für alte Autos beschlossen. Solche Anreize gehen in die falsche Richtung: Der Staat sollte lieber **zukunftsfähige Produkte und Dienstleistungen massiv fördern**. Dringend erforderlich wären **beispielsweise solide finanzierte Anreizprogramme für energieeffiziente Haushaltsgeräte und klimafreundliche Autos**. Hier liegt die wahre Chance, gestärkt aus der Krise hervorzugehen!

Politiker, die sich dazu entschließen, die Krise in dieser Weise als Chance zu begreifen, schaffen und ernten Vertrauen.

Thema 2:

Verbraucherrechte müssen beim Kauf von Waren und Dienstleistungen gestärkt werden.

Stellen Sie sich vor, Sie kaufen ein Produkt, das bereits nach zwei Monaten kaputt geht. Oder Sie geben per Telefon oder Internet eine Bestellung auf und die bestellte Ware trifft entweder gar nicht oder erst nach drei Monaten ein. Was kann man da tun? Hier kommen Ihre Verbrauchervertragsrechte zum Tragen.

Um das Vertrauen der Verbraucher im Binnenmarkt zu stärken, müssen wir vor allem das **Schutzniveau im Verbrauchervertragsrecht bewahren**.

Verbrauchervertragsrecht ist der Sammelbegriff für acht EU-Richtlinien, die sich befassen mit

- dem Kauf von Verbrauchsgütern,
- Fernabsatzgeschäften, also Geschäften, die z.B. per Email oder Telefon geschlossen werden,
- Geschäften, die an der Haustür zustande kommen,
- Pauschalreisen,
- Time Sharing,
- Preisauszeichnung,
- unlauteren Geschäftspraktiken und
- mit den Regeln zur Unterlassungsklage.

Die EU hat diese acht Richtlinien überprüft mit dem Ziel, sie zusammen zu fassen, die Regelungen zu vereinheitlichen und zu vereinfachen.

Ein grundsätzlich zu begrüßendes Ziel, wäre da nicht ein entscheidender **Haken**, der da heißt: **Vereinheitlichung nur nach dem Prinzip der Vollharmonisierung**. Vollharmonisierung bedeutet, dass alle Mitgliedstaaten die Vorgaben der EU eins zu eins umzusetzen haben, eine Abweichung ist ausgeschlossen.

Diese Marschroute wird den bisherigen Wettbewerb in der EU um hohe Verbraucherschutzstandards ausbremsen. Dieser war möglich, weil die EU bislang nur Mindeststandards vorgab, die jedes Mitgliedsland umsetzen musste. Es blieb ihnen aber unbenommen, die Verbraucherschutzstandards nach oben anzuheben. Hiervon haben einige Länder, vor allem Deutschland, Gebrauch gemacht.

Von diesem sogenannten **Prinzip der Mindestharmonisierung** will die Kommission mit ihrer neuen Richtlinie für Verbraucherrechte abweichen. Sie glaubt, dass der grenzüberschreitende Handel mit den unterschiedlichen Verbraucherschutzregeln behindert werde.

Nach unserer Meinung gefährdet der **Entwurf hingegen wesentliche Errungenschaften und geplante Verbesserungen im deutschen Verbraucherschutz**. Käme der Entwurf durch, können wir zum Beispiel den kurz vor dem Abschluss stehenden **Gesetzesentwurf zur Bekämpfung unlauterer Telefonanrufe** vergessen. Er müsste teilweise rückgängig gemacht werden, weil er den Widerruf von telefonisch untergeschobenen Verträgen auch noch dann gestattet, wenn der Vertragspartner bereits mit der Leistungserbringung angefangen hat – er hat beispielsweise die erste Ausgabe des nicht gewünschten Zeitungsabos geschickt. Der Richtlinienentwurf schließt aber genau für diesen Zeitpunkt das Widerrufsrecht aus.

Beispiel:

Die Masche der Telefonwerber:

Laut einer repräsentativen Umfrage des forsa-Instituts im Auftrag des vzbv werden Verbraucher in Deutschland am Telefon vorwiegend mit Vertragsangeboten zu Telekommunikation, Zeitschriften und Gewinnspielen belästigt. Es handelt sich dabei um genau die Branchen, in denen Vertragsabschlüsse nach geltendem Verbraucherrecht nicht oder nur sehr eingeschränkt widerrufen werden können. Vor allem Telekommunikationsverträge werden sofort ausgeführt, damit das Widerrufsrecht vorzeitig erlischt. Um Verbraucher wirksamer vor unerwünschten Werbeanrufen zu schützen, sieht ein aktueller Gesetzesentwurf vor, das Widerrufsrecht bei Dienstleistungen zu verbessern und Ausnahmen vom Widerrufsrecht zu streichen.

Der aktuelle EU-Richtlinienvorschlag „Rechte der Verbraucher“ schreibt jedoch vor, dass die europäischen Regelungen zum Widerrufsrecht, die weit hinter der geplanten deutschen Lösung zurückbleiben, abschließend sind. Die deutsche Regelung müsste dann rückgängig gemacht werden.

Auch **Strom- und Gaskunden, die ihren Vertrag über das Internet oder telefonisch geschlossen haben**, könnten ihr Widerrufsrecht verlieren. Die Richtlinie will künftig Strom- und Gaslieferungen nicht mehr als

„Warenlieferung“, sondern als Dienstleistung einordnen, was dazu führt, dass das Widerrufsrecht, das für Fernabsatzgeschäfte gilt, entfällt, weil diese Regeln nur für Warenlieferungen gelten.

Gegen diese **drohenden Nachteile** wehren wir uns zusammen mit unserem Europäischen Dachverband BEUC. Es kann nicht sein, dass Verbraucherschutzstandards, die sich über Jahrzehnte bewährt haben, aufgegeben werden müssen, um den grenzüberschreitenden Handel anzukurbeln. Wir wissen aus Umfragen, dass der grenzüberschreitende Handel aus ganz anderen Gründen keine Rolle spielt: Die **Sprachbarrieren** und **die Sorge, ein Recht in einem anderen Land nicht** oder nur sehr kostspielig **durchzusetzen sind der eigentliche Bremser**. Wenn es für den Binnenmarkt aber ganz andere Barrieren gibt, wieso soll dann der Verbraucherschutz bei inländischen Geschäften auch darunter leiden?

Thema 3:

Die Gesundheit der Verbraucher muss an erste Stelle gesetzt werden durch hochwertige Informationen.

Beispiel

Unverständliche Packungsbeilagen:

Nahezu jeder dritte Patient in Deutschland fühlt sich durch die Packungsbeilage von Arzneimitteln verunsichert. Dies ergab schon eine vom Wissenschaftlichen Institut der AOK (WIdO) Ende 2005 durchgeführte Studie zu Arzneimittel-Packungsbeilagen. Danach sind die im Arzneimittelmarkt befindlichen Gebrauchsinformationen weder lesbar noch verständlich. WIdO nahm mit unserer Unterstützung in seiner Studie unter anderem die Beipackzettel der 100 verordnungstärksten Arzneimittel unter die Lupe und ließ diese von 70 gesetzlich Krankenversicherten im Hinblick auf Lesbarkeit und Verständlichkeit bewerten. Zusätzlich wurden 1.900 Versicherte über ihre Einstellung zu Packungsbeilagen befragt.

Patienten haben das **Recht auf unvoreingenommene, vergleichbare und qualitativ hochwertige Informationen über Krankheiten, Behandlungen und Medikamente**, um **informierte Entscheidungen** treffen zu können.

Dieses Recht steht auf dem Spiel. Es darf nicht sein, dass Pharmaunternehmen bei verschreibungspflichtigen Medikamenten Kommunikationsstrategien anwenden dürfen, die sich direkt an die Verbraucher mit dem alleinigen Ziel der Umsatzsteigerung richten.

Verbraucher müssen vor solchen und vor irreführenden Informationen geschützt werden!

Das Gesundheitswesen ist Sache der Mitgliedstaaten, aber **auf EU-Ebene müsste mehr dafür getan werden, dass die Gesundheit der Bürger geschützt und gefördert wird.**

Um sicherzustellen, dass die Arzneimittelpolitik die Interessen der Verbraucher berücksichtigt und nicht nur die Interessen der Industrie, wäre es zum Beispiel ein wichtiger erster Schritt, **die Zuständigkeit für Arzneimittel innerhalb der Europäischen Kommission von der Generaldirektion Unternehmen und Industrie an die Generaldirektion Gesundheit und Verbraucherschutz zu übertragen.**

Thema 4:

Sammelklagen: EU-Verbraucher, die durch dasselbe Unternehmen einen Schaden erlitten haben, müssen voll entschädigt werden.

Beispiel:

Wenn ein deutsches Gasversorgungsunternehmen **einseitig die Preise für tausende Gaskunden erhöht** und die Kunden die Erhöhung für unberechtigt halten, kann eine **Verbraucherzentrale** derzeit **nicht gerichtlich klären lassen**, ob das Erhöhungsverlangen **berechtigt** ist.

Erst wenn Verbraucher gezahlt haben und ihr Geld zurück fordern, kann sich die Verbraucherzentrale den Zahlungsanspruch von den betroffenen Verbrauchern einzeln **abtreten lassen und einklagen.**

Wenn es sich aber um sehr **viele Geschädigte** handelt, ist das **Verfahren für eine Verbraucherzentrale** in der Regel viel zu aufwändig, so dass sie es **aus Kapazitätsgründen gar nicht durchführen** kann.

Das Beispiel zeigt: Wir müssen Verbraucher dort entlasten, wo ihre **individuelle Rechtsdurchsetzung** immer wieder **an Grenzen stößt!**

Das gilt insbesondere für **Streuschäden**, also Rechnungsbeträge im Kleinstbereich, wenn zum Beispiel das Gasunternehmen seine Preise unberechtigt **nur um einige Cent erhöht**. In solchen Fällen ist zwar eine **Masse von Verbrauchern betroffen**, der **Einzelne** selbst ist aber **nur gering belastet**. Hier sind der **Aufwand** und die **Kosten eines Gerichtsverfahrens** für den einzelnen Verbraucher **unverhältnismäßig hoch** und er wird in der Regel von einer individuellen Klage absehen. Doch genau dies sendet das **falsche Signal in den Markt, unseriöse Geschäftsmodelle** beizubehalten oder aufzunehmen.

Zur **Marktüberwachung** in Deutschland tragen zurzeit vor allem **kollektive Rechtsdurchsetzungsinstrumente** bei, also Instrumente, die klagebefugte Verbände wie der vzbv einsetzen können. Dazu gehören vor allem das Recht zur **Abmahnung von Unternehmen** und zur Erhebung von **Unterlassungsklagen**. Diese Instrumente stoßen aber angesichts neuer Marktpraktiken immer mehr an ihre **Grenzen**.

Wir brauchen daher eine **vernünftige Reform dieser Instrumente**.

Auf EU-Ebene hat die **Kommission** eine Diskussion um die Einführung einer sogenannten Sammel- oder **Gruppenklage** angestoßen, die wir begrüßen:

Wir benötigen in Europa **einen Rechtsmechanismus**, der in allen für Verbraucher relevanten Bereichen **eine kollektive**

Verbraucherentschädigung ermöglicht.

Es sollte ein System sein, nach dem alle EU-Verbraucher, die durch dasselbe Unternehmen einen Schaden erlitten haben, **voll entschädigt werden**.

Gerade durch die **Einführung der Gruppenklage** kann in Europa das **Verbrauchervertrauen** gestärkt werden!

Wir werden in den **nächsten Monaten die Europawahl nutzen**, um für die Schaffung, Erhaltung und Förderung des **Verbrauchervertrauens** und die Stärkung der **Verbraucherrechte** zu werben.

In diesem Zusammenhang möchte ich die **Gelegenheit verwenden** und mich ausdrücklich an die hier anwesenden **Mitglieder des Europäischen Parlaments** richten:

Mit **Ihren Entscheidungen** im **Europaparlament** haben Sie die **Möglichkeit sich für die Belange der Verbraucher einzusetzen**. Nur so können Sie das **Vertrauen der Verbraucher gewinnen**. Wir hoffen, dass Sie sich im Fall Ihrer Wahl für die **Verbraucherbelange** einsetzen!

Wir müssen weg von einem überwiegend **an den Forderungen der Unternehmen ausgerichteten Binnenmarkt** hin zu einem Markt, der sich an den **Interessen der Verbraucher orientiert**.

Dies bedeutet konkret: **Die Finanz- und Wirtschaftskrise als Chance begreifen und Vertrauen schaffen**

- **Begreifen Sie die Finanz- und Wirtschaftskrise als Chance** und schaffen Sie **Vertrauen!**

- **Stärken Sie die Rechte der Verbraucher** beim **Internetkauf** und beim herkömmlichen **Kauf von Waren und Dienstleistungen** und machen sie sie **zukunftsfähig!**

- Setzen Sie die **Gesundheit der Verbraucher** an die **erste Stelle** und fördern Sie **hochwertige Patienteninformationen!**

- Befürworten Sie die **europäische Gruppenklage**, damit alle EU-Verbraucher, die durch dasselbe Unternehmen einen Schaden erlitten haben, **voll entschädigt werden!**

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!