

Verbraucherpolitik für den Alltag

Strategie einer sozialdemokratischen Verbraucherpolitik

DER VORSORGENDE SOZIALSTAAT



05	Der Mensch im Mittelpunkt
07	Soziale Gerechtigkeit statt Marktradikalismus
15	Verbraucherfreundliche Märkte
19	Verbraucherpolitik durch Forschung stärken
22	Fit für das 21. Jahrhundert
24	Politik für Verbraucher
25	Arbeitsgruppe Ernährung, Landwirtschaft, Verbraucherschutz

Der Mensch im Mittelpunkt

Abzocke bei Banken, explodierende Energiekosten und Kleingedrucktes, das kein Mensch versteht: Der Konsumalltag ist in den letzten Jahren komplexer und für viele zur Herausforderung geworden. Für den Einzelnen steht heute viel mehr auf dem Spiel. Wer beispielsweise keine gute private Altersvorsorge abschließt, hat später einen deutlich schlechteren Lebensstandard.

Im krassen Gegensatz zu den wachsenden Herausforderungen ist die Verbraucherpolitik der Bundesregierung durch Ignoranz gekennzeichnet. Sie ist z. B. für die stark steigenden Energiekosten der Verbraucher/innen und den Anstieg der Energiearmut verantwortlich. Ihren Worten folgen keine Taten. Zu Recht werfen viele Kommentatoren der schwarz-gelben Verbraucherpolitik Kopf- und Konzeptlosigkeit vor. Sie wird von Skandalen getrieben und geht in ihren Annahmen über das Verhalten von Verbrauchern/innen von Wunschvorstellungen anstatt von der Realität aus.

Die Verbraucherpolitik ist für die SPD-Bundestagsfraktion ein wesentlicher Baustein einer gerechten und solidarischen Gesellschaftspolitik. Der Markt muss den Menschen dienen, nicht umgekehrt. Dies gilt umso mehr, wenn Menschen in existenziellen Fragen – wie der Vorsorge für Alter, Gesundheit und Pflege – zunehmend auf Leistungen angewiesen sind, die nicht mehr vom Staat bereitgestellt, sondern auf dem freien Markt angeboten werden.

Deshalb stellt die Verbraucherpolitik der SPD-Bundestagsfraktion den Menschen in den Mittelpunkt. Unabhängig von Herkunft, Bildungsstand und finanziellen Möglichkeiten sollen Verbraucher/innen vor unlauteren Geschäftspraktiken, Täuschung und Abzocke geschützt werden. Sie sollen befähigt werden, Märkte aktiv mitzugestalten und hinsichtlich Arbeitsbedingungen und Umweltstandards verantwortlich zu handeln. In diesem Sinne ist sozialdemokratische Verbraucherpolitik zugleich Gesellschafts-, Wirtschafts- und Nachhaltigkeitspolitik von der Nachfrageseite her.

In dieser Broschüre stellen wir die Eckpunkte einer sozialdemokratischen Verbraucherpolitik vor. Sie basiert auf vier Säulen:

- Soziale Gerechtigkeit statt Marktradikalismus
 - Märkte verbraucherfreundlich gestalten
 - Effektivität der Verbraucherpolitik durch Forschung erhöhen
 - Verbraucherpolitische Institutionen für das 21. Jahrhundert fit machen
-

Soziale Gerechtigkeit statt Marktradikalismus

Die SPD-Bundestagsfraktion steht für soziale Gerechtigkeit und eine solidarische Gesellschaft, in der nicht der Profit, sondern der Mensch im Zentrum steht. Wir sorgen für einen Ausgleich zwischen den wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Interessen.

Allerdings sind wir – auch wegen der Versäumnisse von Schwarz-Gelb – heute noch weit vom Ziel einer gerechten und solidarischen Gesellschaft entfernt. So laufen Verbraucher/innen Gefahr, bei der Altersvorsorge existenzbedrohliche Fehlentscheidungen zu treffen, im Internet die Selbstbestimmung über ihre Daten zu verlieren oder bei all den Optionen im Gesundheitsmarkt keinen Überblick mehr zu haben.

Wie eine sozialdemokratische Verbraucherpolitik aussieht, die auf soziale Gerechtigkeit anstelle von Marktradikalismus ausgerichtet ist, zeigen wir an den Beispielen Anlegerschutz bei Finanzdienstleistungen, Datenschutz im Informationszeitalter und Sicherheit von Kinderspielzeug.

Beispiel 1: Anlegerschutz bei Finanzdienstleistungen

Kaum ein Markt hat in den vergangenen Jahren für Verbraucher/innen derart an Bedeutung gewonnen wie der Finanzmarkt. Während der Gesetzgeber früher beispielsweise definiert hat, wie gut ein/e Bürger/in im Alter versorgt ist oder welche Zahnersatzleistungen sie/er erhält, müssen Verbraucher/innen heute zunehmend eigenständig entscheiden, welche Zusatzversicherungen sie zur Absicherung von Alter, Gesundheit und Pflege benötigen.

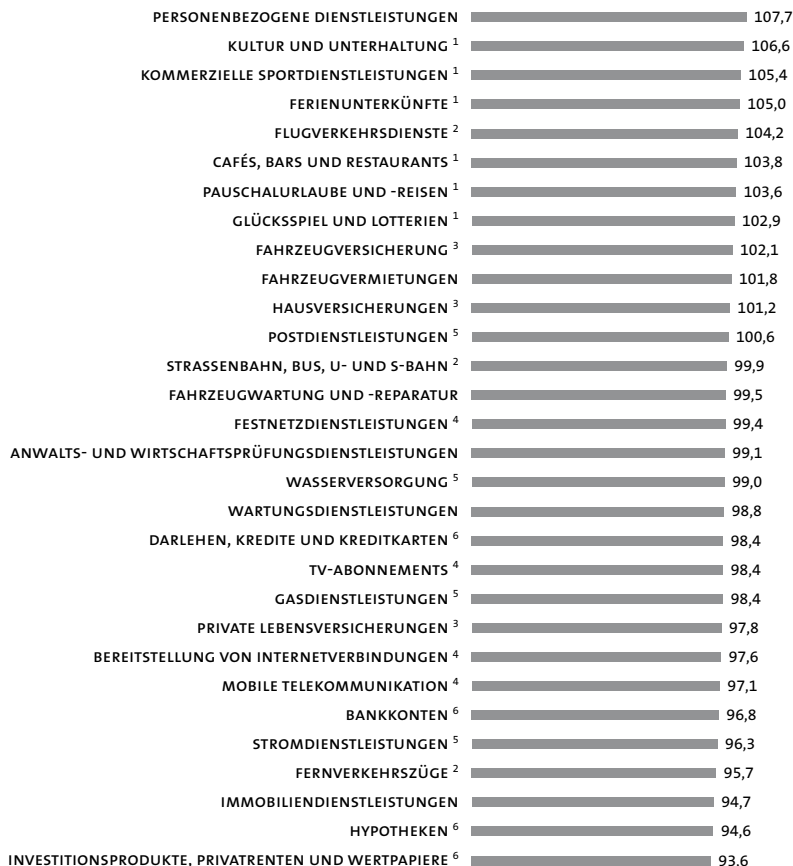
Allerdings zeigt sich im Alltag, dass der Finanzmarkt alles andere als verbraucherfreundlich ist. Es besteht ein krasser Widerspruch zwischen der Bedeutung von Finanzdienstleistungen für Verbraucher und der Alltagspraxis. Studien zeigen, dass:

- Verbraucher/innen jährlich ein finanzieller Schaden in Höhe von 10 bis 16 Milliarden Euro durch vorzeitige Kündigungen von Lebens- und privaten Altersvorsorgeversicherungen entsteht. Der Schaden resultiert daraus, dass die Verträge unflexibel gestaltet sind und die Versicherungsgesellschaften die Kosten für den Vertrieb und den Abschluss des Vertrags in den ersten Jahren der Vertragslaufzeit verbuchen. Die Einzahlungen der Verbraucher/innen werden daher gerade in den ersten Jahren durch die Kosten aufgeessen.
- Verbraucher/innen täglich bei ihren Überziehungskrediten durch überhöhte Dispo-Zinsen abgezockt werden. Während Sparguthaben in den vergangenen Jahren stetig geringer verzinst wurden, sind die Zinsen für Überziehungskredite weitgehend gleich geblieben. Von einem funktionierenden Wettbewerb kann hier nicht die Rede sein.
- Finanzdienstleistungen im Vergleich mit allen anderen Märkten hinsichtlich der Verbrauchierzufriedenheit, Verbraucherbeschwerden und Wechselmöglichkeiten am schlechtesten abschneiden. So rangieren Finanzdienstleistungen seit Bestehen des Verbraucherbarometers der EU-Kommission jährlich an letzter Stelle im Vergleich mit allen anderen Märkten.

Finanzdienstleistungen schneiden im EU-Verbraucherbarometer miserabel ab, wie die nebenstehende Grafik zeigt.

Wesentliche Ergebnisse zu Dienstleistungen aus dem EU-Verbraucherbarometer 2012

Nach Markt-Performance-Indikator der EU



1 FREIZEIT UND ERHOLUNG

2 VERKEHR

3 VERSICHERUNGEN

4 TELEKOMMUNIKATION

5 ÖFFENTLICHE VERSORGUNGSEINRICHTUNGEN

6 BANKEN

Quelle: Europäische Kommission, Consumer Markets Scoreboard, 8. Ausgabe 2012, S. 7

Schwarz-Gelb gaukelt vor, dass mehr Informationen Missstände beheben

Auf diese gravierenden Missstände hat die Bundesregierung in ihrer Amtszeit im Wesentlichen nur eine Antwort gegeben: Sie hat die Unternehmen verpflichtet, immer mehr Informationen bereitzustellen. Ob die Informationen wirklich relevant, verständlich und hilfreich für Verbraucher/innen sind, blieb dabei außen vor.

So sind Banken seit dem Jahr 2010 verpflichtet, über jedes Beratungsgespräch ein Protokoll zu erstellen. Zudem müssen sie seit Juli 2011 Verbrauchern/innen zu jedem Anlageprodukt ein Produktinformationsblatt mit Aussagen zu Erträgen, Risiken und Kosten des entsprechenden Produkts aushändigen.

Außerdem hat Schwarz-Gelb zum November 2012 ein Beraterregister eingeführt. Alle Anlageberater müssen seitdem auf ihre Sachkunde hin geprüft werden und sich bei der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) registrieren.

Die Transparenzpflichten haben jedoch kaum etwas bewirkt. Im Gegenteil: Wenn Verbraucher/innen die Protokolle unterschreiben, können diese später sogar gegen sie verwendet werden. Oft werden Verbrauchern/innen wesentliche Informationen vorenthalten, oder wichtige Informationen werden zwischen unwichtigen Hinweisen versteckt. Manchmal wird das Protokoll erst gar nicht ausgehändigt.

Die Produktinformationsblätter sind meist unverständlich und kaum miteinander vergleichbar, weil die Bundesregierung sich nicht traut, der Finanzbranche ein einheitliches Muster vorzuschreiben. Informationen werden nicht auf das Wesentliche reduziert, und Kosten nicht in Euro und Cent ausgewiesen. Weil die Bundesregierung keine verständlichen Musterformulierungen vorgibt, sind die Produktbeschreibungen von Juristen verfasst und für den Laien meistens unverständlich.

Zudem geht die Bundesregierung davon aus, dass Verbraucher/innen jederzeit in der Lage sind, alle Informationen zu verstehen und richtig einzuordnen. Das entspricht nicht der Realität der Verbraucher/innen am Finanzmarkt.

Wir sorgen für eine wirkungsvolle Finanzmarktaufsicht und -regulierung

Bei Finanzdienstleistungen geht es für Verbraucher/innen um viel. Die Probleme sind zu gravierend, als dass man diese Branche lediglich mit Samthandschuhen anfassen und für ein wenig mehr an Transparenz zu sorgen bräuchte.

Die SPD-Bundestagsfraktion wird daher ein Gesamtkonzept zur Verbesserung des Anlegerschutzes umsetzen. Finanzmärkte müssen verbraucherfreundlich werden. Hierzu gehören u. a. die folgenden Maßnahmen:

- **Für eine wirksame Finanzaufsicht sorgen:** Die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) wird endlich mit einem klaren Mandat für den Verbraucherschutz ausgestattet. Sie wird damit in die Lage versetzt, Fehlentwicklungen

im Markt effektiv zu sanktionieren. Eine Abzocke von Verbrauchern/innen durch Finanzdienstleister darf sich nicht länger lohnen.

- **Alle Akteure am Finanzmarkt überwachen:** Kein Akteur, kein Produkt und kein Markt darf mehr ohne wirksame Regulierung sein. Wir werden deshalb der Bundesanstalt für Finanzaufsicht auch die Aufsicht über freie Finanzvermittler, -makler und -berater übertragen. Schwarz-Gelb hatte hierfür die kommunale Gewerbeaufsicht vorgesehen, die dazu nicht in der Lage ist.
- **Marktwächter für den Finanzmarkt einführen:** Den Erfahrungen und Sorgen von Verbrauchern/innen muss mehr Gehör und eine kraftvolle Stimme gegeben werden. Hierfür wird die SPD-Fraktion einen „Finanzmarktwächter“ einführen. Er registriert Verbraucherbeschwerden, meldet strukturelle Fehlentwicklungen und Missstände an die Aufsicht und sanktioniert Fehlverhalten von Unternehmen durch Abmahnungen und Unterlassungsklagen. Diese Funktion sollen die Verbraucherzentralen wahrnehmen.
- **Überzogene Dispo-Zinsen stoppen:** Die Abzocke mit überhöhten Dispo-Zinsen werden wir konsequent, zügig und dauerhaft stoppen. Wir werden die Höhe der Dispo-Zinsen bei acht Prozent über dem Basiszinssatz per Gesetz deckeln.

Beispiel 2: Datenschutz im Informationszeitalter

Das Internet ermöglicht Verbrauchern/innen, sich grenzenlos zu informieren, auszutauschen und rund um die Uhr an jedem Tag in der Woche einzukaufen. Allerdings gleicht die Internetwirtschaft heute immer noch dem Wilden Westen:

- Verbrauchern/innen werden kostenlose Leistungen angeboten, die sich wenig später als eine kostspielige Abo-Falle erweisen.
- Im Internet wird „Luxus-Highspeed-Surfen“ „ohne Zeit- und Volumenbeschränkungen“ angeboten, Verbraucher/innen werden lediglich im Kleingedruckten darauf hingewiesen, dass die Übertragungsgeschwindigkeiten nach einem bestimmten Datenvolumen radikal gedrosselt werden oder Übertragungsraten nicht garantiert werden können.
- Die vielen vermeintlich kostenlosen Angebote des Internets haben oft doch einen Preis. Denn die neue Währung des Internets heißt Verbraucherdaten. Unternehmen überbieten sich daher mit Tricks, um an diese Daten heranzukommen und Verbraucher/innen systematisch auszuspionieren.

Schwarz-Gelb verzögert die Modernisierung der Datenschutzgesetzgebung

Die EU-Kommission hat im Jahr 2012 ein Reformpaket vorgestellt, um den Datenschutz an die Herausforderungen des 21. Jahrhunderts anzupassen. Eine solche Modernisierung ist längst überfällig, da das Datenschutzgesetz maßgeblich in den 1970er- und 1980er-Jahren entwickelt wurde. Das war die Zeit von Wählscheiben-Telefonen. Damals hatten nur die kühnsten Visionäre mit den heutigen Möglichkeiten der digitalen Welt gerechnet.

Bundesverbraucherministerin Aigner (CSU) hat in den vergangenen Jahren für viel Aufsehen mit ihrem Austritt aus Facebook gesorgt. Hiermit wollte sie gegen Facebooks Datenschutzpraktiken protestieren. Reine Symbolpolitik hat jedoch keine Wirkung. Anstatt den Symbolhandlungen Taten folgen zu lassen, tritt die Bundesregierung bei wesentlichen Fragen der Neuausrichtung des Datenschutzes als Bremser, Verwässerer und Zögerling auf:

- Statt den Datenschutz zu modernisieren will Schwarz-Gelb ihn gleich ganz über Bord werfen: Union und FDP wollen nur noch vor der Verletzung von Persönlichkeitsrechten schützen, wesentliche Grundsätze wie Datensparsamkeit oder Datenvermeidung sollen nicht mehr gelten. Außerdem verzögert die Bundesregierung derzeit die europäische Debatte über eine wirkungsvolle Verbesserung des Datenschutzes anstatt sie mitzugestalten und voranzutreiben.
- Bevor die mit viel Getöse neu eingerichtete Stiftung Datenschutz überhaupt ihre Arbeit aufnimmt, entpuppt sie sich als einseitig und zahnlos: Anbieterinteressen dominieren die Stiftung und untergraben ihre Neutralität. Deutschlands Daten- und Verbraucherschützer verweigern deshalb die Zusammenarbeit. Die bereitgestellten Mittel stehen in keinem Verhältnis zu den gesetzten Zielen und dem notwendigen Handlungsbedarf.
- Seit zwei Jahren hätte die Bundesregierung die E-Privacy-Richtlinie der EU in deutsches Recht umsetzen müssen. Die Richtlinie sieht vor, dass Webseiten vor der Verwendung von Cookies die Zustimmung der Verbraucher/innen einholen müssen. In Frankreich und Großbritannien ist dies bereits erfolgreich gelebte Praxis. Die Bundesregierung jedoch verweigert den Bürger/innen in Deutschland einen besseren Schutz ihrer Daten beim Surfen im Internet. Weil sie die Richtlinie nicht umsetzt, begeht sie darüber hinaus Rechtsbruch. Die Datenkraken können somit weiterhin im Hintergrund fischen, ohne dass Verbraucher/innen hiervon etwas mitbekommen.

Wir passen den Datenschutz an das Informationszeitalter an

In einer sozialdemokratischen Verbraucherpolitik steht der Mensch im Mittelpunkt. Um die Selbstbestimmung der Bürger/innen zu bewahren, müssen Verbraucher/innen heute insbesondere auch vor den Schnüffeleien der Unternehmen geschützt werden.

Die SPD-Bundestagsfraktion setzt sich daher für die folgenden Ziele ein:

- **Ein starkes europäisches Datenschutzrecht:** Das Internet kennt keine Grenzen – das derzeitige Datenschutzrecht jedoch schon. Daher kann es heute die datenschutzfeindlichen Praktiken von Facebook, Google und Co. nur unzureichend sanktionieren. Zukünftig muss sichergestellt werden, dass deutsches und europäisches Datenschutzrecht anzuwenden ist, sobald die Daten europäischer Verbraucher/innen erhoben und verarbeitet werden.
- **Daten-Hoheit der Verbraucher stärken:** Die Daten von Verbrauchern/innen gehören ihnen. Daher müssen sie ein Recht haben, diese Daten auch von einem zu einem anderen Anbieter mitzunehmen (Datenportabilität) und sie vollständig zu löschen.
- **Datenschutz durch Design und Voreinstellung:** Verbrauchern/innen muss eine datensparsame Nutzung von Internetdienstleistungen so einfach wie möglich gemacht werden. Daher müssen Anbieter dazu verpflichtet werden, ihre Angebote von vornherein datensparsam zu konzipieren und einzurichten (Datenschutz by design) und nur nach ausdrücklicher Zustimmung der Verbraucher/innen Daten zu sammeln (Datenschutz by default).

Beispiel 3: Sicheres Kinderspielzeug

Immer wieder kommen Testorganisationen, wie die Stiftung Warentest, zu dem erschütternden Urteil, dass Kinderspielzeug mit Gift belastet ist – und das in einem erschreckenden Ausmaß. Ob Holzbausteine, Plüschtiere, Puppen oder Plastikspielzeug: Die Tester finden Formaldehyd, Phthalate (Weichmacher), PAKs (polyzyklische aromatische Kohlenwasserstoffe), kritische Farbstoffe und Nonylphenol (Weichmacher) – Stoffe, die als krebserregend gelten, Allergien auslösen, das Erbgut verändern oder fortpflanzungsschädigend sein können.

Schwarz-Gelb verhindert mehr Sicherheit von Kinderspielzeug

Im Rahmen der Überarbeitung der EU-Spielzeugrichtlinie hätte die Bundesregierung in ihrer Amtszeit die Gelegenheit gehabt, die Sicherheit von Kinderspielzeug spürbar zu verbessern. Aber für eine verpflichtende und europaweite Überprüfung von Kinderspielzeug durch unabhängige Dritte setzte sie sich nicht ein. Zwar wurden einige Allergie auslösende Duftstoffe verboten, für ein komplettes Verbot dieser überflüssigen Substanzen reichte der politische Wille jedoch nicht.

Außerdem versäumte es die Bundesregierung, die Zuständigkeit für das Thema Sicherheit von Kinderspielzeug, die über vier unterschiedliche Ministerien (Wirt-

schafts-, Arbeits- und Sozial-, Umwelt- und Verbraucherministerium) verteilt ist, im Verbraucherministerium zu bündeln. Eine Chance für einen schlagkräftigen Verbraucherschutz aus einer Hand wurde damit vertan.

Wir stellen das Wohl der Kinder und Jugendlichen in den Mittelpunkt

Wenn es um das gesundheitliche Wohl von Menschen und insbesondere von Kindern und Jugendlichen geht, muss der Staat mit seinen Gesetzen und der Marktüberwachung für deren Schutz sorgen.

Daher setzt sich die SPD-Bundestagsfraktion für die folgenden Maßnahmen ein:

- **Für Sicherheit der Verbraucher/innen sorgen:** Es darf nur Spielzeug angeboten werden, von dem keine Gefahr für die Gesundheit von Kindern und Jugendlichen ausgeht. Hierfür müssen auf EU-Ebene die entsprechenden Rahmenbedingungen geschaffen werden. Eltern und Großeltern müssen ihre Kinder und Enkelkinder auch ohne Chemiestudium wirksam schützen können.
- **Gifte im Spielzeug verbieten:** Insbesondere muss dafür gesorgt werden, dass die gleichen strengen Vorgaben, die etwa für Lebensmittelverpackungen gelten, auch für Spielzeug angewendet werden. Denn Kinder nehmen Spielzeug in den Mund und kauen und lutschen daran herum.
- **Wirksame Prüfungen durch Dritte einführen:** Die Sicherheit von Kinderspielzeug muss vor dem Verkauf durch Institutionen wie den TÜV überprüft werden. Und Kinderspielzeug muss ein eigenes eindeutiges Prüfsiegel erhalten.
- **Die Zuständigkeiten neu regeln:** Die Zuständigkeit für die Sicherheit von Kinderspielzeug ist im Verbraucherministerium zu bündeln. Es kann nicht sein, dass die Zuständigkeit über vier Ministerien verteilt ist. Nur durch eine Bündelung kann schnell und konsequent gehandelt werden.



Verbraucherfreundliche Märkte

Die Verbraucherpolitik muss sich an der Konsumrealität und nicht an Wunschvorstellungen ausrichten. Was wie eine Binsenweisheit klingt, ist für die Verbraucherpolitik der derzeitigen Bundesregierung jedoch keine Selbstverständlichkeit. Sie hält am Leitbild des mündigen Verbrauchers fest. Hierbei setzt sie voraus, dass Verbraucher zu jeder Zeit genau wissen, was sie benötigen, auch den größten Informationswirrwarr durchblicken und sehr komplexe Informationen bewerten können.

Eine sozialdemokratische Verbraucherpolitik fußt auf neuesten verhaltenswissenschaftlichen Erkenntnissen und fördert die Selbstbestimmung und Mündigkeit von Verbrauchern/innen. Allerdings verwechselt sie nicht das Ziel, mündige Entscheidungen zu treffen, mit der Lebensrealität. Denn hier zeigt sich, dass Verbraucher/innen keineswegs stets rational agieren, um für sich das Beste herauszuholen. Im Alltag zeigt sich etwa, dass Verbraucher/innen:

- sich am Verhalten von Verwandten und Freunden orientieren.
- sich an Standardvoreinstellungen im Internet orientieren.
- Daumenregeln verwenden.
- bei zu vielen Informationen und Angeboten Entscheidungen vertagen.

Die SPD-Bundestagsfraktion holt Verbraucher/innen in ihrem Alltag ab. Nicht jede/r kann Experte/in für alle Entscheidungen sein. Nicht alle Verbraucher/innen haben die Zeit und verfügen über Informationen, sich in komplexe Entscheidungen einzuarbeiten. Der gesunde Menschenverstand muss ausreichen, souveräne Kaufentscheidungen zu treffen.

Wie eine alltagstaugliche Verbraucherpolitik aussieht, zeigen wir an den Beispielen Nährwertkennzeichnung und Verbraucherinformationsgesetz.

1. Beispiel: Nährwertkennzeichnung

Mehr als die Hälfte der Erwachsenen in Deutschland bringt zu viel auf die Waage. Besonders Ältere, Arme und Menschen mit geringer Bildung sind hiervon betroffen. 1,9 Millionen Kinder und Jugendliche in Deutschland sind übergewichtig.

Übergewicht hat nicht nur individuelle Folgen, sondern auch für unser gesamtes Gesundheitssystem. So werden derzeit rund ein Drittel der gesamten Gesundheitskosten für die Bekämpfung von Krankheiten aufgewendet, die durch Übergewicht bedingt sind. Hierzu zählen Krankheiten wie Diabetes, Herz-Kreislauf-Erkrankungen und ein vorzeitiger Gelenkverschleiß.

Schwarz-Gelb verhindert eine leicht verständliche Kennzeichnung

Die Bundesregierung hat in ihrer Amtszeit eine wichtige Chance vertan, wirkungsvoll gegen Übergewicht vorzugehen. So wurde in den vergangenen Jahren auf EU-Ebene über eine neue Lebensmittelkennzeichnung debattiert. Die Bundesregierung hat sich in dieser Diskussion für ein von der Lebensmittelwirtschaft entwickeltes Modell stark gemacht.

Das Problem an dem Modell besteht darin, dass diese Informationen von Verbrauchern/innen kaum verstanden werden und im Verbraucheralltag zu kompliziert sind. Ein Vergleich mit ähnlichen Lebensmitteln ist nur mit großem Aufwand möglich. Zur Bekämpfung von Übergewicht kann dieses Modell deshalb kaum beitragen. Die Lebensmittellobby kann sich über den Erfolg freuen, Verbraucher/innen gehen leer aus.

Wir setzen uns für eine wirkungsvolle Ampel-Kennzeichnung ein

Die SPD-Bundestagsfraktion hat sich in dieser Debatte für die Ampel-Kennzeichnung stark gemacht. Wie durch eine Verkehrsampel können Verbraucher/innen so auf einen Blick anhand von rot, gelb und grün sehen, wie kalorien- oder salzhaltig das Lebensmittel ist. Hierdurch erkennen Verbraucher/innen sofort, ob sie es beim Müsli oder beim Fertiggericht mit einer Kalorienbombe zu tun haben oder nicht. Der Vergleich von Fertigprodukten wird damit deutlich leichter. Neben uns haben sich auch Verbraucher- und Gesundheitsorganisationen wie der AOK-Bundesverband, die Bundesärztekammer und der Verbraucherzentrale Bundesverband für dieses Ampel-Modell eingesetzt.

Unser Eintreten für die Ampel-Kennzeichnung basiert auf einer lebensnahen Einschätzung darüber, wie sich Verbraucher/innen am Markt verhalten. Denn die meisten Verbraucher/innen haben keine Zeit, sich beim Einkauf von Lebensmitteln, mit dem Kleingedruckten zu beschäftigen. Sie wollen auf einen Blick sehen, was ein Produkt enthält.

So erkennen Sie Kalorienbomben schon im Supermarkt

Die Angaben beziehen sich auf 100 g. Nicht auf eine Portion!
Getränke: Halbe Werte.

	GERING	MITTEL	HOCH
FETT	bis 3 g	3 – 20 g	> 20 g
GESÄTTIGTE FETTSÄUREN	bis 1,5 g	1,5 – 5 g	> 5 g
ZUCKER	bis 5 g	5 – 12,5 g	> 12,5 g
SALZ	bis 0,3 g	0,3 – 1,5 g	> 1,5 g

Quelle: Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

Eine am Lebensalltag ausgerichtete Verbraucherpolitik ist daher eine bessere Verbraucherpolitik. Sie gibt sich keinen Illusionen hin, sondern setzt bei dem realen Verhalten von Verbrauchern/innen an und fördert ihre Selbstbestimmungsmöglichkeiten. Für unsere Verbraucherpolitik ist der gesunde Menschenverstand der Gradmesser.

.....

2. Beispiel: Verbraucherinformationsgesetz

Klimawandel, Kinderarbeit und Dumping-Löhne in Deutschland – immer stärker tragen Verbraucher/innen auch eine Verantwortung für die Konsequenzen ihrer Konsumententscheidungen. Ihr Einkaufszettel entscheidet über die Nachhaltigkeit und Zukunftsfähigkeit unserer Gesellschaft.

Deshalb muss die Politik die Rahmenbedingungen so gestalten, dass Verbraucher/innen ihrer Verantwortung für gesamtgesellschaftliche Anliegen ohne zu große Hürden nachkommen können.

Auf der einen Seite benötigen Verbraucher/innen relevante Informationen über die Herstellung und die Inhaltsstoffe von Produkten. Auf der anderen Seite brauchen sie einen Zugang zu nachhaltigen Konsumalternativen, und ein verantwortungsvoller Konsum darf nicht zu aufwendig sein. So muss die Politik gegen eine Wegwerfkultur vorgehen, in der Unternehmen Produkte so konzipieren, dass sie nach kurzer Zeit

verschleißten oder kaputt gehen (Obsoleszenz), oder es Verbrauchern/innen schwer gemacht wird etwa Batterien selbst auszutauschen.

Schwarz-Gelb schützt Unternehmen statt Verbraucher

Die Bundesregierung hat eine große Chance vertan, Verbrauchern/innen, kritischen Journalisten und Verbraucherorganisationen einen Zugang zu wesentlichen Informationen zu verschaffen, die für ein verantwortliches Handeln notwendig sind.

So trat im Jahr 2012 das neue Verbraucherinformationsgesetz in Kraft. Es wird jedoch wirkungslos bleiben, denn die Hürden für die Informationsbeschaffung sind zu hoch. Sie werden Verbraucher/innen und Verbraucherorganisationen abschrecken, ihr Informationsrecht zu nutzen. Denn übersteigt der Aufwand, eine Anfrage zu beantworten, 1 000 Euro, müssen die Kosten von den Verbrauchern/innen getragen werden. Gleiches gilt für allgemeine Anfragen, deren Bearbeitung 250 Euro übersteigt.

Überdies wird es Behörden schwerer gemacht, Verbraucher/innen von sich aus über Verstöße zu informieren. Will eine Behörde die Öffentlichkeit etwa über zu hohe Pestizidbelastungen bei Obst aufklären, muss sie zwei Proben von unterschiedlichen Laboren analysieren lassen und dafür Kosten von mehr als 500 Euro pro Probe zahlen.

Verbraucher befähigen, verantwortlich zu konsumieren

In einer sozialdemokratischen Verbraucherpolitik, die Selbstbestimmung und Eigenverantwortung der Verbraucher/innen groß schreibt, stellt der Zugang zu relevanten Informationen ein Grundrecht dar. Von bewussten Konsumententscheidungen profitieren nicht nur die Verbraucher/innen selbst, sondern auch die Wirtschaft, Arbeitnehmer/innen und die Umwelt. Denn wenn Verbraucher/innen Entscheidungen auf Grundlage von belastbaren Informationen treffen, werden die Unternehmen punkten, die nichts zu verbergen haben und mit ihren Produkten und Dienstleistungen überzeugen. In diesem Sinne ist Verbraucherpolitik auch ein wesentlicher Bestandteil einer nachhaltigen Wirtschaftspolitik von der Nachfrageseite her.

Die SPD-Bundestagsfraktion setzt sich daher für die folgenden Maßnahmen ein:

- **Verbraucherinformationsrechte stärken:** Verbraucher/innen müssen einen kostengünstigen Zugang zu Informationen erhalten, über die Behörden verfügen.
- **Behörden müssen aktiv informieren:** Behörden sollen Untersuchungsergebnisse transparent machen und bei Rechtsverstößen Ross und Reiter nennen.
- **Unternehmen in die Pflicht nehmen:** Verbraucher/innen müssen auch Informationsrechte gegenüber Unternehmen eingeräumt werden. Überdies müssen Unternehmen dazu verpflichtet werden, Produkte möglichst umweltfreundlich, langlebig und reparaturfreundlich zu entwerfen. Auch müssen Ersatzteile langfristig verfügbar sein.

Verbraucherpolitik durch Forschung stärken

Verbraucher/innen können in einer globalisierten Wirtschaft und einer internetbasierten Dienstleistungsgesellschaft aus einer Vielzahl von Angeboten und Tarifoptionen auswählen. Allein im Telekommunikationsbereich gibt es mehrere Tausend Anbieter und Tarifoptionen.

Wie wirkt sich diese Fülle an Alternativen auf Verbraucher/innen aus? Welche neuen Herausforderungen für Verbraucher/innen folgen aus der zunehmenden Digitalisierung – etwa beim Datenschutz? Wie können verbraucherpolitische Ziele am effektivsten erreicht werden? Mit der Beantwortung dieser Fragen ist die Verbraucherpolitik heute weitgehend auf sich allein gestellt, denn es fehlt weitgehend an einer anbieterunabhängigen interdisziplinären Verbraucherschutzforschung.

Es überrascht daher nicht, dass die Verbraucherpolitik heute häufig als skandalgetrieben und kopflos wahrgenommen und kritisiert wird. Sie wird meist erst dann aktiv, wenn das Kind bereits in den Brunnen gefallen ist. Was benötigt wird, ist jedoch eine präventive Verbraucherpolitik, die mit Augenmaß auf sich abzeichnende Probleme eingeht und potenzielle Schäden von Verbrauchern/innen abwendet, bevor es zu spät ist.

Schwarz-Gelb agiert planlos

Auf dieses strukturelle Defizit an Verbraucherschutzforschung reagiert die Bundesregierung lediglich mit einem Flickenteppich an Maßnahmen. So hat sie im Jahr 2011 ein Gutachten zur „Lage der Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland“ ausgeschrieben, ein loses Netzwerk Verbraucherschutzforschung ins Leben gerufen, eine Stiftungsprofessur für Verbraucherrecht an der Universität Bayreuth eingerichtet und wissenschaftliche Gutachten zu Einzelthemen durchführen lassen.

All diese Einzelmaßnahmen sind sinnvoll, sie stellen jedoch nicht mehr als Einzelmaßnahmen dar, die die größten Missstände in der Verbraucherforschung adressieren. Ein Gesamtkonzept, wie sie insgesamt gestärkt werden kann, wird hieraus nicht erkennbar.

Wir bauen die Verbraucherforschung systematisch aus

Wer eine wirkungsvolle Verbraucherpolitik betreiben möchte, muss sich auf eine starke Forschung stützen können, die sich mit der Konsumrealität beschäftigt. Die SPD-Bundestagsfraktion wird die Verbraucherforschung daher systematisch ausbauen und dafür sorgen, dass die in der Forschung gewonnenen Erkenntnisse auch von der Politik berücksichtigt werden.

Hierzu zählen etwa die folgenden Maßnahmen:

- **Verbraucher-Check in der Gesetzgebung einführen:** Bisher werden die Auswirkungen von Gesetzen auf die Verbraucher/innen nicht systematisch geprüft. Das wollen wir ändern. Mit einem Verbraucher-Check wollen wir Regelungsvorhaben systematisch darauf abklopfen, ob sie den Verbraucher/innen tatsächlich in ihrem Alltag nutzen und wie sich dadurch die Marktstrukturen verändern. Zum Beispiel wollen wir Produktinformationsblätter darauf testen, ob sie von Durchschnittsverbrauchern tatsächlich verstanden werden und ob sie bei der Entscheidungsfindung wirklich nützlich sind.
- **Eigenständige Forschungseinrichtung für Verbraucherfragen aufbauen:** Ziel dieser Einrichtung ist es, Verbraucherverhalten zu erforschen und die Grundlagen für eine an den Erfahrungen und Nöten orientierte Verbraucherpolitik zu legen.



Außerdem soll sie die Politik in Fragen einer effektiven Institutionalisierung der Verbraucherpolitik wissenschaftlich beraten.

- **Sachverständigenrat für Verbraucherfragen einrichten:** Sachverständigenräte sind wichtige Gremien, die die Politik in Fachfragen unabhängig beraten. So existieren beispielsweise Sachverständigenräte für die Wirtschaft, Umweltfragen und Gesundheit. Bei einem so übergreifenden Thema wie der Verbraucherpolitik halten wir die Einrichtung eines solchen Gremiums für längst überfällig. Deshalb will die SPD-Bundestagsfraktion einen solchen Rat einrichten. Periodisch sollte dieses Gremium Vorschläge zu wichtigen Verbraucherfragen und Stellungnahmen zu Teilmärkten abgeben.
 - **Jährliche Erhebung zu Verbrauchermärkten durchführen:** Um Problemen nicht immer nur hinterherzueilen, sondern um sie frühzeitig zu identifizieren und zu agieren, bedarf es einer systematischen jährlichen Erhebung zu Verbraucherfragen. So sollten Paneluntersuchungen zur Lage der Verbraucher/innen in unterschiedlichen Konsumbereichen jährlich durchgeführt werden. Hierdurch könnte frühzeitig erkannt werden, welche Konsumbereiche und welche Marktpraktiken Probleme für Verbraucher/innen verursachen.
-

Fit für das 21. Jahrhundert

Während Unternehmen in Deutschland jährlich rund 30 Milliarden Euro allein für Werbemaßnahmen ausgeben, investierte die Bundesregierung im Jahr 2012 lediglich ein Tausendstel dieser Summe (d. h. rund 32 Millionen Euro) in wesentliche verbraucherpolitische Akteure wie den Verbraucherzentrale Bundesverband, die Stiftung Warentest und in anbieterunabhängige Verbraucherinformationen.

Diese Unterfinanzierung hat fatale Konsequenzen, denn Verbraucherorganisationen spielen zentrale Rollen in der

- **Interessenvertretung:** Verbraucherorganisationen verleihen den Anliegen der Verbraucher/innen gegenüber den zumeist finanziell gut ausgestatteten Anbieterinteressen in der Politik Gehör. Sind sie unterfinanziert, dominieren Wirtschaftsinteressen die politische Meinungsbildung.
- **Rechtsdurchsetzung:** Durch ihre Verbandsklagebefugnisse können Verbraucherorganisationen Unternehmen etwa bei irreführenden Werbeaussagen auf Unterlassung verklagen. Fehlt das Geld für Rechtsanwälte, bleiben Verstöße unsanktioniert.
- **Verbraucherinformation:** Verbraucherorganisationen stellen Verbrauchern/innen anbieterunabhängige Informationen zu Produkten und Dienstleistungen zur Verfügung und helfen ihnen dabei, ihr Recht auch im Alltag durchzusetzen. Verbraucherorganisationen sind allerdings heute bereits nicht mehr in der Lage, alle interessierten Verbraucher/innen mit Rat und Tat zu unterstützen.

Schwarz-Gelb schwächt Verbraucherorganisationen

Die Bundesregierung hat die Verbraucherorganisationen in dieser Legislaturperiode geschwächt anstatt sie zu stärken. Im Jahr 2009 übergab die Bundesverbraucherministerin beispielsweise öffentlichkeitswirksam 50 Millionen Euro an die Stiftung Warentest zum Aufbau ihres Stiftungsvermögens. Gleichzeitig reduzierte sie jedoch die jährlichen staatlichen Zuwendungen.

Die Bundesministerin ging von der bereits damals völlig realitätsfernen Annahme aus, dass das Stiftungsvermögen mit fünf Prozent nach Inflationsausgleich verzinst werden könne. Wegen der niedrigen Zinsen an den Finanzmärkten musste die Stiftung in den Jahren 2011 und 2012 mit wesentlich weniger Geld auskommen als vor der Umstellung der Finanzierung. Die qualitativ hochwertige Arbeit der Stiftung Warentest wurde durch die Politik der Bundesregierung erschwert.

Wir stärken Verbraucherorganisationen systematisch

Die SPD-Bundestagsfraktion wird die verbraucherpolitischen Institutionen systematisch stärken und an die verbraucherpolitischen Herausforderungen des 21. Jahrhunderts anpassen.

Hierzu zählen etwa die folgenden Maßnahmen:

- **Zuständigkeiten neu zuschneiden:** Kann ein Ministerium gleichzeitig Verbraucherinteressen und die Interessen der Land- und Ernährungswirtschaft vertreten? Wir sind überzeugt, dass das nicht geht. Die Verbraucherpolitik ist so bedeutend, dass ein eigenständiges Verbraucherministerium sinnvoll ist. Innerhalb der Bundesregierung sollte dieses neue Ministerium als Anwalt für die Verbraucher/innen agieren und dementsprechend Zuständigkeiten und Mitspracherechte erhalten.
- **Verbraucher-Check einführen:** Um die Verbraucherpolitik näher an der Lebensrealität auszurichten, wird ein Verbraucher-Check in den Gesetzgebungsprozess eingeführt. So werden die Auswirkungen von Gesetzgebungsvorschlägen auf die Verbraucher/innen, ihr Verhalten und die Märkte systematisch geprüft und die Qualität der Gesetzgebung verbessert.
- **Verbraucherorganisationen stärken – Marktwächter einführen:** Die Märkte haben sich in den letzten Jahrzehnten durch Globalisierung und Liberalisierung radikal verändert. Die Verbraucherorganisationen konnten mit diesen Umwälzungen nicht Schritt halten. Wir werden die Verbraucherorganisationen daher fit für das 21. Jahrhundert machen und als schlagfertige Organisationen weiterentwickeln. So sollen bei den Verbraucherzentralen Marktwächter eingerichtet werden. Diese beobachten Märkte systematisch, prangern Missstände in der Öffentlichkeit und gegenüber Regulierungsbehörden an, und dort, wo es möglich ist, gehen sie zivilgerichtlich gegen Verstöße vor.

Politik für Verbraucher

Mit den dargestellten Maßnahmen wollen wir die Rolle der Verbraucher/innen stärken und damit verhindern, dass sie zum Spielball der Märkte werden. Denn wir wollen, dass Sie sich sicher und unbeschwert im Geschäftsleben bewegen können, ohne Angst haben zu müssen, dass Sie übervorteilt werden. Daran arbeitet die SPD-Bundestagsfraktion im Parlament. Über unsere vielfältigen Initiativen zur Verbraucherpolitik informieren wir kontinuierlich auf www.spdfraktion.de.

Arbeitsgruppe Ernährung, Landwirtschaft, Verbraucherschutz

Sprecher



Dr. Wilhelm Priesmeier, MdB

Stellvertretende Sprecherin



Elvira Drobinski-Weiß, MdB

Mitglieder



Willi Brase, MdB



Petra Crone, MdB



Gabriele Groneberg, MdB



Holger Ortel, MdB



Heinz Paula, MdB



Kerstin Tack, MdB

Stellvertretende Mitglieder

Wolfgang Hellmich, MdB
Gustav Herzog, MdB
Gabriele Hiller-Ohm, MdB
Ulrich Kelber, MdB
Dr. Matthias Miersch, MdB
Mechthild Rawert, MdB
Rolf Schwanitz, MdB
Stefan Schwartze, MdB

WWW.SPDFRAKTION.DE

IMPRESSUM

HERAUSGEBERIN: SPD-BUNDESTAGSFRAKTION,
PETRA ERNSTBERGER MdB, PARLAMENTARISCHE GESCHÄFTSFÜHRERIN,
PLATZ DER REPUBLIK 1, 11011 BERLIN

HERSTELLUNG: SPD-BUNDESTAGSFRAKTION, ÖFFENTLICHKEITSARBEIT
STAND: FEBRUAR 2013

FOTOS: OPA114 / PHOTOCASE.COM (s. 14), BILDERBOX.COM (s. 20)

DIESE VERÖFFENTLICHUNG DER SPD-BUNDESTAGSFRAKTION DIENT
AUSSCHLIESSLICH DER INFORMATION. SIE DARF WÄHREND EINES
WAHLKAMPFES NICHT ALS WAHLWERBUNG VERWENDET WERDEN.