

Der Staatssekretär

Senatsverwaltung für Gesundheit, Umwelt und Verbraucherschutz
Brückenstraße 6, 10179 Berlin

Deutscher Bundestag
Ausschuss für Ernährung, Landwirtschaft
und Verbraucherschutz
Frau Höfken (MdB)
Platz der Republik 1
11011 Berlin

Geschäftszeichen (bei Antwort bitte angeben)

StS GUV

Bearbeiter/in:

Zimmer:

Telefon:

(030) 9025 – 2142 (Intern: 925)

Telefax:

(030) 9025 – 2053 (Intern: 925)

Datum:

19. Juni 2007

Stellungnahme zur öffentlichen Anhörung am 20. Juni 2007 zum Thema „Förderung der Verbraucherberatung“

Sehr geehrte Frau Höfken,

in der Anlage sende ich Ihnen die schriftliche Stellungnahme zu den von Ihnen übersandten Fragen zur o.a. Anhörung des Ausschusses zu.

Ich möchte darauf hinweisen, dass Ihr Schreiben mit den immerhin 39 Fragen mein Haus am 07. Juni 2007 erreicht hat. Da eine angemessene und sachgemäße Antwort in der von Ihnen gesetzten Frist bis zum 11. Juni 2007 weder erwartet werden kann noch leistbar ist, gehe ich davon aus, dass der verspätete Eingang der Stellungnahme Ihr Verständnis findet.

Bei der Beantwortung der Fragen habe ich mir erlaubt, anhand der vorgeschlagenen Themenblöcke vorzugehen und die Fragen, zu denen aus meiner Funktion eine Antwort möglich bzw. sachdienlich ist, en bloc zu beantworten.

Der Diskussion im Rahmen der Anhörung sehe ich mit großem Interesse entgegen.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Benjamin-Immanuel Hoff

Dienstgebäude:
Brückenstraße 6
10179 Berlin



Fahrverbindungen:
- U8 Jannowitzbrücke
- S 5, S 7, S 9, S 75 Jannowitzbrücke

Bitte benutzen Sie die öffentlichen Verkehrsmittel. Der Umwelt zuliebe.

Sprechzeiten:
Montag bis Freitag
von 10.00 bis 14.00 Uhr
bzw. nach Vereinbarung

Zahlungen bitte
bargeldlos nur an die
Landeshauptkasse,
Klosterstr. 59
10179 Berlin

Kontonummer
58-1 00
9 919 260 800
0 990 007 600
10 001 520

Geldinstitut
Postbank Berlin
Berliner Bank AG
Landesbank Berlin
LZB Berlin

Bankleitzahl
100 100 10
100 200 00
100 500 00
100 000 00

Stellungnahme zur öffentlichen Anhörung des Bundestagsausschusses für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz zum Thema „Förderung der Verbraucherberatung“ am 20. Juni 2007, 8.00 – 10.00 Uhr

I. Allgemeine Fragen zur Verbraucherberatung

1. *Inwieweit verfolgt Verbraucherberatung den Grundsatz, politisch neutral zu sein und ausschließlich Verbraucheraufklärung zu betreiben?*

Verbraucherberatung besteht darin, die Verbraucherinnen und Verbraucher mit Informationen zu versorgen, die sonst nicht am Markt in der gewünschten Qualität erhältlich sind. Es handelt sich dabei um ergänzende Informationen bzw. um Gegeninformationen.¹ Eine in diesem Sinne verstandene Verbraucherberatung muss naturgemäß sowohl politisch neutral als auch anbieterunabhängig sein.

Freilich geht das derzeit praktizierte Modell der Verbraucherberatung in Bund und Ländern vom Leitbild aus, Markttransparenz zu fördern und darüber hinaus die Verbraucherinnen und Verbraucher im Sinne eines übergeordneten sozial-ökologischen Konsuminteresses zu beeinflussen. Diese Beeinflussung, die auf allgemein akzeptierten z. B. Nachhaltigkeitszielen beruht (Rio-Konferenz von 1992), stellt insoweit keine Infragestellung des politischen Neutralitätsgebotes dar.

Zwei Punkte sind dabei jedoch zu beachten:

- Angesichts der durch das Internet ermöglichten Menge an Daten- und Informationen stellt Glaubwürdigkeit eines der höchsten Güter auf dem Informationsmarkt dar. Insofern ist neben der politischen Neutralität und der Anbieterunabhängigkeit die strategische Ausrichtung der Verbraucherinformation bzw. Verbraucherberatung am Prinzip der Glaubwürdigkeit, z. B. durch das Labeling von Informationen erforderlich.
- Vor dem Hintergrund der Entwicklungen in den Medien und anderen Informationskanälen ist eine emotionale Aktivierung der Verbraucherinformation kein Verstoß gegen Neutralität und Unabhängigkeit, sondern ein erforderliches Muss im Wettbewerb der Informationsanbieter.²

Die Verbraucherzentralen weisen in ihrer Stellungnahme zudem auf die Anwaltsfunktion gegenüber den Verbraucherinnen und Verbrauchern hin und auf die daraus erwachsende Vertretung verbraucherpolitischer Interessen. Inwieweit eine so verstandene verbraucherpolitische Positionierung in Konflikt z. B. mit Arbeitnehmerschutzinteressen bei der Frage der Ladenöffnungszeiten geraten kann, ist in jedem Einzelfall zu entscheiden.

5. *Für welche Zielgruppen wäre ein spezifisches Beratungs- und Informationsangebot zusätzlich sinnvoll und wie könnte dieses finanziert werden?*

In Verbindung mit

II.1. *Wo liegen zukünftig Schwerpunkte in der Arbeit der Verbraucherberatung? Wie würden Sie zukunftsfähige Verbraucherberatung skizzieren mit Blick auf den dafür benötigten finanziellen Bedarf?*

Folgende Themenfelder sind geeignet, in der nächsten Zeit – neben dem Tagesgeschäft – die Schwerpunktthemen in der Verbraucherpolitik zu bilden:

1. Wirtschaftlicher Verbraucherschutz
 - a. Konsequenzen von Privatisierungen, Deregulierung und Liberalisierung
 - b. Verschuldung und Finanzkompetenz
 - c. Energiekosten

¹ Vgl. Wissenschaftlicher Beirat „Verbraucher- und Ernährungspolitik“ beim BMELV 2003, Verbraucherinformation als Instrument der Verbraucherpolitik, S. 3.

² BMVFEL 2003, a.a.O., S. 17f.

2. Gesundheitlicher Verbraucherschutz

- a. Pflege
- b. Patientenberatung
- c. Ernährung

1.a. Konsequenzen von Privatisierungen, Deregulierung und Liberalisierung

In der Vergangenheit hat sich gezeigt, dass die Privatisierung öffentlicher Dienstleistungen häufig zu Lasten der privaten Verbraucherinnen und Verbraucher geht. Insbesondere das Beispiel der Wasserwirtschaft zeigt, dass die Öffnung gesetzlicher Vorgaben und entsprechender bislang öffentlich wahrgenommener Dienstleistungen vor allem private Unternehmen und Dienstleister, aber auch starke und mit Durchsetzungsvermögen ausgestattete Interessengruppen im Gemeinwesen gefördert haben. Demgegenüber haben sich Einflusspotenzial und Stellung der gebietskörperschaftlichen politisch-administrativen Verantwortlichen und der Bürgerinnen und Bürger, nicht zuletzt vermittelt durch den Einflussverlust der politischen Akteure proportional reduziert.³ Das Land Berlin hat sich vor diesem Hintergrund entschieden, dass die Unternehmen der öffentlichen Daseinsvorsorge in ihrer Wirtschaftlichkeit und Leistungsfähigkeit gestärkt werden und in öffentlicher Hand verbleiben. Dies gilt insbesondere für die Unternehmen der Wasserversorgung, der Gesundheitsversorgung, der Stadtreinigung, des Wohnungswesens und des öffentlichen Personennahverkehrs.⁴

Insbesondere dann, wenn aufgrund infrastruktureller oder regionaler Gegebenheiten (z. B. im Wasser- oder Abfallsektor) ein bislang öffentliches Monopol faktisch durch einen privaten Anbieter fortgeführt wird, entsteht ein erheblicher Informations- und Beratungsbedarf, nicht selten auch ein Rechtsschutzbedürfnis.

1.b. Verschuldung und Finanzkompetenz

Die teilweise stark beworbenen Angebote der Wirtschaft verleiten viele Verbraucher dazu, Verträge einzugehen, die sie finanziell überfordern. Dementsprechend hoch ist die Verschuldung der Verbraucherinnen und Verbraucher. Berlin nimmt dabei den zweitletzten Platz unter den Bundesländern ein.

Besonders kritisch ist dabei zu würdigen, dass die Steigerung bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen überproportional ist. Ein wesentlicher Schwerpunkt der Beratungstätigkeit wird deshalb in einer Ausweitung der Schuldnerberatung mit kurzfristiger Terminvereinbarung bestehen müssen. Gerade Jugendliche sehen von einer Beratung ab, wenn ein Beratungstermin erst nach vier bis fünf Monaten zustande kommt.

Parallel zur nachsorgenden Schuldnerberatung, für die das Land Berlin in den kommenden Jahren mehr Finanzmittel bereitstellen will, sind die Präventionsmaßnahmen zu verstärken. Dazu müssen Regelungen eingeführt werden, nach denen insbesondere bei Jugendlichen auflaufende Kosten einen bestimmten Betrag nicht übersteigen dürfen. Zudem sind Mindeststandards bei Kreditvermittlern, die insbesondere an verschuldete Personen Kredite mit überhöhten Zinsen vermitteln, durchzusetzen.

Wie wichtig die Bildungsarbeit – und zwar in differenzierter Form – gerade in diesem Themenfeld ist, zeigt ein Ergebnis einer Befragung aus dem Jahre 2006 an Berliner Schulen. Ein Fragebogen mit 17 Fragen (Verbraucherrechte, Geld, Versicherungen, Nahrung sowie Nachhaltigkeit) wurde an Berliner Schülerinnen und Schüler ab Klasse 10 verteilt. Dabei wurden insgesamt 51,4 % der Fragen richtig beantwortet. Eine Schularten- und Altersdifferenzierung zeigt jedoch die erheblichen Spannbreiten:

- Bei den 15- bis 17-Jährigen liegt der Wert bei 47%. Die 18-Jährigen erreichten 57%, die 19-Jährigen 63%.

³ Vgl. Lederer, Klaus 2004, Strukturwandel bei kommunalen Wasserdienstleistungen, Berlin, S. 447. aber auch: Brunnengräber, Achim (Hrsg.) 2003, Globale Öffentliche Güter unter Privatisierungsdruck. Festschrift für Elmar Altva-ter, Münster.

⁴ Koalitionsvereinbarung zwischen SPD und Linkspartei für die Legislaturperiode 2006-2011, S. 5f.

- Am besten schneiden die Berufsschulen ab (62%), danach folgen die Gymnasien (59%), die Gesamtschulen (44%) und die Realschulen (43%).
- 11% konnten keine bis max. 5 Fragen richtig beantworten. Während Berufsschüler und Gymnasiasten hier mit 1-2% vertreten sind, kommen Realschüler auf 22% und Gesamtschüler auf 16%.

1.c. Energiekosten

Der vzbv ist in seiner Stellungnahme auf die Energieberatung eingegangen. Im Sinne einer Beeinflussung der Konsumentinnen und Konsumenten besteht eine Aufgabe nachhaltiger Verbraucherpolitik auch darin, auf die Zusammenhänge zwischen eigenem Konsumverhalten und Klimaschutz aufzuklären. Die qualifizierte Beratung der Öffentlichkeit ist ein wichtiger Baustein zur Erreichung politisch gesetzter Ziele wie dem Klimaschutz.

2.a. Pflege

Die Pflege- und Betreuungsbranche ist ein Wachstumsmarkt, der sich zunehmend beschleunigt. In Deutschland gibt es derzeit rund 2,1 Millionen Menschen, die pflegebedürftig sind. Aufgrund der demografischen Entwicklung wird bis zum Jahr 2020 mit einem Anstieg der pflegebedürftigen alten Menschen auf bis zu 2,8 Millionen gerechnet. Deutschlandweit sind in der Pflege und Betreuung derzeit etwa 1,2 Millionen Beschäftigte tätig. Im Pflege- und Betreuungssektor sind damit bereits heute rund 500.000 mehr Beschäftigte als in der Automobilindustrie tätig. Das rasante Wachstum im Pflege- und Betreuungssektor geht nicht selten zu Lasten von Qualität und Beratung. Gerade im sensiblen Bereich der Pflege und vor dem Hintergrund der eingeschränkten Möglichkeiten der Betroffenen, das Angebot und Qualitätskriterien überblicken zu können, sind für Menschen, die zur Bewältigung ihres Alltags oder wegen einer materiellen Notlage, wegen einer Erkrankung oder Pflegebedürftigkeit ambulante oder stationäre Hilfen und Dienstleistungen in Anspruch nehmen, neutrale Informationen, Transparenz der Unterstützungsstrukturen, Hinweise auf Selbsthilfegruppen und andere Verbraucherinformationen von enorm großer Bedeutung. Wesentliche Aufgaben auf diesem Feld sind:

- eine Aktivierung der Verbraucherinnen und Verbraucher
- Kompetenzerwerb für die Betroffenen
- Qualifizierung der sachkundigen Personen und der Selbsthilfegruppen
- ein funktionierendes Beschwerdemanagement bei den Anbieterinnen und Anbietern
- freiwillige Kooperationen für Transparenz durch die Akteure und regelmäßige Informationen der Anbieterinnen und Anbieter.

2.b. Patientenberatung

Der vzbv ist in seiner Stellungnahme bereits auf die Tätigkeit und Bedeutung der UPD eingegangen.

Angesichts der zunehmenden Bedeutung psychiatrischer Erkrankungen und der steigenden Zahl ambulanter und stationärer Behandlungsfälle ist dieser Bereich des Gesundheitswesens stärker in den Blick zu nehmen. So sollen z. B. in Berlin, wie in anderen Bundesländern auch, Besuchskommissionen neben dem verzweigten Netz unterschiedlicher psychiatrischer Hilfen, angefangen von Krankenhäusern und Heimen, über niedergelassene Ärzte/Therapeuten, verschiedene betreute Wohnformen bis hin zu tagesstrukturierenden und Beschäftigungsangeboten dazu dienen, die Betreuungsqualität und das Zusammenspiel der verschiedenen Einrichtungen wie auch die Einbeziehung der Klientinnen und Klienten zu untersuchen. Besuchskommissionen werden qualitätssichernd wirken, indem sie auf Mängel und Defizite aufmerksam machen und für Verbesserungen sowohl in der einzelnen Einrichtung als auch im Zusammenwirken mit anderen Leistungserbringern werben können. Insbesondere in Einrichtungen lebende psychisch kranke Menschen können sich hierbei mehr Gehör verschaffen, da sie von den Besuchskommissionen auch befragt werden sollen. Das Versorgungssystem wird insofern noch transparenter, die Verbraucherinformation in diesem wichtigen und sensiblen Feld besser.

2.c. Ernährung

Aufgrund der ausführlichen Stellungnahme des vzbv und der bereits stattgefundenen Diskussionen im ELV-Ausschuss kann auf Ausführungen an dieser Stelle verzichtet werden.

Zu den Finanzierungsmöglichkeiten siehe V.

6. Halten Sie vom Bund geförderte Modellprojekte in diesem Zusammenhang für sinnvoll?

In Verbindung mit

II. 2. In welchen Bereichen sehen Sie ein Notwendigkeit für bundesgeförderte Projekte der Verbraucherzentralen? Welche Marktsegmente sind dabei prioritär? Können durch bundesgeförderte Projekte bundeseinheitliche Markt- bzw. Verbraucherschutzstandards forciert werden?

Modellprojekte sind insbesondere dann sinnvoll, wenn man sich an bestimmte Bevölkerungskreise (Jugendliche, Schuldner, Migranten) richtet und nicht genau abschätzen kann, ob die Art der Beratung oder Informationsvermittlung auf Akzeptanz stößt.

Durch eine Modellphase kann das Angebot optimiert und in dieser Form dann bundesweit eingesetzt werden. Das erspart unnötige politische und monetäre Kosten bei Fehlschlägen und verhindert, dass Fördermittel ineffektiv eingesetzt werden.

II. Schwerpunkte der Arbeit

(Fragen 1 und 2 wurden in Verbindung mit Fragen 5 und 6 aus Frageblock I beantwortet)

III. Wirtschaftlicher Verbraucherschutz

Der Schutz der wirtschaftlichen Interessen der Verbraucherinnen und Verbraucher stellt ein zentrales Handlungsfeld des Bundes und der Länder dar. Im Interesse des wirksamen Verbraucherschutzes kommt der Transparenz der Waren- und Dienstleistungsangebote eine besondere Bedeutung zu. Angesichts der Vielzahl neuer Produkte, Dienstleistungen sowie Märkte und Vermarktungsformen, den Entwicklungen in der Informationstechnik und Datenverarbeitung sowie durch die Privatisierung vormals öffentlicher Dienstleistungen besteht die Aufgabe von Verbraucherpolitik auch darin, diesen Wandel begleiten. Dafür hat das BMELV-Projekt „Wirtschaftlicher Verbraucherschutz“ in den Jahren 2004 bis 2007 einen wichtigen Beitrag geleistet.

3. Welche Ergebnisse und Wirkungen konnten durch die 4-jährige Projektfinanzierung im Bereich des „Wirtschaftlichen Verbraucherschutzes“ erzielt werden?

4. Wurde das Verhalten der Anbieter an den bearbeiteten Märkten im Sinne größerer Transparenz und Einhaltung der Gesetze beeinflusst?

Wurde die Information und Kompetenz der VerbraucherInnen im Sinne der Wahrnehmung von Rechten verbessert?

Jenseits der Darlegungen durch den vzbv ist zu bezweifeln, dass auch eine verbesserte Ziel-/Wirkungs-Kontrolle bei der Durchführung und Evaluierung von Bundesprogrammen wie z. B. zum Wirtschaftlichen Verbraucherschutz, dazu beitragen könnte, die Beeinflussung des Anbieterverhaltens im Sinne größerer Transparenz, vor allem jedoch die Einhaltung der Gesetze jenseits von einzelnen Fallbeispielen zu messen.

Zu konstatieren sind die Dynamik der Märkte in Bezug auf Angebotsqualitäten, Kommunikation, Vertrieb und Preisgestaltung auf der einen Seite, die Verstärkung des Wettbewerbs aber zugleich auch von Machttagglomeration auf der Angebotsseite (z. B. im Energiesektor). Multinational tätige Unternehmen entziehen sich nationalen Bestimmungen. Diese Aspekte kumulieren

zu einer Unübersichtlichkeit, die es verunmöglicht, eine schlichte Wirkungskette zwischen gefördertem Projekt und unternehmerischem Handeln herzustellen.

Dies spricht nicht gegen diese Form der Förderung, die ja insbesondere die Verbraucherinnen und Verbraucher in ihren Interventionsmöglichkeiten stabilisieren und unterstützen soll, als vielmehr für die Notwendigkeit einer realistischen Erwartungshaltung an die Ergebnisse solcher Förderprogramme. Im Vergleich dazu ist die Messung der Information und Kompetenz der Verbraucherinnen und Verbraucher einfacher, da diese durch die Instrumente der Meinungsforschung erreichbar und die entsprechend erhobenen Daten auswertbar sind. Eine entsprechende Bestimmung von Zielen und die darauf aufbauende Analyse wurde bislang jedoch nicht vorgenommen.

Das Verhalten der Anbieter selbst an den bearbeiteten Märkten ist weniger über diese Form der Förderung durch das BMELV als vielmehr durch entsprechende regulative Festlegungen, auf die im Sinne von Deregulierung und Liberalisierung jedoch vielfach durch den Gesetzgeber in Bund und Ländern verzichtet wurde, zu beeinflussen.

7. Sehen Sie aufgrund künftiger Marktentwicklungen den Bedarf für die Förderung bundeseinheitlicher Marktstandards durch bundesgeförderte Projekte der Verbraucherzentralen?

8. Wo entsteht durch Marktentwicklungen und unseriöse Geschäftsideen neuer Beratungsbedarf bei Verbraucherinnen und Verbrauchern, der ggf. über Modellprojekte bearbeitet werden sollte?

Es ist anzunehmen, dass der Markt für Verbraucher/innen zunehmend dadurch gekennzeichnet wird, dass die Digitalisierung – z. B. durch RFID-Kennzeichnung - in den Geschäften zunimmt und mehr Waren über das Internet eingekauft werden. In diesem Zusammenhang müssen die Verbraucherinnen und Verbraucher über mögliche Risiken (Einkaufsverhalten, Persönlichkeitsprofil, Missbrauch) aufgeklärt und darüber informiert werden, wie sie diese Risiken minimieren oder umgehen. Außerdem führt die Marktöffnung bei Sozialversicherungen – Riesterrente, Krankenversicherung und - absehbar - Pflegeversicherung – zu einer hohen Verunsicherung in der Bevölkerung und einem hohen Informationsbedürfnis, welche Produkte für wen geeignet sind. Entsprechende Beratungsprojekte sind gleichzeitig mit der Einführung neuer Systeme anzubieten.

Unseriöse Geschäftsideen bedürfen in erster Linie einer staatlichen Regulation zum Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher. Dies betrifft sowohl den Abschluss von Verträgen über das Telefon, als auch die Vermittlung von Krediten in einer Höhe, die für den Verbraucher nicht refinanzierbar sind oder mit überhöhten Zinsen. Da trotzdem unseriöse Geschäftsideen nicht vollständig verhindert werden können, ist insbesondere im Bereich der Finanzdienstleistungen und des Vertragsrechts eine Beratung für betroffene Bürgerinnen und Bürger erforderlich.

IV. Zusammenarbeit

1. Welche gesetzgeberischen und haushalterischen Anstrengungen müssen auf Bundesebene unternommen werden, um den Zugang zu Verbraucherberatung insbesondere auch für einkommensschwache und /oder bildungsferne Haushalte nachhaltig sicherzustellen?

Die Verbraucherinnen und Verbraucher haben ein starkes Informationsbedürfnis und wollen in einem persönlichen Beratungsgespräch über ihre Rechte aufgeklärt werden. Das Ansehen und die Glaubwürdigkeit der Verbraucherberatungen beruht auf dem niederschweligen Zugang zu Informationen und Beratung. Schon jetzt gibt es in der Verbraucherzentrale Berlin eine Sozialklausel.

Es wird vorgeschlagen, in Deutschland den erfolgreichen Vorbildern der englischen *Consumer Watchdogs*⁵ zu folgen. Einher gehen muss dies mit einer Ausweitung des Verbandsklagerechtes⁶ der Verbraucherverbände.

Eine Chance, die Stellung der Verbraucherinnen und Verbraucher tatsächlich und wirksam zu verbessern, wurde mit dem Entwurf eines Gesetzes zur Neuregelung des Rechts der Verbraucherinformation vertan. Zwar ist zu begrüßen, dass damit erstmals im Bund und in der Mehrheit der Länder ein VIG eingeführt wird, doch aus Sicht des Landes Berlin, in dem bereits 2003 ein solches Gesetz eingeführt wurde, ist das VIG-Bund nicht weitgehend, weshalb im Bundesrat nachstehende Änderungen beantragt wurden, die freilich nicht die Mehrheit der Länderkammer fanden:

1. Der Anwendungsbereich des Gesetzes gem. Artikel 1 § 1 Abs. 1 Nr. 1 soll auf das gesamte Spektrum des gesundheitlichen Verbraucherschutzes ausgeweitet werden. Die Aktivitäten der Verbraucherinnen und Verbraucher am Markt sind weitaus umfassender als der Anwendungsbereich des Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuches und des Weinggesetzes. Wenn eine Verbesserung der Verbraucherinformationsrechte angestrebt wird, sollten weitere Bereiche, wie das Geräte- und Produktsicherheitsgesetz, das Arzneimittelgesetz, das Gesetzes über Funkanlagen und Telekommunikationseinrichtungen, das Bauproduktgesetz, das Medizinproduktegesetz, das Sprengstoffrecht (Pyrotechnik) und das Gefahrstoffrecht nicht ausgenommen werden. Darüber hinaus sind die Verbraucherinnen und Verbraucher aktive Marktteilnehmer und Nachfrager für das breite Spektrum von Dienstleistungen, das von dem vorliegenden Gesetzentwurf gar nicht berührt wird.
2. Der in Artikel 1 § 1 definierte Anspruch auf Zugang zu Informationen beinhaltet ausschließlich die Informationspflicht der Behörden und anderer Stellen, die öffentliche Aufgaben im Geltungsbereich des Gesetzes wahrnehmen. In diese Informationspflicht sollen die Wirtschaftsunternehmen einbezogen werden. In erster Linie liegen den Unternehmen selbst detaillierte Informationen insbesondere über die in Art. 1 § 1 Abs. 1 Nrn. 3 und 4 genannten Tatbestände wie Herkunft, Beschaffenheit, Verwendung, Herstellen und Behandeln von Erzeugnissen sowie Ausgangsstoffe und die bei deren Gewinnung angewendeten Verfahren zu ihren Produkten vor. Daher ist eine Ausdehnung des Informationsanspruchs der Verbraucherinnen und Verbraucher auf Unternehmen erforderlich, um sie tatsächlich zu befähigen, Kaufentscheidungen verantwortlich zu treffen.
3. Der Ausschlussgrund gem. Art. 1 § 2 Nr. 2 c) soll sich nur auf Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse beschränken. Das Gesetz sieht in Art. 1 § 2 Nr. 2 c) einen weit formulierten Ausschlussgrund vor, der „Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse oder sonstige wettbewerbsrelevante Informationen, die in ihrer Bedeutung für den Betrieb mit einem Betriebs- oder Geschäftsgeheimnis vergleichbar sind“, umfasst. Dies dürfte dazu führen, dass sich die Unternehmen in ihren Stellungnahmen gegenüber den Behörden nach Art. 1 § 4 in möglichst weitem Umfang auf diesen Ausschlussgrund berufen. Damit wird der Informationsanspruch nach Art. 1 § 1 Abs. 1 Nrn. 3 und 4 in der Praxis weitgehend ins Leere laufen, um ein Haftungsrisiko für die Behörden bei Weitergabe solcher Informationen zu vermeiden. Denn nur bei einem Verstoß i. S. d. Art. 1 § 1 Abs. Nr. 1 gegen Vorschriften des LFGB, greift der Ausschlussgrund des Betriebs- oder Geschäftsgeheimnisses nicht (Art. 1 § 2 Satz 3).
4. Der Begriff des Betriebs- und Geschäftsgeheimnisses wird im Gesetz nicht definiert. In das Gesetz soll daher eine Legaldefinition des Betriebs- und Geschäftsgeheimnisses aufgenommen werden. Sie würde Unklarheiten bei Gerichten und Behörden ausräumen und eine einheitliche Rechtsprechung gewährleisten.

⁵ In Großbritannien wurde die Liberalisierung von Leistungen der Daseinsvorsorge bereits frühzeitig energisch vorangetrieben. Um die Interessen der Verbraucher in liberalisierten Märkten gegenüber den Unternehmen durchzusetzen, wurden in Großbritannien "Consumer Watchdogs" eingerichtet. Diese "Watchdogs" sind spezialisierte Verbraucherorganisationen für die Sektoren Energie, Telekommunikation, Post, Eisenbahn und Wasser. Sie nehmen gegenüber den Unternehmen die Rechte der Verbraucher wahr und setzen sich aufgrund ihrer Marktkenntnis politisch für eine verbrauchergerechte Regulierung ein.

⁶ Das Klagerecht der Verbraucherverbände muss zur Stärkung des Verbraucherschutzes auf allgemeine Leistungs- und Feststellungsklagen sowie auf Ansprüche gegenüber der öffentlichen Hand erweitert werden. Zu schaffen ist eine Möglichkeit, zu Unrecht erzielte Gewinne abzuschöpfen. Darüber hinaus muss im Falle einer Schädigung einer Vielzahl von Verbrauchern die gerichtliche Durchsetzung von Schadenersatzansprüchen durch die Einführung einer Gruppenklage erleichtert werden.

2. Wie sieht die Zusammenarbeit der Verbraucherberatung mit Wirtschaftsvereinigungen und Unternehmen aus? Welche Möglichkeiten der Zusammenarbeit sind denkbar?

Die Stärke und die Glaubwürdigkeit, also das Ansehen der Verbraucherzentralen bei Anbietern und Verbrauchern beruhen u. a. auf ihrer Anbieterunabhängigkeit und Neutralität. Dies darf auch zukünftig nicht gefährdet werden.

Für die Verbraucherpolitik ist ein Dialog mit der Anbieterseite jedoch ein sinnvolles Instrument zur Verbesserung des Verbraucherschutzes und zur Stärkung der Wahrnehmung von Verbraucherinteressen. Schon heute gibt es themenbezogen regelmäßigen Austausch mit der Anbieterseite. So ist z. B. die Verbraucherzentrale Berlin Mitglied der Einigungsstelle für Wettbewerbsstreitigkeiten bei der IHK Berlin, seit der Einführung dieses Gremiums.

Darüber hinaus denkbar und auch schon erfolgreich durchgeführt ist das Mitwirken an Veranstaltungen der Anbieterseite zu verbraucherrelevanten Themen bzw. Beratungsangeboten für Mitarbeiter. Es ist allerdings streng darauf zu achten, dass bei einem solchen Dialog nicht Werbung mit der Verbraucherzentrale erfolgt.

3. Inwieweit können durch Kooperationen der Länder Verbraucherzentralen Synergieeffekte und auch Kosteneffekte erzielt werden?

Der vzbv hat dazu bereits ausführlich Stellung genommen und insbesondere zu Recht darauf hingewiesen, dass solche Kooperationen nicht das Einfallstor für Einsparungen sein dürfen, sondern der Qualitätsverbesserung zu dienen haben.

Die Verbraucherzentrale Berlin hat eine Kooperationsvereinbarung mit der Verbraucherzentrale Brandenburg getroffen. Synergieeffekte entwickeln sich insbesondere bei der Erstellung von Informationsmaterialien durch Gemeinschaftsversand, durch gemeinsame Veröffentlichungen und Kampagnen.

4. Im Rahmen der Föderalismusreform wurde durch das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz der Vorschlag eines Kompetenztitels Verbraucherschutz in der Verfassung vorgeschlagen, aber nicht durchgesetzt. Inwieweit wäre dies Ihres Erachtens anzustreben?

Das BMVEL legte im August 2004 der Bundesstaatskommission I eine entsprechende Stellungnahme vor.⁷ Ein entsprechender Kompetenztitel im Art. 74 Abs. 1 GG wäre sinnvoll, da sich auf einen solchen eigenständigen Kompetenztitel die Normen eines Gesetzes stützen würden, deren Zweck der Verbraucherschutz ist und derlei Aspekte vielfach auf EU- und Bundesentscheidungen beruhen.⁸

Ein solcher Kompetenztitel würde, da er im Art. 74 GG eingeordnet wäre, der konkurrierenden Gesetzgebung unterliegen. Das BMVEL argumentierte in der Begründung des Kompetenztitels, dass bundesweit einheitliche Regelungen zum Verbraucherschutz durch den Bund erforderlich sind, eine solche Neuregelung auch keine Zuständigkeitsausweitung des Bundes gegenüber den Ländern, sondern eine klarstellende Modernisierung des Kompetenzkataloges darstellen würde.⁹ Nun war aber das Zugriffsrecht der Länder auf die konkurrierende Gesetzgebung ein wesentlicher Streitgegenstand der Bundesstaatskommission I, weshalb hier auf den damaligen Sachverständigen Prof. Benz Bezug zu nehmen ist, der in der Bundesstaatskommission formulierte: „Solange man die Kategorie der konkurrierenden Gesetzgebung aufrecht erhält, bedarf es der materiellen Kriterien, um zu bestimmen, unter welchen Bedingungen der Bund oder die

⁷ Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft 2004, Stellungnahme zu: Gesetzgebungskompetenzen im Bereich der Verbraucherpolitik, vorgelegt für die Projektgruppe 4 Umwelt- und Verbraucherschutzrecht der Kommission von Bundestag und Bundesrat zur Modernisierung der bundesstaatlichen Ordnung, Drs. PAU-4/0005.

⁸ BMVEL 2004, a.a.O., S. 7.

⁹ BMVEL 2004, a.a.O., S. 6.

Länder in der Konkurrenz um die Kompetenzen Vorrang haben, und man benötigt ein Verfahren, in dem über die Anwendung der Kriterien entschieden wird“.¹⁰ Dies scheint bei einem entsprechenden neuen Kompetenztitel bezogen noch nicht abschließend zwischen Bund und Ländern diskutiert zu sein.

5. Was sind die größten Hemmnisse bei der Weiterentwicklung der Verbraucherberatung?

Ausreichende finanzielle Ressourcen sind insbesondere notwendig für eine kompetente, bedarfsgerechte Verbraucherberatung und Verbraucherinformation. Die größten Hemmnisse sind die rückläufige Finanzierung der Verbraucherzentralen durch die Finanznot der Länder. Die Schaffung einer „Stiftung Verbraucherpolitik und Verbraucheraufklärung“ kann unterstützend wirken.

V. Finanzierung

2. Wie beurteilen Sie die Entwicklung der Finanzsituation der Verbraucherzentralen seit 2001 ?

Welche Bedeutung haben dabei die Grundfinanzierung durch die Länder, die Projektförderung der Länder und des Bundes sowie Einnahmen aus Beratungsleistungen, Verkauf von Broschüren etc. ? Wie schätzen Sie die weitere Entwicklung ein ?

Die Finanzierung der Verbraucherzentralen erfolgt hauptsächlich über eine institutionelle Zuwendung durch die jeweiligen Länder. Auf Grund der angespannten Haushaltslage in vielen Bundesländern ist die Entwicklung der institutionellen Förderung der meisten Verbraucherzentralen seit 2001 rückläufig. Eine Abfrage der Senatsverwaltung für Gesundheit, Umwelt und Verbraucherschutz von Ende Mai 2007 ergab folgenden Ist-Stand:

| Land | Landeszuwendung | Landesprojektmittel | Summe Landesmittel |
|------------------------|------------------------|--------------------------------|---------------------------|
| Nordrhein-Westfalen | 7.823.000 Euro | 820.000 Euro | 8.643.000 Euro |
| Sachsen | 2.199.000 Euro | *) | 2.199.000 Euro |
| Bayern | 1.763.000 Euro | 727.000 Euro | 2.490.000 Euro |
| Baden-Württemberg | 1.661.000 Euro | *) | 1.661.000 Euro |
| Rheinland-Pfalz | 1.475.000 Euro | *) | 1.475.000 Euro |
| Niedersachsen | 1.328.000 Euro | 280.000 Euro | 1.608.000 Euro |
| Brandenburg | 1.200.000 Euro | *) | 1.200.000 Euro |
| Hessen | 995.000 Euro | 185.375 Euro | 1.180.375 Euro |
| Sachsen-Anhalt | 950.000 Euro | *) | 950.000 Euro |
| Berlin | 718.000 Euro | wird im DHH 2008/09 festgelegt | 718.000 Euro |
| Schleswig-Holstein | 567.000 Euro | *) | 576.000 Euro |
| Thüringen | 418.000 Euro | *) | 418.000 Euro |
| Hamburg | 400.000 Euro | 1.000.300 Euro | 1.400.300 Euro |
| Mecklenburg-Vorpommern | 300.000 Euro | *) | 300.000 Euro |
| Bremen | 280.000 Euro | *) | 280.000 Euro |
| Saarland | 220.000 Euro | *) | 220.000 Euro |

¹⁰ Deutscher Bundestag/Bundesrat 2005, Dokumentation der Kommission von Bundestag und Bundesrat zur Modernisierung der bundesstaatlichen Ordnung, Berlin. S. 130.

Von den für den wirtschaftlichen Verbraucherschutz zuständigen Senatsverwaltungen/Landesministerien wurde die Problematik seit 2004 während verschiedener Zusammenkünfte auf der Fachebene besprochen.

So fand im Juni 2004 auf Einladung der für Verbraucherschutz zuständigen Berliner Senatsverwaltung ein Treffen von engagierten Verbraucherreferenten der Länder statt, zur Problematik der weiteren Finanzierung und Perspektive der Verbraucherzentralen.

Bereits während dieses ersten Treffens wurde festgestellt:

- dass die finanzielle Zuwendung in den meisten Ländern abgesenkt wurde und voraussichtlich weiter abgesenkt wird,
- dass die in den meisten Ländern praktizierte Fehlbedarfsfinanzierung in dem Zusammenhang kein geeignetes Mittel ist,
- dass von den meisten Verbraucherzentralen die fehlende Planungssicherheit als Problem gesehen wird,
- dass die Verbraucherzentralen ein neues Selbstverständnis entwickeln müssen,
- dass nach neuen Finanzierungsformen gesucht werden muss und
- dass die Länder auch bei hohen Einsparerefordernissen die Existenz der Verbraucherzentralen für unverzichtbar halten.

Im selben Jahr 2004 wurde in Berlin, auf Anregung der für Verbraucherschutz zuständigen Senatsverwaltung und mit Unterstützung einer externen Unternehmensberatung, auf der Basis einer mittelfristigen Organisationsentwicklungs- und Innovationsstrategie mit einem Modernisierungsprogramm der Berliner Verbraucherzentrale begonnen. Das Berliner Programm diente im ersten Schritt als Akutmaßnahme, um die für das Jahr 2005 vorgesehene Kürzung der institutionellen Förderung aufzufangen. Im zweiten Schritt sollte ein Organisationsentwicklungsprozess eingeleitet werden, mit dem Ziel eines echten Change- und Innovationsmanagements. Dieser Prozess läuft derzeit noch. Die Einleitung und Umsetzung solcher Prozesse setzt aber unbedingt den Willen und die Bereitschaft der Verbraucherzentralen voraus.

Verschiedene andere Bundesländer haben unabhängig voneinander nach eigenen Lösungen gesucht und Strategien entwickelt.

4. *Hat sich der finanzielle Rahmen der Verbraucherberatung entsprechend den Beratungsbedürfnissen entwickelt ?*

Die Verbraucherzentralen sprechen davon, dass die Verbraucherberatung in den letzten Jahren vor völlig neue Anforderungen gestellt wurde. Dies spiegelt die allgemeine Entwicklung in allen Lebensbereichen wider.

Doch auch die Möglichkeiten der Informationsabgabe an die Verbraucher und die Wege des Informationszuganges für die Verbraucher sind vielfältiger geworden. Die Verbraucherzentralen haben hier bereits gehandelt, in dem sie Synergieeffekte nutzten, um Doppelarbeit zu vermeiden.

Neben den Verbraucherzentralen gibt es zu verschiedenen Themenbereichen weitere unabhängige Beratereinrichtungen in den Ländern und Kommunen. Es stellt sich daher unter Kosten- aber auch unter Profilierungsgesichtspunkten die Frage, ob die Verbraucherzentralen der Länder tatsächlich das ganze breite Spektrum der Verbraucherberatung im eigenen Hause abbilden müssen oder ob die Kooperationen mit anderen unabhängigen Beratungseinrichtungen nicht ein gangbarer Weg wäre, der die Verbraucherzentralen zum einen entlastet und zum anderen Kapazitäten an anderer Stelle bündelt. Zwei Beispiele zeigen entsprechende Möglichkeiten:

- In Berlin wurde die Mieterberatung der VZ Berlin im Zusammenhang mit dem o.a. Modernisierungsprozess ausgegliedert. Ein Qualitätsverlust ist nicht eingetreten.
- Hamburg hat auf Beschluss des Senats vom Oktober 2002 die Schuldnerberatungsstellen der Bezirksämter ab 2003 schrittweise abgebaut und im Gegenzug freie Träger mit der Schuldnerberatung beauftragt. Seit dem 1. Juli 2006 bieten im Auftrag der Stadt nur noch freie Träger eine Schuldnerberatung an. Die Beratungsleistungen werden durch eine erfolgsabhängige Beratungspauschale vergütet. Zudem müssen sich Schuldner, die über ei-

genes Einkommen und Vermögen verfügen, angemessen an den Verfahrenskosten beteiligen. Ratsuchende Schuldner, die sich aufgrund ihres eigenen Einkommens und Vermögens selbst helfen können und die zudem in der Lage sind, für die Verfahrenskosten selbst aufzukommen, tragen diese komplett. Kurz- und Notfallberatungen sind für alle Ratsuchenden kostenlos. Die bisherigen Ergebnisse zeigen, dass sich durch die Verlagerung eine erhebliche Ausweitung und Verbesserung der Leistungsfähigkeit des Beratungsangebots ergeben hat. Trotz steigender Fallzahlen konnten die Wartezeiten verkürzt und die Zahl abgebrochener Beratungen verringert werden.

Die Personaldecke der Verbraucherzentralen ist in der Regel knapp bemessen. Wenn also beispielsweise eine Verbraucherzentrale, wie die Verbraucherzentrale in Berlin, mit ca. 20 festangestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, sowie einigen freien - und projektgebundenen Mitarbeitern 15 thematische Beratungsfelder abdeckt, geht dies auf Kosten der Beratungsqualität und -tiefe. Neben einer Verbesserung der Finanz- und Personalausstattung sind deshalb Möglichkeiten zu prüfen, geeignete Beratungs- und Informationsaufgaben an verbraucherschutznahe Organisationen und gemeinnützige Einrichtungen zu verlagern und dadurch eine Konzentration auf Kernaufgaben zu erreichen. Der Katalog dieser Kernaufgaben, die als Daueraufgaben neben zeitlich befristeten Projektaufgaben stehen würden, wäre zu konkretisieren. Diese Aufgabe würde sich im Übrigen auch bei der Verständigung auf ein Stiftungsmodell stellen.

Da aktuell nicht abgeschätzt werden kann, in welche Richtung sich die bislang öffentlich wahrgenommene Daseinsvorsorge entwickelt, ob also weiterhin verstärkt privatisiert oder nicht vielleicht sogar stärker wieder re-kommunalisiert wird, und angesichts der föderalen Struktur Deutschlands ist die Übernahme des Consumer-Watchdog-Modells aus Großbritannien kein Vorbildmodell für die Bundesrepublik.

Consumer Watchdogs

In Großbritannien gibt es für jeden Sektor der liberalisierten Märkte (Telekommunikation mit Fernsehen und Hörfunk, Wasserversorgung, Finanzdienstleistungen, Flugreisen, Bahnreisen, Strom und Gas, Postdienstleistungen) spezialisierte Verbraucherorganisationen, die sogenannten *Consumer Watchdogs*. Ihre Aufgabe ist die Interessenvertretung der Verbraucher gegenüber Politik und Unternehmen, wofür sie einen gesetzlichen Auftrag über die Verankerung in den jeweiligen Fachgesetzen erhalten haben.

Die *Consumer Watchdogs* sind entweder in die jeweilige Regulierungsbehörde eingegliedert und werden aus deren Etat finanziert, oder sie sind unabhängig (*energywatch* und *postwatch*) und werden direkt vom Handels- und Industrieministerium (DTI) über Unternehmensgebühren finanziert (keine Steuermittel!) oder beides, d.h. direkte Finanzierung aus dem Behördenetat und Unternehmensgebühren, wie z. B. beim *Air Transport Users Council* (AUC). *Watchdogs*, die direkt aus dem Behördenetat finanziert werden, unterliegen einer weiterreichenden inhaltlichen Kontrolle.

Die fünf wichtigsten *Watchdogs* beschäftigen mehr als 800 Mitarbeiter in 27 Niederlassungen und einige verfügen über ein Netz von 8 bis 10 Regionalbüros und Regionalkomitees.

Der Vorteil der *Watchdogs* liegt neben der Finanzierung u. a. in ihrer Spezialisierung.

Eine mögliche Abbildung auf die deutsche Verbraucherschutzlandschaft ist derzeit insofern schwierig, da der Verbraucherschutz als Länderaufgabe deklariert ist. Selbst wenn sich die einzelnen Verbraucherzentralen der Länder die Beratungsthemen untereinander aufteilen würden, wäre es erforderlich, entsprechende Regionalbüros über die einzelnen Landesgrenzen hinaus zu unterhalten, die dann von der für diesen Sektor zuständigen Verbraucherzentrale bundesweit betreut werden müssten, was vermutlich ein kompliziertes System der Finanzierung und Refinanzierung zur Folge hätte, bzw. sich nur über eine Steuerung durch den vzbv realisieren ließe.

6. Welche Einsparpotenziale würden sich aus der Veränderung der Struktur der Verbraucherberatung ergeben ?

Die Erwägung und Durchführung struktureller Veränderungen sollte immer darauf gerichtet sein, die Verbraucherarbeit dauerhaft in einer guten Qualität zu sichern und das möglichst unter Verwendung der zur Verfügung stehenden Ressourcen.

An dieser Stelle sollte der Hinweis gestattet sein, dass ein großes Defizit weiterhin darin besteht, dass in den meisten Verbraucherzentralen kein betriebswirtschaftliches Controlling beispielsweise in Form einer Kosten- und Leistungsrechnung erfolgt, die es erst ermöglichen würde, eine genaue Analyse des erforderlichen Finanzbedarfes vorzunehmen, um daraus eine gezielte Steuerung des Mitteleinsatzes vornehmen zu können bzw. Schwachstellen in der Organisationsstruktur aufzudecken.

7. Welche Möglichkeiten der Finanzierung von Verbraucherberatung gibt es neben der staatlichen Finanzierung. Wie ist in diesem Zusammenhang ein Stiftungsmodell zu bewerten ?

Das von den Verbraucherzentralen und der Verbraucherzentrale Bundesverband vorgeschlagene Stiftungsmodell, als kombinierte Bund-/Länderstiftung unter Beteiligung der Wirtschaft, kann ein sinnvoller Lösungsweg für die Entkopplung der Finanzierung der Tätigkeit der Verbraucherzentralen von der jährlichen staatlichen Zuwendung sein.

Vorbild bei diesem Stiftungsmodell soll nach Aussage des vzbv die erfolgreiche Etablierung der „Unabhängigen Patientenberatung Deutschland“ (UPD), über den § 65b SGB V¹¹, mit dem die Finanzierung durch die Spitzenverbände der gesetzlichen Krankenkassen geregelt ist. In der UPD haben sich die vzbv, der Sozialverband Deutschland e.V. und der Verbund unabhängiger Patientenberatungen e.V. zusammengeschlossen.

Ob diese Überlegung, für deren Umsetzung eine analoge gesetzliche Regelung erforderlich und die einzahlenden Akteure zu benennen wären, eine adäquate Alternative darstellt, ist ohne Kenntnis eines genau ausgearbeiteten Modells nicht festzustellen. Ein solches Modell liegt derzeit nicht vor.

Zweifellos wären aus Sicht der Länder die Konsequenzen für die Verbraucherzentralen und die Zuständigkeiten beim Verbraucherschutz sowie die finanzielle Ausstattung genau zu klären. Ob ein solches Modell ernsthaft verfolgt werden sollte, müsste durch eine Debatte in der Verbraucherschutzministerkonferenz geklärt werden.

Übereinstimmung besteht jedoch zweifellos darin, Möglichkeiten zu eruieren, die Wirtschaft in die Finanzierung der Verbraucheraufklärung einzubeziehen, ohne dass sich daraus ein Einfluss auf die Unabhängigkeit der Verbraucherzentralen und ihrer Arbeit ableitet.

8. Inwieweit hat die Projektfinanzierung des Bundes zu Einsparungen im Bereich der Finanzierung von Seiten der Länder für die Arbeit der Verbraucherzentralen geführt?

Einsparungen im Bereich der Finanzierung von Seiten der Länder auf Grund der Projektfinanzierung des Bundes sind nicht bekannt. Es ist jedoch anzumerken, dass beispielsweise die Auswirkungen der Kürzungen bei der institutionellen Förderung der Verbraucherzentrale des

¹¹ § 65b SGB V lautet:

„Förderung von Einrichtungen zur Verbraucher- und Patientenberatung

- (1) Die Spitzenverbände der Krankenkassen fördern mit jährlich insgesamt 5 113 000 Euro je Kalenderjahr im Rahmen von Modellvorhaben gemeinsam und einheitlich Einrichtungen zur Verbraucher oder Patientenberatung, die sich die gesundheitliche Information, Beratung und Aufklärung von Versicherten zum Ziel gesetzt haben und die von den Spitzenverbänden als förderungsfähig anerkannt wurden. Die Förderung einer Einrichtung zur Verbraucher oder Patientenberatung setzt deren Nachweis über ihre Neutralität und Unabhängigkeit voraus. § 63 Abs. 5 Satz 2 und § 65 gelten entsprechend.
- (2) Die Spitzenverbände der Krankenkassen haben die Fördermittel nach Absatz 1 Satz 1 durch eine dem Anteil der Mitglieder ihrer Kassenart an der Gesamtzahl aller Mitglieder der Krankenkassen entsprechende Umlage aufzubringen. Das Nähere zur Vergabe der Fördermittel vereinbaren die Spitzenverbände der Krankenkassen gemeinsam und einheitlich.

Landes Berlin ab dem Jahr 2005, auf Grund der eingeführten Projektfinanzierung für den wirtschaftlichen Verbraucherschutz durch den Bund, zum Teil aufgefangen werden konnten.

9. Wie beurteilen Sie alternative Finanzierungsmodelle insbesondere unter Beteiligung der Wirtschaft. Welche Finanzierungsbeiträge können damit erwartet werden ? Wie kann bei solchen Modellen eine neutrale (unabhängige) Verbraucherberatung sichergestellt werden ?

12. Welchen Zusammenhang sehen Sie zwischen der Art der Finanzierung von Verbraucherberatung und Unabhängigkeit der Verbraucherberatung ?

Die Finanzierung von branchenbezogener Verbraucherschutzaktivität über Unternehmensgebühren (vgl. Modell der *Consumer Watchdogs*), ist ein interessanter Ansatz und ließe sich sicherlich gut mit dem Stiftungsmodell kombinieren. Unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen Strukturen käme eine Umsetzung nur gesamtstaatlich, auf Bundesebene, in Frage.

Modelle der Anbieterfinanzierung können, um die Glaubwürdigkeit der unabhängigen Verbraucherberatung nicht zu gefährden ausschließlich auf indirekte Zahlungen abstellen, die:

- komplementären Charakter haben,
- nicht in die Eigenständigkeit der VZ-Tätigkeit eingreifen und
- den höchsten Ansprüchen an Transparenz genügen müssen.

Bund und Länder müssten sich dazu verpflichten, diese Form der Erhöhung der Einnahmen nicht durch Zuschussabsenkungen zu unterlaufen.

11. Welche weiteren Finanzierungsmodelle gibt es und welche Vor- und Nachteile sind mit Ihnen verbunden (Anbieterfinanzierung, Stiftungsmodell) ?

Für eine dauerhaft gesicherte und planungsstabile Finanzierung der Verbraucherzentralen war neben der Idee zur Einführung einer indirekten Abgabe z. B. für Bauern, Krankenkassen, Banken und Versicherungen, nach dem Vorbild der Förderung von Einrichtungen zur Verbraucher- und Patientenberatung (§65b SGB V), im Jahre 2004 ein Anteil an den Einnahmen aus dem Absatzfonds der CMA¹² (Centrale Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft) für die Verbraucherberatung in der Diskussion. Möglicherweise sollte dieser Gedanke noch einmal aufgegriffen werden.

Die Einrichtung von Landesstiftungen, wie in NRW derzeit in der Erprobung, stellt vermutlich keine allgemeine Problemlösung dar. Schon allein wegen der strukturellen Unterschiede, ist das Modell nicht ohne weiteres auf die anderen Bundesländer übertragbar.

Daneben könnte es zu einem Konkurrieren der Verbraucherzentralen um die finanzkräftigsten Anbieter kommen.

14. Welche Maßnahmen wurden von Verbraucherzentralen, Landesministerien und BMELV ergriffen, um die strukturelle Unterfinanzierung zu beheben?

15. Wie könnte eine verlässliche und föderal vergleichbare Finanzierungsform für die institutionelle Förderung, z. B. durch einen Finanzschlüssel, aussehen ?

Die Fragestellung geht davon aus, dass eine strukturelle Unterfinanzierung der Verbraucherzentralen konstatiert werden muss. Angesichts der erheblichen Aufgabenzuwächse ist diese Auffassung sicherlich nicht von der Hand zu weisen. Gleichwohl ist die Situation der Verbraucherzentralen ins Verhältnis zu setzen zu den öffentlichen Haushalten selbst. Hier waren in den vergangenen Jahren erhebliche Friktionen bei einer Vielzahl von Ländern bis hin zu extremen Haushaltsnotlagen zu verzeichnen.

¹² <http://www.cma-marketing.de> und <http://www.absatzfonds.de>

Eine Verbesserung der Finanzausstattung der Verbraucherzentralen, für die der vzbv und die Verbraucherzentralen eine institutionelle Förderung von 1,00 € je Einwohner/in fordern, wird nicht unmittelbar zu erreichen sein.

Unabhängig von der konkreten Zuschusshöhe sollte die Förderung der Verbraucherzentralen, sofern kein Stiftungsmodell vorgesehen ist, in Form von mehrjährigen Leistungsverträgen erfolgen. Das Land Berlin wird mit dem nächsten Doppelhaushalt einen entsprechenden mehrjährigen Leistungsvertrag abschließen.

* * *