

Berlin, den 08.06.07

Stellungnahme des Verbraucherzentrale Bundesverbandes e. V. zu dem Gesetzentwurf der Bundestagsfraktionen CDU/CSU und SPD „Entwurf eines Gesetzes zur Neuregelung des Rechts der Verbraucherinformation“ (Bundestags-Drucksache 16/5404)

Die Stärkung der Informationsrechte der Verbraucher ist eine grundlegende Aufgabe der Verbraucherpolitik. Nur ein informierter Verbraucher kann eine eigenverantwortliche Kaufentscheidung treffen und seiner Rolle als gleichgewichtiger Marktteilnehmer gerecht werden.

Ziel einer Neuregelung des Rechts der Verbraucherinformation muss es daher sein, umfassende Informationsgrundlagen zu schaffen, aufgrund derer der Verbraucher eine seinen Anforderungen entsprechende vernünftige Kaufentscheidung treffen kann. Dazu gehört sowohl ein erleichterter Zugang zu den Informationen, die bei den Behörden und Unternehmen vorhanden sind, als auch eine offene Informationspolitik der Behörden. Die Unternehmen ihrerseits müssen im Interesse eines faireren Leistungs- und Qualitätswettbewerbs ihren Teil dazu beisteuern.

Der nunmehr vorgelegte Gesetzentwurf – der sich inhaltlich nicht vom vorherigen Entwurf unterscheidet – erfüllt diese Anforderungen jedoch nur unzureichend. Die Entscheidung des Bundespräsidenten, das Gesetz nicht zu unterzeichnen, hätte die Chance geboten, dass Gesetz so zu ändern, dass es seinen Namen gerecht wird. Leider wurde diese Chance vertan. Dies ist insbesondere bedauernswert, da aus einigen Ländern die Bereitschaft für weitergehende Regelungen signalisiert wurde. Leider haben die Länder in ihren Empfehlungen zur Sitzung des Bundesrates am 8. Juni 07 ihre eigenen Anregungen auch nicht aufgenommen und haben, im Gegenteil, die Hürden für den Auskunftsanspruch noch mal erhöht.

Der Verbraucherzentrale Bundesverband fordert weiterhin:

- **die Erweiterung des Anwendungsbereichs des Gesetzes auf alle gewerbsmäßig in den Verkehr gebrachten Produkte und Dienstleistungen,**
- **die Einführung eines Auskunftsanspruchs gegenüber Unternehmen, falls diese mit Informationen, die mit der werbemäßigen Herausstellung bestimmter Qualität verbunden sind, werben,**
- **die Einführung einer Definition des Begriffs Betriebs- und Geschäftsgeheimnisses,**
- **die Eröffnung eines kostengünstigen und schnellen Weges zu den Informationen,**
- **die Nennung von Ross und Reiter ohne Einschränkungen.**

Zu den Forderungen im Einzelnen:

1) Informationsanspruch der Verbraucher

§ 1 VIG-E - Geltungsbereich

Neben der Gefahrenabwehr ist die Ermöglichung eines Qualitätswettbewerbs das Hauptziel von Verbraucherinformation. Bezüglich beider Ziele darf jedoch nicht lediglich auf das Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuch abgestellt werden. So haben Verbraucher zum Beispiel auch ein Interesse daran, zu erfahren, ob von ihrem Handy eine gesundheitsschädliche Strahlenbelastung ausgeht oder ob ihre Haushaltsgeräte sicher sind. Auch bei Dienstleistungen wächst das Interesse der Verbraucher an Informationen, die über den unmittelbaren Nutzen hinausgehen. Erforderlich ist daher die Ausweitung des Geltungsbereichs auf alle gewerbsmäßig in den Verkehr gebrachten und Verbrauchern angebotenen Waren und Dienstleistungen.

Darüber hinaus sollten Informationen, die mit der werbemäßigen Herausstellung bestimmter Qualität verbunden sind, von Unternehmen auf Anfrage konkretisiert werden. Das gilt z. B. für Schlagworte wie „artgerechte Tierhaltung“ oder „nachhaltige Produktion“. Solche verbal oder bildhaft dargestellten Qualitätsurteile erzeugen beim Käufer besonderes Vertrauen und müssen daher wahrhaftig sein. Das heißt: Wer mit bestimmten Eigenschaften wirbt, muss seine Angaben belegen können. Es könnte dadurch künftig einen faireren Wettbewerb geben zwischen denen, die bestimmte Qualitätsmerkmale nachweisen können und denen, die deren Vorliegen bloß behaupten. Denn nur durch Transparenz kann das Bemühen vieler Hersteller um nachhaltige Produktion, die oftmals höhere Kosten verursacht, am Markt honoriert werden.

Diese (eingeschränkte) Auskunftspflicht für Unternehmen wäre gerade für mittelständische Betriebe eine Chance, sich im globalen Wettbewerb besser zu positionieren. Angesichts des von Sozial- und Umweltdumping geprägten Angebots ihrer internationalen Konkurrenten liegt ihre Chance nicht im „race to the bottom“, d. h. im direkten Wettbewerb um den niedrigsten Preis. Nachhaltiger und Erfolg versprechender ist die Unterstützung und Investition in eine verlässliche und glaubwürdige Information der Verbraucher.

§ 2 Nr. 2 c) VIG-E - Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse

Tritt das Verbraucherinformationsgesetz in der geplanten Fassung in Kraft, so werden die Behörden die Auskunft aus zahlreichen Gründen verweigern bzw. beschränken können. Besonders problematisch für Verbraucher ist die Regelung, dass Auskunftsansprüche ausgeschlossen sind, wenn es sich bei den begehrten Informationen um „Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse“ von Unternehmen handelt. Hierdurch wird der Versagung von Informationen Tür und Tor geöffnet. Zwar wird im Gesetz klargestellt, dass Rechtsverstöße nicht als Betriebs- oder Geschäftsgeheimnis gewertet werden dürfen, was wir ausdrücklich begrüßen, allerdings bleibt der Begriff der Betriebs- und Geschäftsgeheimnisses im Übrigen undefiniert. Damit kann in der Praxis jede Information, die irgendwie mit einem Unternehmen zu tun hat und keinen Rechtsverstoß darstellt, als Betriebs- oder Geschäftsgeheimnisses gewertet werden und damit unter Verschluss bleiben.

Wir fordern hier eine Klarstellung, schon aus Gründen der Rechtssicherheit für alle Beteiligten. Lieferwege, Produktionsketten oder Herstellungsweisen dürfen grundsätzlich nicht unter den Begriff des Betriebs- und Geschäftsgeheimnisses fallen. Wenigstens muss an dieser Stelle jedoch eine Abwägung zwischen dem Informationsinteresse des Verbrauchers und den schutzwürdigen Interessen der oder des Dritten eingeführt werden wie sie bei personenbezogenen Daten vorgesehen ist. Es ist nicht einzusehen, warum bei

privaten Daten diese Abwägung vorzunehmen ist, Daten des Unternehmens aber „absolut“ geschützt werden.

§ 4 Abs. 2 und 3 VIG-E – Fristen; § 6 - Gebühren und Auslagen

Der Zugang zu Informationen darf nicht durch abschreckende Entscheidungsfristen und Gebühren verhindert werden.

Informationen sind grundsätzlich nur dann für den Verbraucher entscheidungsrelevant, wenn sie aktuell sind. Auch ein effektiver Qualitätswettbewerb kann nur funktionieren, wenn Informationen schnell und aktuell in die Öffentlichkeit gelangen können. Wir verweisen hier auf Regelentscheidungsfristen in anderen Ländern, wie zum Beispiel in Schweden: „sofort oder so schnell wie möglich“ oder Ungarn: „binnen acht Tagen“. Die Entscheidungsfrist in Deutschland von einem Monat, bei Beteiligung Dritter von zwei Monaten, ist zu lang. Ferner fordern wir in diesem Zusammenhang auch eine verbraucherfreundliche Beantwortung – welche gegebenenfalls auch eine Aufbereitung der Information beinhaltet.

Bezüglich der Gebühren fordern wir, dass Verbrauchern ein kostengünstiger und einfacher Weg zu den beantragten Informationen eröffnet wird.

2) Informationspflicht der Behörde

Änderung des Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuches (LFGB)

Wir begrüßen, dass Behörden nunmehr unter bestimmten Voraussetzungen die Öffentlichkeit über Gefahren informieren und die Namen von Herstellern und Händlern nennen „sollen“. Ferner begrüßen wir, dass die Öffentlichkeit auch informiert wird, wenn die Produkte bereits verkauft wurden. Der Auskunftspflicht der Behörden droht jedoch die Bedeutungslosigkeit, da die Pflicht nur dann besteht, wenn das öffentliche Informationsinteresse die Belange der Betroffenen übersteigt. Was dies für Belange sein können und wer die Abwägung trifft, bleibt unklar.

Wir begrüßen die Ergänzung des § 40 Abs. 2 LFGB, halten diese aber für nicht ausreichend. Die grundlegende Unsicherheit der Behörde über die Rechtmäßigkeit einer Information der Öffentlichkeit bleibt auch nach Einführung der neuen Regelung bestehen. Die Information der Behörde sollte immer gleichberechtigt neben anderen Maßnahmen stehen. Wir fordern daher einen veränderten § 40 LFGB, welcher Rechtssicherheit schafft und die Behörde ermutigt, umfassend von ihrem Informationsrecht Gebrauch zu machen.

Auch an dieser Stelle erlauben wir uns einen Verweis auf das Ausland. In vielen Ländern Europas und auch z. B. in den USA und Südafrika ist die Verbraucherinformation weitaus fortschrittlicher als in Deutschland geregelt. Informationen sind leicht zugänglich im Internet zu erhalten. Es ist üblich, dass unter Nennung von Ross und Reiter zum Beispiel vergleichende Übersichten etwa zur Pestizidbelastung von Obst und Gemüse oder Acrylamid-Werten von Chips für Verbraucher schon an der Ladentür oder beim Betreten einer Gaststätte sichtbar sind. In Dänemark müssen alle Restaurants und Imbisse ein „Smiley“-Symbol und den dazugehörigen Kontrollbericht gut sichtbar aushängen. Das Labelssystem (lachender bis grimmiger Smiley) ist für alle Verbraucher sehr einfach zu verstehen.

Deutschland hinkt im internationalen Vergleich eindrucksvoll – und unerklärlich - hinterher.