



verbraucherzentrale
Baden-Württemberg

GESCHÄFTSBERICHT 2020

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.

GESCHÄFTSBERICHT 2020

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.

Inhalt

GRUSSWORT	4
VORWORT	5
DIE VERBRAUCHERZENTRALE WÄHREND DER CORONAPANDEMIE	6
AUS DEN ABTEILUNGEN UND PROJEKTEN	8
ALTERSVORSORGE, BANKEN, KREDITE	9
BAUEN, WOHNEN, ENERGIE	12
LEBENSMITTEL UND ERNÄHRUNG	15
VERSICHERUNGEN, PFLEGE, GESUNDHEIT.	18
TELEKOMMUNIKATION, INTERNET, VERBRAUCHERRECHT	21
PROJEKT VERBRAUCHERBILDUNG	24
PROJEKT „VERBRAUCHER STÄRKEN IM QUARTIER“	25
PROJEKT ENERGIEBERATUNG	27
PROJEKT WIRTSCHAFTLICHER VERBRAUCHERSCHUTZ	29
PROJEKT AUSBAU DER ONLINE-BERATUNG UND ONLINE-INFORMATION	30
PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT IN ZAHLEN.	31
ZAHLEN • DATEN • FAKTEN	
AUS DER RECHTSDURCHSETZUNG	34
ANFRAGEN UND KONTAKTE IN ZAHLEN	36
BERATUNGEN UND VORTRÄGE	37
DIE VERBRAUCHERZENTRALE BADEN-WÜRTTEMBERG 2020	38
BILANZ 2020	40
GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG 2020	41
BERATUNGSSTELLEN DER VERBRAUCHERZENTRALE BADEN-WÜRTTEMBERG	42



Liebe Leserinnen und Leser,

zuallererst möchte ich mich bedanken: Die Mitarbeiter:innen der Verbraucherzentrale haben im Jahr 2020 Besonderes geleistet. In diesem Pandemiejahr mussten sie nicht nur auf viele neue Verbraucherprobleme reagieren, von denen in diesem Bericht zu lesen ist. Sie mussten sich auch auf völlig neue Arbeitsbedingungen einstellen. Die persönliche Beratung wurde im Lockdown eingestellt, Mitarbeiter:innen verlegten ihre Arbeit ins Homeoffice. Das war nicht nur eine große Herausforderung für die interne Zusammenarbeit und die Beratung, auch die technische Infrastruktur musste angepasst und teilweise umgestellt werden.

Die Pandemie hat einmal mehr gezeigt, wie wichtig die Arbeit der Verbraucherzentrale ist. Schwierige Zeiten rufen regelmäßig dubiose und unseriöse Anbieter auf den Plan, die mit der Not Kasse machen wollen. In solchen Zeiten ist guter und unabhängiger Rat ein wichtiges Gut. Die Verbraucherzentrale steht genau dafür. Sie steht auch in schwierigen Zeiten an der Seite der Verbraucher:innen im Land.

Damit die Verbraucherzentrale auch in Zukunft dieser wichtigen Aufgabe nachkommen kann, braucht es insbesondere finanzielle Sicherheit. Die im aktuellen Koalitionsvertrag 2021-2026 der neuen Landesregierung vorgesehene mittelfristige Verstetigung der Finanzierung ist wichtig und ermöglicht eine längerfristige Planung. Ich baue darauf, dass die Landesregierung auch die Beratungsstellen und damit Präsenz in der Fläche sicherstellen wird. Denn die steigende Beratungsnachfrage zeigt, dass wir das Angebot erweitern müssen, digital und vor Ort. Nur dann kann die Verbraucherzentrale allen Verbraucher:innen einen für ihren individuellen Bedarf geeigneten Zugang zu unserem Angebot bieten. ●

*Nikolaos Sakellariou, Verwaltungsratsvorsitzender
der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.*

Liebe Leserinnen und Leser,

das Jahr 2020 werden Sie und wir nicht vergessen: Das erste Jahr, das voll im Zeichen von Corona stand. Mit dem Lockdown, der Absage von Reisen, dem Schließen der Geschäfte, Kulturangebote, Fitnessstudios und mehr waren alle Verbraucher:innen mit vielen Fragen und Problemen konfrontiert. Was sind ihre Rechte, wie bekommen sie das Geld von stornierten Veranstaltungen oder Reisen wieder und wie können sie Verträge beenden? Unseriöse Anbieter versuchten die Angst vor Corona mit vorgeblich schützenden Lebens- und Nahrungsergänzungsmitteln, dem Abspritzen von Pflastersteinen und mehr auszunutzen. In der Zeit der Online-Käufe versuchten Fake Shops von der Situation der Verbraucher:innen in der Pandemie zu profitieren. Mit Öffentlichkeitsarbeit, Abmahnungen und Gerichtsverfahren ist die Verbraucherzentrale gegen solche Praktiken vorgegangen. Kompakte Informationen zu vielen Themen wurden erstellt, um möglichst vielen Verbraucher:innen zu helfen, die individuellen Anfragen zu Beratungen überstiegen die Kapazitäten bei Weitem. Die „üblichen“ Verbraucherthemen liefen zusätzlich weiter.

Die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg war in einer besonderen Situation. Die Beratungsstellen waren geschlossen und Vorträge vor Ort nicht möglich. Aber bereits seit Jahren berät die Verbraucherzentrale über Telefon und E-Mail beziehungsweise online. Zusätzlich aber konnten mit Hilfe eines Projekts, finanziert über das Ministerium Ländlicher Raum und Verbraucherschutz bzw. digital@bw, wichtige weitere digitale Angebote gemacht werden. Eine Reihe von Online-Seminaren war bereits



etabliert und wurde von Verbraucher:innen sehr gut angenommen, gerade auch bei Themen, die ihnen aktuell auf den Nägeln brennen. Die Podcast-Reihe hat aktuelle Probleme wie auch spannende andere Themen einer neuen Zielgruppe zugänglich gemacht. Und gerade vor Beginn der Pandemie war die neue Video-Beratung eingeführt worden.

Ich bedanke mich bei allen, die dazu beigetragen und dadurch die Leistungen der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V. für die Verbraucher:innen in diesem besonderen Jahr möglich gemacht haben. ●

Cornelia Tausch, Vorstand der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.

DIE VERBRAUCHER-ZENTRALE WÄHREND DER CORONAPANDEMIE

Corona hat 2020 unsere private, die öffentliche und auch unsere Arbeitswelt in der Verbraucherzentrale auf den Kopf gestellt. Mit Beginn des ersten Lockdowns im März 2020 wurden die Beratungsstellen der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg für ratsuchende Verbraucher:innen geschlossen. Die persönlichen Beratungen, Vorträge und Workshops mit direktem Kontakt mussten abgesagt werden.

Die mit der Pandemie verbundenen Probleme der Verbraucher:innen aber fingen erst an: Reisen, Urlaub und Veranstaltungen konnten nicht wie geplant stattfinden oder wurden abgesagt, Fitnessstudios blieben geschlossen. Geltendes Verbraucherrecht wurde plötzlich infrage gestellt und die Einführung von Zwangsgutscheinen wurde diskutiert. Das Risiko, dass die Unternehmen in der langen Zeit insolvent gehen, sollte auf Verbraucher:innen abgewälzt werden. Im Eiltempo wurden Gesetze erlassen, die Bürger:innen und Unternehmen helfen sollten, die Zeit zu überbrücken. Das rief auch unseriöse Unternehmen auf den Plan, die versuchten, mit der Angst ein Geschäft und mit der Knappheit bestimmter Produkte hohe Gewinne zu machen. Verbraucher:innen haben sich mit ihren Beschwerden über Unternehmen, akuten Problemen und Fragen zu ihren Rechten an uns gewendet. Wir haben uns für Verbraucherrechte eingesetzt und Probleme in die Öffentlichkeit gebracht, mit Abmahnungen und Gerichtsverfahren sind wir gegen gesetzeswidriges Handeln von Unternehmen auch mit Bezug zur Coronapandemie vorgegangen.

Anforderungen an die Infrastruktur

Die Coronapandemie führte zu notwendigen Veränderung der Arbeit und damit verbunden zu einer starken Belastung der vorhandenen Strukturen: Den Mitarbeiter:innen wurde die Arbeit von zu Hause ermöglicht, viele nahmen dies auch in Anspruch. Dafür mussten etablierte Prozesse neu gedacht und auch technische Herausforderungen bewältigt werden.

Beratung und Information unter Pandemiebedingungen

Bedingt durch die Pandemie veränderten sich 2020 notgedrungen auch die Beratungswege. Da wegen dem



Lockdown zunächst auf unbestimmte Zeit keine persönlichen Beratungstermine stattfinden konnten, mussten wir schnell Alternativen finden, denn der Bedarf an guter Beratung blieb auch während dieser Zeit weiter bestehen und nahm in einigen Bereichen sogar stark zu. Die Verbraucherzentrale konnte auf die zuvor bereits eingeführte Videoberatung zurückgreifen. Verbraucher:innen haben damit die Möglichkeit, sich von zu Hause per Video-Chat mit einem Mitarbeiter der Verbraucherzentrale zu verbinden und dabei gemeinsam Unterlagen zu sichten oder sogar Schreiben zu verfassen und zu bearbeiten.

Neu eingeführt wurde eine telefonische Rückrufberatung: Verbraucher:innen konnten, statt einer vor Ort- oder Videoberatung auch einen Rückruf vereinbaren. Sie wurden dann nach vorheriger Anmeldung von einer Beratungskraft der Verbraucherzentrale zurückgerufen und ausführlich telefonisch beraten.

Mit der Video- und Rückrufberatung konnte die Verbraucherzentrale kurzfristig reagieren und den Wegfall der wichtigen persönlichen Beratung gut kompensieren. Gemeinsam mit bereits bestehenden Beratungswegen wie der schriftlichen Beratung oder der Telefonhotline waren wir auch in Zeiten der Pandemie jederzeit für Verbraucher:innen ansprechbar.

Die Verbraucherzentrale konnte – neben den klassischen digitalen Angeboten wie der Internetseite – mit ihrem Podcast und den Online-Seminaren auf ein neu entwickeltes und seit 2019 etabliertes Set digitaler Informationsangebote zurückgreifen und diese in der Krise gezielt einsetzen. Zusätzlich zu zahlreichen Informationen auf der Internetseite wurden kurzfristig zwei verschiedene Online-Seminare zu den Themen „Börsencrash“ und „Reiserücktritt“ als „Online-Sprechstunden“ angeboten: Verbraucher:innen konnten sich zu Onlineveranstaltungen anmelden und ihre Fragen vorab einreichen, die dann im Rahmen dieser Sprechstunde erörtert wurden. Bereits im April wurden die beiden „Sprechstunden“ das erste Mal angeboten. Beide wurden gut nachgefragt.

Mit drei Podcastfolgen, ebenfalls zu Börsencrash und Reiserücktritt sowie zu „Werbung mit Anti-Corona-Verprechen“, haben wir kurzfristig auch auf diesem Kanal auf den aktuellen Informationsbedarf reagiert.

Themenschwerpunkte

Die Coronakrise warf bei vielen Verbraucher:innen neue verbraucherrechtliche Fragen auf. Die stärkste Nachfrage entfiel auf die Themen Reise und Flugverkehr: Kann die

gebuchte Reise kostenlos storniert werden? Werden die Kosten für den gestrichenen Flug erstattet? Muss ein Gutschein für eine abgesagte Reise akzeptiert werden? Insbesondere mit Blick auf die zur Zeit der ersten Welle anstehende Sommerreisezeit kann die hohe Nachfrage zu dem Thema erklärt werden. Die weiteren Anfragen mit Coronabezug drehten sich um Fragen zu Hygiene- und Körperpflegeprodukten, Gesundheit sowie Kultur, Unterhaltung, Sport und Freizeit. Hier waren insbesondere Fragen zu Laufzeitverträgen, beispielsweise mit Fitnessstudios, ein wichtiges und stark nachgefragtes Thema.

Einige unseriöse Unternehmen versuchten mit der Angst vor Corona Kasse zu machen. Prominente Beispiele haben wir auf einer eigens geschalteten Artikelseite auf unserer Homepage gesammelt. Auch wenn es zu manchen Bereichen nur vereinzelt Nachfragen gab, ist doch von einer hohen Dunkelziffer auszugehen, denn: Wirbt ein Unternehmen für ein Produkt oder eine Dienstleistung, spricht es in der Regel nicht einzelne Verbraucher:innen an. Meist handelt es sich dabei um eine größer angelegte Aktion, bei der unseriöse Anbieter Verbraucher:innen das Geld aus der Tasche ziehen wollen, so auch mit der Angst vor dem Virus. ●



AUS DEN ABTEILUNGEN UND PROJEKTEN



ALTERSVORSORGE, BANKEN, KREDITE

... THEMEN DES JAHRES

Rechtswidrige Zinsänderungen in Sparverträgen

Auch im vergangenen Jahr mussten wir feststellen, dass Geldinstitute Verbraucher:innen in langfristigen Sparverträgen weiterhin Zinsen vorenthalten. Mittlerweile haben wir bereits gegen 25 Geldinstitute rechtliche Schritte eingeleitet. Davon sind 18 Verfahren positiv abgeschlossen, die übrigen sind noch offen. In über 400 Fällen von Instituten mit Sitz in Baden-Württemberg wurden den Verbraucher:innen unseren Berechnungen zufolge im Schnitt 2.576 Euro Zinsen vorenthalten. Die Verbraucherzentrale stellte ihre Erkenntnisse fortlaufend auch der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) zur Verfügung. Die zuständige Aufsicht hat dann im Februar 2020 erstmals angedeutet, gegen den Missstand vorgehen zu wollen und die Institute zu kundengerechten Lösungen aufgefordert. Nachdem ein von der BaFin einberufener Runder Tisch, zu dem auch die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg eingeladen wurde, diese Lösungen aber nicht gebracht hat, hat die BaFin verwaltungsrechtliche Maßnahmen gegen die Institute angekündigt. Unterdessen haben die Unterlassungsklagen der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg einige Institute auch zum Einlenken bewegt, sodass betroffene Verbraucher:innen aus Baden-Württemberg, die sich beschwerten, im Regelfall mit einem Nachzahlungsangebot ihres Kreditinstitutes rechnen dürfen.

Erneut böse Überraschungen bei Riester: Börsencrash und extra Kosten

Die Börsenturbulenzen im Corona-Crash und die Folgen für die Altersvorsorge waren auch Gegenstand der weiterhin stark nachgefragten Verbraucherfinanzberatung. Mitten im Börsencrash verkauften einige Anbieter von Riester-Verträgen für ihre Kund:innen bestehende Aktienfonds zu Tiefstkursen und tauschten sie gegen vermeintlich sichere Anlagealternativen ein. Von der allgemeinen Kurssteigerung an den Börsen über rund 50 Prozent nach dem Crash konnten die Sparer:innen wegen der Umschichtung nicht profitieren. Das sorgte für Beschwerden und warf die Frage auf, ob man sich gegen das Verhalten der Anbieter rechtlich wehren könne. Dies ist bereits der zweite Börsencrash, den Verbraucher:innen seit Einführung der Riester Rente erlebt haben. Dasselbe Verhalten der Anbieter sorgte schon während der Finanzkrise ab 2007 für Beschwerden. Da die Anbieter sich vertraglich das Recht vorbehalten haben, die Anlagepolitik jederzeit ändern zu dürfen, haben Betroffene gegen derartige Umschichtungen keine Handhabe.

Zunehmend häufiger war die Praxis von Volksbanken und Sparkassen, in bestehenden Riester-Verträgen Abschluss- und Vertriebskosten in Rechnung zu stellen, Gegenstand von Beschwerden. Betroffene können sich nach Ansicht der Verbraucherzentrale aber durchaus wehren, erste Erfolge ihrer Verbandsklage bestätigen diese Sicht. Zwei Gerichte entschieden im vergangenen Jahr zugunsten der Verbraucherzentrale und erklärten die Klausel „Im Falle der Vereinbarung einer Leibrente werden dem Sparer ggfs. Abschluss- und/oder Vermittlungskosten belastet“ für rechtswidrig.

Auch die Zinsanpassungen in Riester-Banksparverträgen sorgten weiter für Streit zwischen Betroffenen und den Sparkassen. Wir unterstützten Verbraucher:innen in all diesen Auseinandersetzungen mit einem vielfältigen Beratungsangebot, von der Fach- bis zur Rechtsberatung und zu individuellen Zinsberechnungen.

Nachhaltigkeit bei Geldanlagen

Zunehmend mehr Verbraucherinnen und Verbraucher wollen mit ihrem Geld neben einer angemessenen Rendite auch einen positiven Beitrag für nachhaltiges Wirtschaften leisten. Finanzdienstleister bieten ihnen für diesen Bedarf eine breite Palette von Geldanlagen an, mit den unterschiedlichsten Labels und Versprechungen. Doch etliche Angebote halten nicht, was sie versprechen. Die Finanz-

dienstleister kassieren extra ab, ohne den Erwartungen der Verbraucherinnen und Verbraucher gerecht werden zu können. So hatte beispielsweise die DekaBank auf ihrer Internetseite für ihren Fonds „Deka Nachhaltigkeit Impact Aktien“ wie folgt geworben:

- „Investieren mit positivem Einfluss“
- „verantwortungsvoll investieren und eine positive Wirkung auf Umwelt und Gesellschaft haben.“
- „Mit Ihrer Geldanlage von 10.000 Euro haben Sie eine Wirkung auf die folgenden nachhaltigen Kriterien: 830 kWh erneuerbare Energien werden produziert, 6,71 Tonnen Abfall werden eingespart, 575 kg CO₂ werden eingespart.“

Die Bank versprach Verbraucher:innen mit ihrer Geldanlage einen konkreten, messbar positiven ökologischen Effekt. Die Wirkung des Aktienfonds sollte mittels eines „Impact Rechners“ quantifiziert werden. Dass diese Versprechen nur auf Schätzungen beruhten, erfuhren Verbraucher:innen erst nach einigen weiteren Klicks. Außerdem berücksichtigte die Bank gar nicht die Wirkung aller Unternehmen des Portfolios. Bei der Wirkungsmessung hat die Bank nämlich solche Unternehmen weggelassen, zu denen ihr keine Daten über deren Wirkung vorliegen. Wer keine Daten hat, kann auch nicht ausschließen, dass die Wirkung eines Unternehmens negativ bezogen auf ein Nachhaltigkeitsmerkmal ist.

Die Verbraucherzentrale mahnte die DekaBank deshalb ab und reichte im Dezember schließlich Klage ein, da die Bank keine Unterlassungserklärung abgeben wollte. Mit dieser Klage strebte die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg konsequent eine rechtliche Klärung an. Unsere Position: Mit Aussagen zur Nachhaltigkeitswirkung einer Geldanlage sollte nur werben, wer die Wirkung tatsächlich nachweisen kann. Inzwischen hat die DekaBank die Klage anerkannt. Mit diesem Anerkenntnisurteil ist der Rechtsstreit nun beendet.

Ganz grundsätzlich stellt sich aber die Frage, ob und in welcher Form Anleger:innen durch die gezielte Auswahl von als nachhaltig beworbenen Finanzprodukten überhaupt eine Wirkung erzielen können. Die Frage ist brisant und politisch hoch aktuell. Wenn Sie beispielsweise mit Ihrem Geld über einen Aktienfonds die Aktien einer Firma kaufen, die Windparks errichtet, dann wechseln die Aktien nur den Besitzer. Ob Herr Meier oder Frau Müller die Aktien des Windparkbauers hält, macht keinen Unterschied. Es hängt davon nicht ab, wie viele Windparks gebaut werden. Die Tatsache, dass es heute große Windparkbauer gibt, hängt weniger damit zusammen, dass Aktionäre deren Aktien gekauft haben, sondern vielmehr damit, dass die Politik eine Energiewende beschlossen hat, weshalb die Produkte nun am Markt verstärkt nachgefragt werden.

Beratung zur Geldanlage und Altersvorsorge nicht bedarfsgerecht

Schon seit zehn Jahren stellen wir im Rahmen unserer Verbraucherberatung immer wieder fest, dass Verbraucher:innen zur Geldanlage und Altersvorsorge regelmäßig nicht bedarfsgerechte Verträge angeboten und verkauft werden. Das beobachtete Marktversagen spiegelt sich bis heute in der hohen Zahl an Anfragen und Beratungen beim Thema Geldanlage und Altersvorsorge wider. Der Gesetzgeber hat zwar mit einigen gewerberechtlichen Änderungen Alternativen zum Provisionsverkauf geschaffen, bei denen keine Provisionen fließen dürfen. Die Interessenkonflikte wurden so aber nicht beseitigt, sondern auf eine andere Ebene verlagert. Nun nehmen auch Beschwerden über Anbieter von Honorarberatung zu. Im Ergebnis sichert die geltende Rechtslage die Erwartungen der Verbraucher:innen an eine Finanzberatung weiterhin nicht ab. Die Folgen für Verbraucher:innen sind dramatisch, denn meist geht es um ihre Altersvorsorge.

2020 konnten wir zahlreiche Verbraucher:innen verstärkt auf neuen Wegen rund um Altersvorsorge und Geldanlage informieren. Großen Anklang fanden dabei vor allem die Online-Seminare zur Altersvorsorge, zur Geldanlage in ETFs sowie zum coronabedingten Börsencrash, an denen insgesamt 943 Zuhörerinnen und Zuhörer teilnahmen. Darüber hinaus wurde das Angebot an Podcasts zur Altersvorsorge weiter ausgebaut und insgesamt mehr als 10.000 Mal abgerufen.

AUS DER RECHTSDURCHSETZUNG

Immer Ärger mit der Zinsanpassung

Trotz klarer Vorgaben des Bundesgerichtshofs an die Transparenz von Zinsänderungsklauseln in langfristigen Sparverträgen berechnen Geldinstitute Zinsen oft falsch. Die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg ging auch 2020 mit Abmahnungen und Gerichtsverfahren gegen die Institute vor. Neun Banken wurden erfolgreich abgemahnt, in einem weiteren Fall fällte das Landgericht Kaiserslautern ein positives Urteil für Verbraucher:innen. In drei weiteren Verfahren reichte die Verbraucherzentrale 2020 Klage ein, drei Abmahnungen aus dem Vorjahr sind noch offen.

Versteckte Kosten schmälern Rente

Die Riester-Rente sieht die Zahlung einer lebenslangen Rente vor. Das gilt auch für Riester-Sparverträge, die zu Beginn zunächst mit einer Bank und nicht direkt mit einem Versicherer geschlossen wurden. Nähert sich die Ansparphase ihrem Ende, erhalten Verbraucherinnen und Verbraucher meist ein oder mehrere Vertragsangebote, aus denen hervorgeht, wie hoch die Rente sein und welcher Versicherer diese auszahlen wird. Was viele

Betroffene stutzig machte: Für den Abschluss dieser Verträge sollen sie neu anfallende Entgelte bezahlen. Die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg hielt das Vorgehen der Banken für rechtswidrig, ging dagegen vor und beanstandete diese oder ähnliche Klauseln:

„Im Falle der Vereinbarung einer Leibrente werden dem Sparer ggfs. Abschluss- und/oder Vermittlungskosten belastet.“

Zwei der abgemahnten Banken gaben im vergangenen Jahr eine Unterlassungserklärung ab, in drei Verfahren bekam die Verbraucherzentrale vor Gericht Recht. Darüber hinaus half die Verbraucherzentrale vielen Betroffenen mit Beratungen und einem Musterbrief, mit dem sie sich gegen die Kosten wehren konnten.

VERBRAUCHERPOLITIK

Alternativen gefordert

Dass die Riester Rente gescheitert ist, ist in der Politik mittlerweile angekommen. Wie dringlich es ist, sinnvolle Alternativen zu schaffen, zeigen auch die Praktiken der Anbieter von Riester-Verträgen, mit denen Verbraucher:innen im vergangenen Jahr zu kämpfen hatten: Im coronabedingten Börsencrash führte beispielsweise der Tausch von Aktienfonds in Rentenfonds in Riester-Verträgen zu erheblichen Verlusten. Außerdem belegen mehrere Gerichtsentscheidungen und Abmahnungen der Verbraucherzentrale, dass Anbieter Verbraucher:innen mit intransparenten Kostenklauseln und rechtswidrigen Zinsanpassungsklauseln in Riester-Verträgen benachteiligen.

Mit unserem Argumentationspapier zur Einführung eines Vorsorgefonds liegen die Eckdaten einer an Verbraucherinteressen ausgerichteten Alternative seit zehn Jahren auf dem Tisch. Es liegt an der Politik, das Heft in die Hand zu nehmen und sicherzustellen, dass Altersvorsorge an den Interessen der Verbraucher:innen ausgerichtet ist.

Schluss mit Kreditwucher und überhöhter Vorfälligkeitsentschädigung

Lösen Verbraucher einen Kredit vorzeitig auf, ist oft eine sogenannte Vorfälligkeitsentschädigung fällig. Der Höhe ist im Gesetz bereits ein Rahmen gesetzt worden, dieser gilt aber nicht für Immobilienkredite. Verbraucher:innen, die wegen einer Notlage gezwungen sind, ihr Eigenheim zu verkaufen, können dadurch legal übervorteilt werden. Während für übliche Kredite eine Obergrenze für Entschädigungen von einem Prozent der Restschuld gilt, gibt es eine solche Grenze bei Immobilienkrediten nicht. Die geforderte Vorfälligkeitsentschädigung ist daher oft sehr hoch: In 42 untersuchten Fällen aus der Beratung der Verbrau-

cherzentrale Baden-Württemberg haben Kreditinstitute im Schnitt eine Vorfälligkeitsentschädigung von 13.212 Euro verlangt. Ohne Ausnahmeregelung wären dies nur 1.265 Euro gewesen.

Außerdem nutzen Kreditinstitute im Konsumentenkreditgeschäft ein Schlupfloch, um wucherische Ratenkredite zu verkaufen.

Im Rahmen der geplanten Gesetzesänderung zum § 501 BGB forderte die Verbraucherzentrale 2020 vom Gesetzgeber, die Ausnahmen in § 502, Absatz 3 BGB (Vorfälligkeitsentschädigung) und § 6 Preisangabenverordnung (Kreditwucher) abzuschaffen, da sie regelmäßig zu einer finanziellen Übervorteilung von Verbrauchern führen. ●



AUS DER BERATUNG: AUCH HONORARBERATUNG SCHÜTZT NICHT VOR ÜBERVORTEILUNG



Niels Nauhauser,
Abteilungsleiter Altersvorsorge,
Banken, Kredite

Knapp 21.000 Euro einmaliges Honorar, dazu mindestens 82 Euro laufende Kosten pro Monat für 29 Jahre. So viel sollte Herr S. für eine Finanz- und Vorsorgeberatung samt Anlage an die Transparento GmbH zahlen. Nachdem er alle Unterlagen von dem Berater erhalten hatte und sich der Verdacht regte, übervorteilt worden zu sein, wandte er sich an die Verbraucherzentrale. Diese stellte im Rahmen ihrer Verbraucherberatung bei der Überprüfung der Verträge fest, dass das Angebot von Transparento für den Verbraucher nicht bedarfsgerecht war. Das Beratungsgespräch hat von Anfang an auf die Vermittlung einer Versicherung abgezielt. Diese Empfehlung wurde mit fragwürdigen Vergleichsrechnungen zu einem angeblichen „Mehrwert“ nach 29 Jahren begründet. Für die Anlage wurde ein Arbeitsaufwand von angeblich 80 Arbeitsstunden kalkuliert, der in keinem Verhältnis zu der Beratungsleistung steht. Gegen die nicht bedarfsgerechte Beratung hatte der Verbraucher aber rechtlich keine erfolversprechende Handhabe. Im Rahmen der Rechtsberatung stellte sich dann heraus, dass der Anbieter den Verbraucher nicht ordnungsgemäß über sein Widerrufsrecht informiert hatte. Im vorliegenden Fall fand die Beratung telefonisch und per Screensharing statt. Die Verbraucherzentrale mahnte Transparento daraufhin ab, diese unterzeichnete eine Unterlassungserklärung. Herr S. konnte seinen Vertrag erfolgreich widerrufen.

BAUEN, WOHNEN, ENERGIE

THEMEN DES JAHRES

Handwerker und Baugewerbe

Im Bereich Handwerker, Bauen und Instandsetzung zeigten sich trotz Corona in den Anfragethemen und Beschwerden keine großen Veränderungen. Die Zahl der Anfragen und Beschwerden war nur unwesentlich höher als 2019. Durch die weiterhin gute Auftragslage im Handwerks- und Baubereich fällt es Verbraucher:innen sehr schwer, zeitnah einen Unternehmer für die gewünschten Projekte zu bekommen. Eine Folge davon: Immer mehr weniger gut ausgebildete Handwerker:innen nutzen die hohe Nachfrage aus und bieten ihre Dienstleistungen an. Das zeigt sich daran, dass die Beschwerden von Verbraucher:innen neben der oft langen Warte- und Ausführungszeit vielfach auch die nicht zufriedenstellende oder mangelhafte Ausführung der beauftragten Arbeit sowie die Verteuerung zwischen Angebot und Schlussrechnung betreffen.

Ab Juni 2020 bis zum Ende des Jahres erhielt die Verbraucherzentrale verstärkt Anfragen nach Beratungen zur Mehrwertsteuerabsenkung und zu Möglichkeiten einer Steuerersparnis. Denn im Bereich Werkvertrags- und Bauvertragsrecht entscheidet die Abnahme eines Gewerkes über den jeweiligen steuerlichen Ansatz. So konnte beispielsweise

durch eine Teilabnahme der Steuersatz bei 16 Prozent gehalten werden, soweit die Abnahme vor dem zwischen dem 1. Juli und dem 31. Dezember erfolgte.

Die Probleme im Handwerk und Baugewerbe zeigen sich auch in der Rechtsdurchsetzung. Fehlende Widerrufsbelehrungen, fehlerhafte Allgemeine Geschäftsbedingungen zu den Mängelrechten, zu Haftungsfragen etc. wurden von der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg auch 2020 konsequent abgemahnt.

Steigende Strom- und Gaspreise

Die Jahreswechsel 2018/2019 und 2019/2020 waren durch massive Preiserhöhungen im Strom-, aber auch im Gasbereich gekennzeichnet. Auch die letzte Preiserhöhungsrunde haben wir zum Anlass genommen, Preiserhöhungsschreiben zu prüfen. Im Ergebnis konnten wir die Auswertung des Vorjahres 2019 bestätigen. Doch nicht alle Unternehmen haben aus den Ergebnissen der Umfrage oder den Abmahnungen gelernt: 2020 beschwerten Verbraucher:innen und Verbraucher sich teilweise wieder über die gleichen Unternehmen wie im Vorjahr. Wiederholte Verstöße gegen fehlerhafte oder fehlende Darstellung des Sonderkündigungsrechts oder verschleierte Preiserhöhungen wurden wieder konsequent abgemahnt.

Wie dreist manche Unternehmen bei der Verschleierung der Preiserhöhung vorgehen, zeigt unter anderem das Beispiel der Regionalen Energiewerke Düsseldorf, die ihren Kund:innen eine 600prozentige Preissteigerung unterjubeln wollten.

Energiekonzerne gehören und ohne Zwischenhändler arbeiten, können wir effizienter arbeiten und zahlreiche Kostenvorteile direkt an unsere Kunden weiterreichen. Wir stehen für eine nachhaltige Energieversorgung, faire und bezahlbare Konditionen und eine konsequente Ausrichtung an den Wünschen und der Zufriedenheit unserer Kunden.

Ihre Zufriedenheit steht im Mittelpunkt: Wir stehen für kompromisslos guten Service, bestmögliche Qualität und hohe Zuverlässigkeit bei der Energieversorgung unserer Kunden. Neben günstigen Preisen und einer nachhaltigen Versorgung mit Strom ist Ihre Kundenzufriedenheit oberstes Ziel für uns. Dafür investieren wir kontinuierlich in die Qualität unserer Dienstleistungen, reibungslose Abläufe und kundenorientierte Serviceleistungen. Um diese Servicequalität weiterhin zu gewährleisten und zu verbessern werden wir ab dem 01. Juni 2020 Ihren Grundpreis von aktuell einhundertvierundzwanzig Komma achtundsechzig Euro jährlich auf Neunundzwanzig Euro monatlich sowie Ihren Arbeitspreis von zur Zeit vierundzwanzig Komma siebenundvierzig Cent pro Kilowattstunde auf Null Komma Neunundzwanzig Euro pro Kilowattstunde. Die Anpassungen resultieren unter Anderem aus unserer Investition in einen noch besseren Service, Anstieg der EEG-Umlagen Netzentgelte sowie weiteren Umlagen. Aufgrund Dessen haben Sie ein Sonderkündigungsrecht bis Inkrafttreten der Preise. Unser Angebot passen wir kontinuierlich Ihren Kundenbedürfnissen an, um Ihnen ein optimales Service-Erlebnis bieten zu können – denn nur, wenn Sie zufrieden sind, können wir es auch sein.

Gut versteckt: So versuchten die Regionalen Energiewerke, ihren Kunden eine Preissteigerung unterzuschieben (Markierung durch die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg, Schreiben vom 22.12.2019)

Und nicht nur die versteckte Preiserhöhung war an dem Schreiben wenig verbraucherfreundlich: Mit dem Betreff „Aktuelle Neuigkeiten“ wurde zunächst auf Seite 1 des Anschreibens viel Selbst- und Eigenlob verbreitet, das in dem Satz in Fettschrift gipfelte, „da wir unsere Preise garantieren gibt es keine bösen Überraschungen am Jahresende.“ Das bittere Ende, wie auf der vorhergehenden Seite zu sehen, folgte jedoch auf Seite 2: „Um diese Servicequalität weiterhin zu gewährleisten und zu verbessern werden wir am dem zweiten Belieferungsjahr Ihren Grundpreis von aktuell sechsendsechzig Komma sechsendneunzig Euro jährlich auf fünfunddreißig Euro monatlich anpassen.“

Unseriöse Dienstleistungen

Die Machenschaften der Anbieter im Bereich haushaltsnaher Dienstleistungen sind seit Jahren Gegenstand etlicher Beschwerden von Verbraucher:innen. Es handelt sich hier um Unternehmen, die im Internet werben, wie Schlüsseldienste, Rohrreiniger und Schädlingsbekämpfer, sowie um Unternehmen, die mit Flyern in Tageszeitungen oder Wurfsendungen auf sich aufmerksam machen, wie Teppichwäscher, Stein- und Terrassenreiniger, aber auch Firmen, die direkt an der Haustüre klingeln, um Dächer neu zu decken oder Teearbeiten zu verrichten. Preise in Höhe des Zehnfachen ortsüblicher Preise sind keine Seltenheit. Trotz umfassender Präventions- und Informationsarbeit hat sich an der Problemlage auch in Coronazeiten bislang wenig geändert.

Neben der Aufklärung ist eine konsequente Verfolgung der Wettbewerbsverstöße ein Baustein zum Schutz der Verbraucherrechte. Besonders bewährt hat sich bei der Prävention auch die Zusammenarbeit mit dem Landeskriminalamt. In einer gemeinsamen Kampagne informieren Polizei und Verbraucherzentrale über ihre Social Media-Kanäle, einem gemeinsamen Podcast sowie mit Postkarten und der Broschüre „Das Geschäft mit dem Notfall“ über unseriöse Anbieter. Die Broschüre ist in allen Polizei-Dienststellen, bei der Verbraucherzentrale und zusätzlich online verfügbar.



AUS DER RECHTSDURCHSETZUNG

Verbraucherzentrale geht gegen mehrere Treppenliftanbieter vor

Die erfolgreiche Klage gegen einen Treppenliftanbieter ist der vorläufige Abschluss einer Klagekaskade gegen fast alle großen Vertreiber von Treppenliften.

Beim Abschluss solcher Verträge werden Senior:innen von Anbietern regelmäßig nicht über ihr Widerrufsrecht aufgeklärt, das ihnen nach Auffassung der Verbraucherzentrale jedoch zusteht. Die Treppenlift-Verträge werden regelmäßig im Haus oder in den Wohnungen der Verbraucher:innen und damit außerhalb von Geschäftsräumen geschlossen. Nach dem Gesetz haben Verbraucher:innen in solchen Fällen ein Widerrufsrecht, außer es handelt sich um einen individuell nach ihren Bedürfnissen hergestellten Kaufgegenstand. Hier wird nun die Unterscheidung Werkvertrag gegenüber Kaufvertrag wichtig, denn bei einem Werkvertrag, der in den Räumen der Verbraucher:innen geschlossen wird, kommt es nicht darauf an, ob es sich um einen individuell hergestellten Gegenstand handelt, hier haben Verbraucher:innen in jedem Fall ein Widerrufsrecht.

Das Oberlandesgericht Hamm entschied in einem Prozess, der von der Verbraucherzentrale gegen einen Treppenliftanbieter angestrengt worden war, dass es sich bei einem Vertrag über den Einbau eines Treppenliftes, egal ob dieser gerade oder kurvig ausgestaltet werden würde, um einen Werkvertrag und nicht um einen Kaufvertrag handeln würde. Das OLG hat in seiner Entscheidung deutlich herausgearbeitet, dass bei der Erstellung eines Treppenliftes nicht die reine Lieferung und Übergabe von Einzelteilen oder einer Sache im Vordergrund steht, sondern die Erstellung eines funktionstauglichen Werkes.

In einem zweiten Verfahren gegen einen anderen Anbieter entschied das Oberlandesgericht Köln leider nicht im Sinne der Verbraucherzentrale. Das OLG vertrat die Auffassung, dass Verbraucher:innen bei Kurventreppenliften ein Widerrufsrecht nicht zustehe, da es sich bei diesen Verträgen zum Einbau von individuell an das jeweilige Treppenhaus angepassten Treppenliften um Kaufverträge und nicht um Werkverträge handeln würde. Diese Entscheidung zulasten der Verbraucher:innen kann die Verbraucherzentrale nicht akzeptieren und hat deswegen Berufung vor dem Bundesgerichtshof eingelegt, um diese wichtige Sach- und Rechtsfrage für Verbraucher:innen in höchster Instanz zu klären. Der Termin zur Hauptverhandlung vor dem BGH wird am 08.07.2021 sein. Mit Spannung wird diese höchstrichterliche Klärung erwartet.

Süwag verschleiert Sonderkündigungsrecht

Preiserhöhungsschreiben von Energieversorgern sind schon seit Jahren immer wieder Auslöser von Ärger, Abmahnungen und Gerichtsverfahren. Im Rahmen der Auswertung mehrerer Schreiben unterschiedlicher Energieversorger mahnte die Verbraucherzentrale einige Anbieter ab. So beispielsweise auch die Süwag Vertrieb AG & Co. KG, die bei ihrem Preiserhöhungsschreiben die Belehrung über das Sonderkündigungsrecht verschleierte. Zwar war in dem mit „Wichtige Vertragsinformation und ein attraktives, neues Angebot für Sie!“ betitelten Schreiben die Preiserhöhung transparent dargestellt, der Hinweis auf das Verbraucher:innen gesetzlich zustehende Sonderrecht fand sich allerdings nicht in der Nähe der Preise, sondern in deutlich kleinerer Schrift am Ende des Schreibens. Da dies nicht transparent und daher rechtswidrig ist, mahnte die Verbraucherzentrale den Energieversorger ab. Dieser gab keine Unterlassungserklärung ab, so dass die Verbraucherzentrale Klage vor dem Landgericht Frankfurt erhob. Das Gericht gab schließlich der Verbraucherzentrale Recht und verurteilte den Energieversorger (Az. 3-08 O 29/20).

Neue Abzocke durch Corona

Absurde Dienstleistungsangebote haben in der Corona-Krise Konjunktur. In einem besonders obskuren Fall bot eine Firma aus Pforzheim im vergangenen Jahr Steinreinigungen am Haus an, um Virenübertragungen zu vermeiden.

Das Unternehmen reiht sich damit in die Reihe zahlreicher unseriöser Teppichwäscher, Polstereien, Stein- und Terrassenreinigungen ein. Es bewarb seine Dienste mit einer Wurfsendung in der örtlichen Tageszeitung. Nicht herausfinden ließ sich jedoch, ob es unter der im Flyer genannten Anschrift tatsächlich eine Steinreinigung mit einem Inhaber „Don alpocino Demeter“ gab. Die Recherche zeigte, dass das Unternehmen aus Rheinland-Pfalz stammt und dort unter einem komplett anderen Namen firmierte. Besonders perfide war der Flyer durch den Hinweis: „Stellen Sie sich vor, Sie haben Viren auf den Steinen. Und durch Kontakt übertragen Sie diese auf Personen.“ Die Verbraucherzentrale mahnte den Anbieter wegen irreführender Aussagen und fehlender Informationen zum Unternehmen auf dem Flyer ab. Da die Firma zunächst keine Unterlassungserklärung abgeben wollte, ging der Fall vor Gericht, den die Verbraucherzentrale dort mit einem obsiegenden Urteil abschließen konnte. ●



AUS DER BERATUNG: BERG- UND TALFAHRT MIT DEM TREPPENLIFT



*Matthias Bauer,
Abteilungsleiter Bauen, Wohnen,
Energie*

Ende 2019 hatte die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg ein Urteil gegen die Treppenliftvertriebsfirma Thyssenkrupp Home Solution erstritten, das es dem Anbieter untersagte, Treppenlifte in Haustürgeschäften ohne die erforderliche Widerrufserklärung zu verkaufen.

2020 meldete sich Frau V. bei der Verbraucherzentrale. Sie hatte bei besagter Firma einen Lift gekauft, der unsachgemäß eingebaut worden war. Während die Lifte in der Werbung auf Schienen mit einer gleichmäßigen Steigung laufen, war dieser Lift wie eine Berg- und Talbahn gestaltet.

Ihr Ehemann, für den der Lift gekauft worden war, hatte regelrecht Angst, diesen zu nutzen. Der Anbieter erklärte jedoch hartnäckig, dass kein Mangel vorliegen würde. Frau V. war schon zermüht von den Vorhaltungen des Anbieters und wäre auch mit einer Minderung in Höhe von 1.000 EUR zufrieden gewesen. Die Verbraucherzentrale überprüfte den Fall und stellte fest, dass der Anbieter die Verbraucherin nicht über ihr Widerrufsrecht aufgeklärt hatte.

In der Beratung nahm die Verbraucherzentrale den Umstand zu Hilfe, dass bei einer fehlenden Belehrung und Gewährung des Verbraucherwiderrufsrechtes noch innerhalb eines Jahres und 14 Tagen widerrufen werden kann. Aufgrund des Urteils war eindeutig, dass sich der Anbieter daran halten musste, auch wenn die Frage, ob das Widerrufsrecht auch für Anbieter von Treppenliften gilt, immer wieder umstritten ist.

Da der Kauf des Treppenlifts noch nicht länger als ein Jahr her war, konnte Frau V. mit Hilfe der Verbraucherzentrale ein Widerrufsschreiben zu formulieren und so das Problem mit dem ungeliebten Lift lösen. Die Firma musste den Lift auf eigene Kosten ausbauen, außerdem bekam Frau V. den kompletten Kaufpreis zurückerstattet.

LEBENSMITTEL UND ERNÄHRUNG



Corona: Fragwürdige Produkte und unseriöse Angebote

Bereits im ersten Lockdown im Frühjahr 2020 erreichten die Verbraucherzentrale zahlreiche Anfragen und Beschwerden von Verbraucher:innen und Verbrauchern im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie. Die Vielfalt der Themen war dabei sehr groß: von zusätzlichen Hygienepauschalen bei Friseuren über Nachfragen zur vorübergehenden Mehrwertsteuersenkung oder zu neuen Hygienemaßnahmen im Einzelhandel bis hin zur Einkaufswagen- oder Maskenpflicht.

Mit der Corona-Pandemie hatte sich die Nachfrage nach Schutz- und Hygieneartikeln wie Gesichtsmasken, Desinfektionsmitteln, Seifen und Toilettenpapier plötzlich stark erhöht. Viele Artikel waren vorübergehend ausverkauft oder nur in geringen Mengen erhältlich. Einige Händler, vor allem auf Online-Marktplätzen, nutzten diese Situation aus, um Produkte zu wesentlich höheren Preisen anzubieten als üblich. Da Wucher laut BGB allerdings nur vorliegt, wenn Leistung und Gegenleistung bei einem Rechtsgeschäft in „auffälligem Missverhältnis“ zu einander stehen und eine der Vertragsparteien eine Zwangslage der anderen Partei zu ihren Gunsten ausnutzt, konnte in diesen Fällen meist nicht rechtlich gegen die fragwürdigen Angebote vorgegangen werden. Wir haben daher auf unserer Internetseite Beispiele zu überkauften Waren und fragwürdigen Produkten veröffentlicht und einen Podcast zu Werbung mit Anti-Corona-Versprechen aufgenommen, um Verbraucher:innen zu informieren.

Verunsichert durch steigende Fallzahlen, wollten sich viele Verbraucher:innen auch aktiv vor einer Ansteckung mit dem Coronavirus schützen und ihr Immunsystem stärken. Manch ein Anbieter von Nahrungsergänzungsmitteln witterte das große Geschäft. So wurde beispielsweise ein Ingwerextrakt beworben, der angeblich vor dem Coronavirus schützen sollte. Nahrungsergänzungsmittel wie der Ingwerextrakt zählen jedoch zu den Lebensmitteln, die grundsätzlich nicht damit beworben werden dürfen, dass sie vor Krankheiten schützen. Die Verbraucherzentrale mahnte den Verantwortlichen ab, der eine Unterlassungserklärung abgab.

Außerdem warf der Corona-Ausbruch im Schlachtbetrieb Tönnies bei Verbraucher:innen viele Fragen hinsichtlich der Sicherheit von Fleischprodukten auf. Laut Bundesinstitut für Risikobewertung sind bislang keine Infektionen mit SARS-CoV-2 über den Verzehr von Fleischwaren oder Kontakt mit kontaminierten Fleischprodukten bekannt. Zudem können sich Nutztiere nach aktuellem Wissensstand nicht mit SARS-CoV-2 infizieren und das Virus über diesen Weg nicht auf den Menschen übertragen.

Immer noch auf dem Markt: Cannabidiol (CBD)

CBD wird aus den oberirdischen Teilen (z.B. Blättern oder Stängel) der Nutzpflanze Cannabis sativa L. gewonnen. CBD-Öl wird von verschiedenen Herstellern mit blumigen Versprechungen beworben und soll dazu führen, dass Kopfschmerzen, Entzündungen und Angstzustände verschwinden. Es gibt zwar Hinweise, dass CBD entzündungshemmend und schmerzlindernd wirkt. Diese Hinweise sind jedoch noch nicht ausreichend im Rahmen klinischer Studien gesichert.

CBD-Öle gehören als Nahrungsergänzungsmittel zu den Lebensmitteln. Werbung mit krankheitsbezogenen Aussagen ist für Lebensmittel grundsätzlich verboten. Lebensmittel dürfen allenfalls gesundheitsbezogen beworben werden. Und zwar dann, wenn eine entsprechende gesundheitsbezogene Angabe wissenschaftlich bewiesen und von der EU zugelassen ist. Das ist aktuell für CBD nicht der Fall. Außerdem handelt es sich bei CBD um ein neuartiges Lebensmittel, das vor dem Verkauf eine Zulassung nach vorheriger Sicherheitsprüfung benötigt. Auch eine solche Zulassung liegt bislang nicht vor. Aus Sicht der Verbraucherzentrale handelt es sich bei CBD-Produkten daher um nicht zugelassene neuartige Lebensmittel, die nicht in Verkehr gebracht werden dürfen. Trotzdem werden derartige Produkte weiterhin im stationären Lebensmitteleinzelhandel, in Drogerien und Apotheken sowie auf zahlreichen Internetseiten verkauft.

Dauerbrenner: Bonafair AG

Auf der Internetseite der Verbraucherzentrale sind mittlerweile zahlreiche Informationen zum zweifelhaften Verhalten der Bonafair AG zusammengestellt, die unter dem Namen „Hirschberger NaturRat“ Mittel gegen Gelenkschmerzen und Einschränkungen der Gedächtnisleistung vertreibt. Dennoch reißt die Flut der Beschwerden von Verbraucher:innen nicht ab. Die Vorgeschichte ist dabei meist die gleiche: Ältere Verbraucher:innen erhalten einen Werbeanruf, bei dem eine günstige Probefreilieferung

versprochen wird. Auch wenn diese abgelehnt wird, folgt kurz darauf eine Lieferung samt horrender Rechnung. Aus Sicht des Unternehmens ist mit Zusendung der Probepackungen ein Abo zustande gekommen. Und für das Abo sind die Preise dann höher als für die Proben.

Betroffene Verbraucher:innen sollten, sofern während des Telefonats kein gültiger Vertrag zustande gekommen ist, dem angeblichen Vertragsschluss widersprechen. Ein wirksamer Vertrag kommt nur zustande, wenn beide Vertragsparteien sich über wesentliche Punkte wie Kosten, Lieferzeiträume, Laufzeit des Abos und Kündigungsfristen geeinigt haben. Zusätzlich sollte sicherheitshalber der Widerruf zum angeblichen Vertragsschluss erklärt werden. Auch bei gültig im Fernabsatz geschlossenen Verträgen kann der Widerruf erklärt werden. Nicht bestellte Ware muss nicht zurückgesendet werden, sofern erkennbar ist, dass sie nicht für jemand anderen bestimmt ist.

Die Verbraucherzentrale hat die Bonafair AG inzwischen verklagt.

AUS DER RECHTS DURCHSETZUNG

Unzulässige Werbung für E-Zigaretten

Mit dem Slogan „E-ZigaRETTE Leben“ warb Ende 2019 die Informationskampagne des „Aktionsbündnisses Dampfen“ für E-Zigaretten, die auf die angeblichen gesundheitlichen Vorteile von E-Zigaretten gegenüber Tabak aufmerksam machen wollte. Zahlreiche Verkäufer:innen von E-Zigaretten und Liquids unterstützten auf ihren Internetseiten dieses Aktionsbündnis und warben damit für den Absatz ihrer Produkte. Nach Ansicht der Verbraucherzentrale wurden mit dem Slogan „E-ZigaRettenLeben“ zum einen die Gefahren des E-Zigaretten-Konsums verharmlost und zum anderen sogar der Eindruck erweckt, Konsument:innen würden damit ihre Gesundheit positiv beeinflussen. Diese Werbung ist daher irreführend und verstößt gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) sowie das Tabakerzeugnisgesetz (TabakerzG). Die Verbraucherzentrale mahnte daraufhin elf Dampfstores ab, nur einer davon gab eine Unterlassungserklärung ab.

Mittlerweile liegen erste Urteile der Gerichtsverfahren vor. Im Juli gab das Landgericht Saarbrücken der Verbraucherzentrale Recht: Wenn Onlineshops auf die Kampagne „E-ZigaRETTE Leben“ verweisen, ist das unzulässige Werbung im Sinne des TabakerzG. Auch das Landgericht

Heidelberg entschied, dass die Einblendung des Flyers gegen das generelle Werbeverbot des TabakerzG verstößt, so dass es auf den Wahrheitsgehalt der Aussage „E-ZigaRETTE Leben“ bzw. die Aussage, wonach E-Zigaretten 95 Prozent weniger schädlich seien als herkömmliche Tabakzigaretten, überhaupt nicht ankomme. Das Landgericht Hannover stützte seinen Unterlassungsanspruch nicht ausschließlich auf das allgemeine Werbeverbot des TabakerzG, sondern darüber hinaus auch auf das Irreführungsverbot des UWG. Im September 2020 entschied das Landgericht Nürnberg-Fürth ebenfalls im Sinne der Verbraucherzentrale. Die Entscheidung ist noch nicht rechtskräftig, da der Anbieter Berufung eingelegt hat.

Mit Ingwerkonzentrat gegen Viren?

Mit der Angst vor dem Corona-Virus versuchten verschiedene Unternehmen Geld zu machen. So ließ ein Nahrungsergänzungsmittel-Hersteller unter der Website www.dr-feil.com ein „Immunpaket“ bewerben, bestehend aus 100 ml Ingwerextrakt und 90 Nährstoffkapseln mit Zink, Selen, Mangan, Vitamin D und Laktobakterien. Der Preis: 59,80 Euro. Auf dieser Seite behauptete Herr Dr. Wolfgang Feil unter der Überschrift „So stärken Sie sich gegen das Coronavirus“ unter anderem: „Diese Ingwerwirkstoffe hemmen die Vermehrung des Virus im Körper sofort und verringern das Risiko, dass das Virus in Körperzellen eintreten kann.“ In diesem Blog-Artikel wurde dann praktischerweise auch gleich auf das Immunpaket verlinkt (<https://allsani.com/immunpaket>). Geschäftsführerin der Komplementärin dieses Anbieters ist wiederum eine Frau Andrea Reichenauer-Feil. Ein Zufall? Diese Werbeaussagen für das Immunpaket, getarnt als pseudowissenschaftlicher Beitrag, sind



aus Sicht der Verbraucherzentrale rechtswidrig. Denn: Lebensmittel dürfen nicht mit heilender oder krankheitsbezogener Wirkung beworben werden. Die Verbraucherzentrale hat dieses Vorgehen abgemahnt. Da der Anbieter nach abgegebener Unterlassungserklärung weiterhin mit den beanstandeten Aussagen warb, reichte die Verbraucherzentrale Klage vor dem Landgericht Tübingen ein, erst vor Gericht erkannte der Anbieter sein rechtswidriges Verhalten endgültig an.

Hello Fresh

Gerade in Zeiten der Pandemie erlebten Lieferdienste einen weiteren Aufschwung. Dass dabei nicht immer alles klappt, wie es sollte, zeigen mehrere Abmahnungen der Verbraucherzentrale gegen die HelloFresh Deutschland SE & Co. KG. Ausgangspunkt für die Abmahnungen war die Beschwerde einer Verbraucherin. Bei ihrer Online-Bestellung war sie von einer Einzellieferung ausgegangen, tatsächlich hatte sie – ohne es zu wollen oder zu ahnen – ein Abonnement über mehrere Lieferungen abgeschlossen. Die Verbraucherzentrale überprüfte den Fall und stellte fest, dass der Bestellbutton nur mit „Bestellung aufgeben“ / „Zustimmen und weiter“ und damit falsch beschriftet war. Insgesamt entsprach die Beschriftung damit nicht den gesetzlichen Vorgaben. Und auch der Abschluss eines Abos war nicht ersichtlich. Weiterhin bemängelte die Verbraucherzentrale, dass der Liefersdienst seine Kund:innen bei der Bestellung auch in anderen Punkten nicht ausreichend informierte, zum Beispiel über den Gesamtpreis beziehungsweise über die Art der Preisberechnung, über die Mindestlaufzeit des Vertrages und die Kündigungsvoraussetzungen. Weitere Gründe für Abmahnungen lieferte das Unternehmen mit widersprüchlichen Angaben zur Kündigung von Einzellieferungen sowie mit Werbemails, die trotz fehlender Zustimmung verschickt wurden. Da das Unternehmen die angeforderte Unterlassungserklärung nicht abgab, reichte die Verbraucherzentrale Klage ein. Das Landgericht Berlin gab der Verbraucherzentrale überwiegend Recht. Die abschließende Klärung wird in der Berufungsinstanz erfolgen, das Verfahren ist noch nicht abgeschlossen. ●



FALL AUS DER BERATUNG: UNERWÜNSCHTES PILLEN-ABO



*Vanessa Holste,
Abteilungsleiterin Lebensmittel und
Ernährung*

Als Herr J. das Päckchen einer ihm unbekannten Firma öffnete, war er entsetzt: Fast 300 Euro sollte er für das beiliegende Präparat zur Penisverlängerung zahlen, laut Schreiben hatte J. sogar ein Abo für die Pillen abgeschlossen. Doch weder das Produkt namens „Horse Power“ noch die Firma „Aliaz Cooperation“ waren Herrn J. bekannt. Er beschwerte sich mehrfach bei der Aliaz Cooperation. Doch die Firma erklärte lediglich den Abo-Vertrag für beendet, bestand aber weiterhin auf die offenen Forderungen. Diese wurden mit Nachdruck eingefordert, Herr J. erhielt wenig später ein Inkassoschreiben von Inkassolution. Neben der IP-Adresse, über die die Bestellung angeblich getätigt worden war, führte das Unternehmen außerdem Herrn J.s E-Mail-Adresse als weiteren Beleg für die Bestellung auf. Mit Verzugszinsen, Gläubigerkosten und weiteren Auslagen betrug die geforderte Summe inzwischen sogar 400 Euro.

Herr J. wandte sich an die Verbraucherzentrale. Dort war vor allem die Firma Aliaz Cooperation aus zahlreichen Beschwerden gut bekannt. Bereits seit mehreren Jahren tauchte der Name immer wieder im Zusammenhang mit unbestellten Waren und aggressiven Zahlungsaufforderungen auf. Da sich der Firmensitz der Aliaz Cooperation in Lettland befindet, war die rechtliche Handhabe der Verbraucherzentrale gegen das Unternehmen beschränkt. Allerdings konnte das europäische Verbraucherzentrum EVZ gemeinsam mit den lettischen Behörden erfolgreich gegen die Firma vorgehen.

In der Beratung wurde schnell klar: Die Forderung gegen Herrn J. ist unberechtigt. Die Verbraucherzentrale verwies ihn auf ihren Musterbrief, den J. an Inkassolution schickte. Wenige Tage später erhielt J. von der Inkassofirma die Information, dass der Mandant den Fall zurückgezogen habe und die Akte geschlossen werde. Er muss nun keine weiteren Mahnschreiben fürchten.

VERSICHERUNGEN, PFLEGE, GESUNDHEIT



Covid-19: Masken und Reiseversicherungen im Fokus

Die Beratung stand auch in der Abteilung Versicherungen, Pflege, Gesundheit im Bann der Pandemie. Masken, Tests und Reiseversicherungen wurden für Verbraucherinnen und Verbraucher zu wichtigen Themen, die viele Fragen aufwarfen.

So gab es bereits im zu Beginn des Frühjahrs 2020 viele Anfragen und Beschwerden zu Mund-Nase-Masken aller Art. Anfangs stand dabei die Frage im Vordergrund, wer Masken überhaupt vertreiben darf und wie viel diese kosten dürften. Hintergrund waren teils extreme Preissteigerungen, die Verbraucher:innen durch einen Vergleich der Maskenpreise mit der Zeit vor der Pandemie ermittelten. Mit zunehmender Dauer der Pandemie gingen die Fragen und Beschwerden häufiger in Richtung Zuverlässigkeit der Händler und insbesondere der Qualität der Masken. Wichtig war Verbraucher:innen dabei vor allem, wie man die Qualität von Masken erkennen kann und wer diese überprüft. Berichte und Gerüchte über falsche oder unzureichende Masken sorgten dabei zusätzlich für Unsicherheit. Wichtig ist daher eine konsequente, lückenlose Kontrolle der gesamten Produktions- und Transportkette.



Im Versicherungsbereich gab es einen Corona-Schwerpunkt bei Reiseversicherungen. Für die betroffenen Verbraucher:innen ging es vor allem darum, ob beispielsweise das erhöhte Risiko, sich bei einer Ferienreise mit Corona anzustecken, von Versicherungen als Grund für die Absage der Reise akzeptiert wird. Darüber hinaus gab es Anfragen dazu, was mit der Prämie bei Beendigung des Versicherungsvertrags passiert, wenn eine Reise aufgrund einer behördlichen Anordnung abgesagt wurde.

Pflegezusatzversicherungen – Dramatische Beitrags-erhöhungen

Besonders viele Anfragen und Beschwerden von Verbraucherinnen und Verbrauchern gingen 2020 zu Beitragserhöhungen in der privaten Pflegezusatzversicherung ein, verbunden mit der Frage, wie man auf die Erhöhungen reagieren sollte. Die Beitragssteigerungen hatten teils dramatische Ausmaße: Die Verbraucherzentrale erfasste Steigerungen von 37, 95 oder gar mehr als 100 Prozent. Besonders problematisch ist, dass es sich bei der privaten Pflegezusatzversicherung um eine für Verbraucher oft wichtige Sparte handelt. Und es ist höchst problematisch, dass sich Versicherer über einen hochformalen Weg die Beitragserhöhung rechtlich nahezu unangreifbar genehmigen lassen können. Gerade vor diesem Hintergrund ist es für Verbraucher:innen wichtig zu wissen, dass sie ein gesetzlich verbürgtes Recht haben, ihren Tarif zu wechseln.

Doch nicht nur die Erhöhungen selbst sorgten für Ärger: die Anbieter informierten teils überhaupt nicht über die Preissteigerungen, teils sogar falsch. Auf diese Weise missachteten viele Anbieter das gesetzlich fundierte Tarifwechselrecht. Verbraucher:innen wurden außerdem nicht auf Alternativtarife aufmerksam gemacht oder von ihnen wurde eine erneute Gesundheitsprüfung verlangt, wenn sie den Tarif wechseln wollten. Das ist ebenfalls gesetzeswidrig. Versicherer haben damit nicht nur den Bedarf von Verbraucher:innen ignoriert, sondern auch das Vertrauen in diesen wichtigen Markt massiv untergraben.

Vor diesem Hintergrund haben wir Verbraucherinnen und Verbraucher in unseren Beratungen darüber aufgeklärt, wie sie am besten auf die Erhöhungen reagieren und gegebenenfalls den Tarif wechseln können. Auch haben wir in mehreren Fällen rechtliche Schritte gegen Versicherer eingeleitet, die sich nicht an die gesetzlichen Bestimmungen gehalten haben.

Pflegeheime – Erhöhung Entgelte

Viele Pflegeheimbewohner und -bewohnerinnen bekamen im vergangenen Jahr von ihrem Heim die Mitteilung, dass sich die Entgelte für ihren Pflegeplatz erhöhen. Die Betroffenen oder deren Angehörige beschwerten sich daraufhin bei der Verbraucherzentrale oder fragten nach, wie sie mit solchen Erhöhungen umgehen sollten. Verbraucherinnen und Verbraucher empfanden insbesondere die verlangten Kosten als zu hoch. Auch das Verfahren, nach dem die Heimkosten neu kalkuliert wurden, sahen viele als intransparent und unverständlich an. Sie konnten die Preiserhöhung nicht wirklich nachvollziehen und akzeptieren.

Steigende Kosten für die Pflege und für stationäre Pflegeeinrichtungen sind oft ein sensibles Thema: Einerseits haben Pflegebedürftige in dieser Situation oft wenig finanziellen Spielraum, andererseits ist ein Wechsel des Pflegeheims, um die Kosten zu reduzieren, oft mit enormem Aufwand verbunden und in der Praxis eine kaum gangbare Alternative.

Ein weiteres Problem ist, dass Verbraucher:innen es oftmals schwer haben, verlässliche Informationen zu Pflegekosten und deren Finanzierung zu bekommen. Auch lässt die Preistransparenz mancher Betreiber von Pflegeheimen zu wünschen übrig.

Neben dem Kostenaspekt war für Verbraucher:innen auch die der Qualität in der Pflege ein wichtiges Thema. Viele fragten bei der Verbraucherzentrale nach, wie und anhand welcher Kriterien sie einen bedarfsgerechten und qualitativ hochwertigen Pflegeheimplatz finden können.

Beiträge für die Krankenkasse: Viele Fragen offen

Anfragen und Beschwerden zu Krankenkassen nahmen auch 2020 im Bereich "Pflege und Gesundheit" einen großen Platz ein. Meist ging es darum, dass die Berechnungen der Beiträge für Verbraucher:innen intransparent und nicht nachvollziehbar sind und dass Krankenkassen die Beiträge falsch oder zu hoch berechnen.

Einen Schwerpunkt bildeten im vergangenen Jahr Anfragen und Beschwerden im Zusammenhang mit dem Freibetrag für Betriebsrenten, der zu Beginn des Jahres 2020 recht kurzfristig eingeführt wurde. Für Verbraucher:innen war es schon davor oft unmöglich, die von den Krankenkassen errechneten Beiträge und die dahinterstehenden Wege nachzuvollziehen, durch die kurzfristig vorgenommene Freibetragsregelung wurde der gesamte Vorgang noch



FALL AUS DER BERATUNG: DECKUNGSZUSAGE ZU UNRECHT ABGELEHNT



*Dr. Peter Griebel,
Abteilungsleiter Versicherung,
Pflege, Gesundheit*

Die Eheleute A. wandten sich wegen eines Problems in einer Mietsache an einen Rechtsanwalt. Dieser stellte eine Vorschusskostenrechnung in Höhe von 1.200 Euro und gleichzeitig eine Deckungsanfrage beim Versicherer der Eheleute.

Als der Anwalt vom Versicherer die Information erhielt, dass kein Versicherungsschutz bestehen würde, forderte er die Eheleute auf, die 1.200 Euro selbst zu bezahlen. Das Ehepaar fiel aus allen Wolken: Für solche Fälle hatten sie doch jahrelang Beiträge an die Rechtsschutzversicherung gezahlt. Auf Nachfrage erhielten sie vom Versicherer die Information, dass er die Deckungszusage nicht erteilt habe, da nach einem Beitragsrückstand der Vertrag gekündigt worden sei.

Der Rückstand war jedoch nicht entstanden, weil die Eheleute nicht mehr zahlen konnten oder wollten, sondern weil ein Beitrag einmalig, aus welchen Gründen auch immer, nicht von ihrem Konto abgebucht worden war.

Der Versicherer hätte die Eheleute A. für eine Vertragskündigung allerdings über den Rückstand und die Konsequenzen informieren müssen. Einen solchen Brief hatten Herr und Frau A. jedoch nie erhalten. In der Beratung wurde das Ehepaar darauf hingewiesen, dass die Kündigung deshalb nicht wirksam sei. Doch die Versicherung verweigerte dem Paar weiterhin den Rechtsschutz. Daraufhin wandte sich die Verbraucherzentrale direkt an den Versicherer und legte ihm die Rechtslage dar. Erst nach einem zweiten Schreiben der Verbraucherzentrale und zwei Monaten ohne Reaktion lenkte der Versicherer ein und teilte den Eheleuten mit, dass der Vertrag weiter fortbestehen würde und er dem Anwalt die Deckungszusage erteilt habe.

komplexer. Ein häufiges Problem: Auch viele Monate nachdem das Gesetz in Kraft getreten war, wurde der Freibetrag noch nicht in einem neuen Beitragsbescheid berücksichtigt, Änderungen wurden oft nicht transparent dargestellt.

Bei den Beratungs- und Beschwerdeanfragen aus dem Jahr 2020 zeigte sich in einer durchgeführten Untersuchung der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg, dass Beitragsfragen zur Krankenkasse für Verbraucher von großer Relevanz waren. Ein großes Problem: Wenn Beiträge intransparent, falsch oder zu hoch berechnet werden, betrifft dies oftmals viele Krankenkassen mit einem großen Marktanteil. Verbraucher:innen haben dann wenig Möglichkeiten, auf eine andere Kasse auszuweichen, besonders wenn noch weitere Faktoren wie ein Auslandsaufenthalt oder der Eintritt in die Rente den Wechsel erschweren.



AUS DER RECHTSDURCHSETZUNG

Apotheke zeichnet Masken falsch aus

Ob einfache Alltagsmaske, OP-Maske oder FFP2-Standard: Viele Menschen sind in den letzten Monaten zu echten Maskenprofis geworden. So fiel es einem Verbraucher direkt auf, dass in einer Apotheke einfache Mund-Nasen-Masken fälschlicherweise mit dem Zusatz „N95-Filter 95% – FFP2-Klasse“ beworben wurden. Er meldete den Fall der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg, die den Apotheker abmahnte. Der Hersteller selbst hatte die Masken nicht als FFP2-Masken beworben, nur die Apotheke behauptete dies auf einem scheinbar selbst ausgedruckten Schild. Die Apotheke gab eine Unterlassungserklärung ab und verpflichtete sich, die Masken künftig korrekt auszuzeichnen.

Neuer Vertriebsweg, neue Probleme?

Viele Versicherungen werden inzwischen online abgeschlossen, ein Trend, der sich durch die Corona-Pandemie weiter durchsetzen dürfte. In manchen Fällen versuchen Anbieter jedoch nicht nur den persönlichen Kontakt, sondern auch die Beratungspflicht stark zu reduzieren.

So mahnte die Verbraucherzentrale 2020 beispielsweise die Neodigital Versicherung AG erfolgreich ab, weil diese vor Abschluss der Versicherung nur minimale Kriterien abfragte und Verbraucher:innen dann dazu bewegen wollte, auf die Beantwortung weiterer Fragen zu verzichten und einen Tarif „nach Bedarf“ auszuwählen. Gesetzlich sind Versicherer allerdings verpflichtet, Verbraucher:innen zu beraten, auch über die Konsequenzen eines solchen Verzichts auf weitere Fragen. Ihnen nur viele Informationen aufzutischen reicht nicht aus. Denn erst bei der Beratung, wenn Wünsche und Bedürfnisse der Verbraucher:innen abgefragt und erkannt werden, kann ihnen ein passendes Produkt angeboten werden.

Eine weitere Abmahnung im Bereich der InsureTechs betraf rechtswidrige Geschäftsbedingungen des Versicherers Lemonade. Der Versicherer hat inzwischen eine Unterlassungserklärung abgegeben. ●

TELEKOMMUNIKATION, INTERNET, VERBRAUCHERRECHT



Für die Abteilung war es ein besonders erfolgreiches, aber auch sehr anspruchsvolles Beratungsjahr. Sowohl bei den Beratungen und Anfragen als auch bei den Veranstaltungen wurden die Zahlen des Vorjahres deutlich übertroffen. So verzeichnete die Abteilung 2020 über 75 Prozent mehr Verbraucherkontakte als 2019, darüber hinaus konnten bei 49 Veranstaltungen und Vorträgen viele Verbraucher:innen erreicht werden. Coronabedingt fanden viele dieser Vorträge nicht in Präsenz, sondern als Onlineveranstaltung statt. Besonders hervorzuheben ist eine Online-Veranstaltung zusammen mit dem Landeskriminalamt, an der 19.000 Menschen teilnahmen.

Die gestiegene Nachfrage nach Beratungen bei der Abteilung zeigt nicht nur die Qualität unseres Angebots – sie zeigt auch ein strukturelles Versagen des Gesetzgebers im Hinblick auf bestimmte Themenbereiche wie Reiserecht, Inkassowesen und untergeschobene Verträge. Gerade zu diesen Themen hat die Verbraucherzentrale im vergangenen Jahr vermehrt Anfragen festgestellt. Zwar hat auch die Corona-Pandemie in der Abteilung Telekommunikation, Internet und Verbraucherrecht zu einem rasanten Anstieg der Kontaktzahlen geführt. Doch selbst nach Bereinigung der Statistik um Beschwerden mit Coronabezug kann die Abteilung einen Anstieg von rund 2.000 mehr Beratungen im Vergleich zu 2019 verzeichnen. Das verdeutlicht, dass viele der Probleme nicht kurzfristig, sondern struktureller Art sind.

Reisen in Zeiten der Pandemie

Der größte Teil der Beratungsanfragen entfiel im Jahr 2020 auf den Reisebereich. Im Vergleich zum Vorjahr haben sich die Anfragen in diesem Bereich verzehnfacht! Ein besonders häufiges Ärgernis – sowohl bei Individualreisen (insbesondere Flüge und Unterkünfte) als auch bei Pauschalreisen – war, dass Reiseanbieter bereits bezahlte Reisegelder nicht zurückerstatteten oder statt Geld nur Gutscheine ausgaben. Die zahlreichen Beschwerden zeigen vor allem, dass die mangelnde Rückerstattung auf das seit Jahren in der Reisebranche etablierte Vorkasse-Modell

zurückzuführen ist. Reisende sind den Anbietern nach Bezahlung oft schutzlos ausgeliefert. Obwohl Flugreisende nach der EU-Fluggastrechteverordnung einen Anspruch auf Rückzahlung innerhalb von sieben Tagen und Pauschalreisende einen Anspruch auf Rückerstattung innerhalb von 14 Tagen haben, erschweren oder verweigern Anbieter nach wie vor die zustehende Rückerstattung. Gravierende Probleme hinsichtlich der Rückzahlung und fehlende Insolvenzabsicherung für Individualreisen gab es bereits in den Vorjahren mit Insolvenzen von Air Berlin und Thomas Cook.

Weil viele Anbieter uneinsichtig waren und Reisenden kein Geld zurückerstatten wollten, leitete die Verbraucherzentrale im vergangenen Jahr 36 juristische Verfahren gegen Reiseanbieter ein. Die jüngsten Erfolge sind Anerkenntnisurteile in den Klagen gegen Lufthansa und Eurowings (Januar 2021).

Fitnessstudios und Corona

Neben Beschwerden rund ums Thema Reise sorgten Fitnessstudios und ihr Verhalten während der Corona-Pandemie bei vielen Verbraucherinnen und Verbrauchern für Ärger. Mehr als 1.000 Sporttreibende beklagten Abbuchungen und Rechnungsstellungen sowie nicht akzeptierte Kündigungen, obwohl Sport- und Fitnessstudios monatelang geschlossen waren. Die Abbuchung von Beiträgen ohne entsprechendes Angebot (Studioöffnung, Training, Unterricht) ist ein weitreichendes Corona Problem, welches auch in das Jahr 2021 hineinreicht.



Online-Glücksspiel, Abofallen und Fakeshops

Der lang anhaltende Lockdown und die Schließung vieler Läden führte auch dazu, dass Verbraucherinnen und Verbraucher vermehrt Geschäfte und Verträge im Internet abschlossen. Bei der Verbraucherzentrale zeigte sich dies vor allem durch ein erhöhtes Beschwerdeaufkommen im Bereich von Glücksspiel und Internetabzocke. Schwerpunkt der Beschwerden im Bereich Glücksspiel waren Gewinnspiele, Lotterien und Eintragungsservice bei Gewinnspielen. Bei diesem Service versprechen unseriöse Anbieter Betroffenen, sie in Listen einzutragen, so dass sie automatisch an mehreren Gewinnspielen teilnehmen.

Große Sorgen bereiten nach wie vor Abofallen und untergeschobene Verträge. Vermeintlich kostenlose Angebote im Internet oder vermeintliche belanglose Kontaktaufnahmen per Telefon entpuppen sich dabei oft als teure Verträge beziehungsweise Abos. Sehr häufig klären Anbieter falsch über die wahren Vertragsverhältnisse auf oder führen gezielt in die Irre. Seitenbetreiber lassen gezielt Informationen über Kosten weg oder beschriften Buttons falsch, so dass vermeintlich harmlose „Klicks“ oft in einem teuren Vertrag enden. Nach belanglosen Telefonanrufen werden Vertragsschlüsse behauptet und teure Rechnungen verschickt. Betroffene berichten, dass sie sich an kein Vertragsgespräch erinnern können und einem Vertrag niemals zugestimmt hätten. Diese Problematik ließe sich beseitigen, wenn eine Bestätigungslösung für alle im Fernabsatz geschlossenen Verträge gelten würde. Insofern müssten alle am Telefon oder Internet geschlossenen Verträge noch einmal in Textform bestätigt werden. So könnten sie schnell erkennen, ob sie tatsächlich einen Vertrag wie gewünscht oder ein ungewolltes Abo abschließen.

Auch der Einkauf verlagerte sich pandemiebedingt mehr und mehr ins Internet. Die Folge war ein starker Anstieg von Beschwerden über Fake Shops. Waren es 2019 noch 93 Beratungen zu Fake Shops, so stieg die Zahl 2020 bereits auf 455, was fast einer Verfünffachung entspricht. Entscheidend bei diesen Zahlen ist, dass offensichtliche Fake Shop-Fälle von uns direkt an die Strafverfolgungsbehörden verwiesen und von diesen Zahlen nicht erfasst werden und die dargestellten Zahlen somit nur die „Spitze des Eisberges“ sind. Die Betrüger sind jedoch schwer zu fassen sind, häufig führen die Spuren ins nicht-europäische Ausland. Das gezahlte Geld ist in diesen Fällen unwiederbringlich verloren.

Besonders im Bereich Mode und Elektronik gab es viele Beschwerden. Spannend zu sehen war, wie schnell Fake Shop-Betrüger sich den aktuellen Geschehnissen anpassen: Gerade am Anfang der Pandemie gab es wenig Hygieneartikel wie Atemschutzmasken oder Desinfektionsmittel, so dass diese Artikel vermehrt angeboten wurden. Während des Lockdowns verbrachten viele Menschen mehr Zeit in der Wohnung und im eigenen Garten, so dass dann vermehrt Wohnaccessoires und Gartenartikel im Angebot der Betrüger waren.

Auffällig ist auch, dass sehr viele Fake Shop-Beschwerden über Shops bei sozialen Netzwerken wie Facebook, Instagram oder Whats App kommen. Auch bei Shopping Apps wie Wish verzeichnet werden: Gerade hier tummeln sich viele Anbieter, die Fake-Waren oder minderwertige Waren vertreiben. Das Problem dabei: Nach Erhalt des Geldes versenden diese Shops häufig entweder keine oder aber nur minderwertige oder gefälschte Ware.

Der einzige Grund, weshalb die Masche der Fake Shops immer noch funktioniert, ist die Möglichkeit, Geld per Vorkasse zu verlangen. Gäbe es diese Bezahlart nicht mehr, wäre das Betrugsfeld für die Betreiber kaum noch interessant. Zudem wäre auch der „normale“ Online-Einkauf besser abgesichert.

AUS DER RECHTSDURCHSETZUNG

Verbraucherzentrale verklagt Lufthansa

Wegen der Corona-Pandemie stornierte die Deutsche Lufthansa AG im vergangenen Jahr zahlreiche Flüge. Anstatt bereits gezahltes Geld zurück zu überweisen, bot sie oft nur Umbuchungen oder Gutscheine an. Wenn ein Anbieter bereits bezahlte Flüge storniert, muss er jedoch darüber informieren, dass Betroffene ihr Geld zurückfordern oder freiwillig einen Gutschein annehmen können. Bei einer Rückzahlung muss das Unternehmen innerhalb von sieben Tagen den Flugpreis erstatten. Beschwerden über die Lufthansa zeigten jedoch, dass sich das Unternehmen im vergangenen Jahr kaum an diese Regelungen hielt, Rückzahlungen verschleierte und verschleppte und Reisende mit falschen Informationen täuschte. Die Verbraucherzentrale ging daher juristisch gegen die Lufthansa vor. Sie forderte das Unternehmen auf, eine Unterlassungserklärung abzugeben, mit der es sich verpflichtete, Verbraucher künftig über die ihnen zustehenden Rechte zu informieren, das Recht auf Rückerstattung nicht zu verschweigen und

den Flugpreis innerhalb der gesetzlichen Frist zurückzahlen. Da die Lufthansa nicht auf die Abmahnung reagierte, erhob die Verbraucherzentrale Klage vor dem Landgericht Köln. Erst vor Gericht erkannte sie das Fehlverhalten an.

Euro Collect: Klage gegen Inkasso-Büro erfolgreich

Dass Inkasso-Büros oft mit fragwürdigen und teils rechtswidrigen Maschen versuchen, Geld einzutreiben, ist nicht neu. Besonders unverfroren ging dabei die Euro Collect GmbH vor: Obwohl ein Verbraucher einer angeblichen Forderung bereits mehrfach widersprochen hatte, forderte Euro Collect ihn auf, zusätzlich eine „Versicherung an Eides Statt“ zu unterschreiben. Diese sollte gemäß dem Aufdruck des Schreibens an die zuständige Staatsanwaltschaft/Ermittlungsbehörde/das zuständige Gericht gerichtet sein. Besonders dreist: Ein Inkassobüro ist überhaupt nicht berechtigt, eidesstattliche Erklärungen einzufordern, das grenzt nach Einschätzung der Verbraucherzentrale an Amtsanmaßung. Außerdem werden Verbraucher durch so ein Verhalten massiv eingeschüchtert, damit sie aus Angst auch unberechtigte Forderungen zahlen. Gegen diese aggressive Belästigung ging die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg erfolgreich gerichtlich vor.

Sixt: Gutscheine nur eingeschränkt einlösbar

Der Autoverleiher Sixt verkaufte Gutscheine, auf denen nicht klar erkennbar war, wo Verbraucher diese einlösen können. Das nicht nur ärgerlich, sondern auch rechtswidrig. Zu ungenau war der Hinweis der Sixt GmbH & Co. Autovermietung KG, den Gutschein an allen teilnehmenden Corporate-Stationen einlösen zu können, ohne zugleich darüber aufzuklären, welche Filialen „Corporate-Stationen“ sind. Die Information, wo ein Gutschein eingelöst werden kann, muss jedoch vor dem Kauf erkennbar sein. Die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg hat dies erfolgreich abgemahnt.

Trotz der abgegebenen Unterlassungserklärung verhielt sich Sixt weiterhin rechtswidrig. Bei einer Gutscheinaktion gemeinsam mit der Deutschen Bahn verwendete die Autovermietung wenige Tage später wieder nur den Hinweis „Gültig an allen teilnehmenden Corporate Stationen in Deutschland“, ohne weitere Erläuterungen. Da Sixt damit trotz bestehender Unterlassungserklärung erneut gegen diese Informationspflichten verstieß, ging die Verbraucherzentrale nun weiter juristisch gegen Sixt vor und reichte Anfang 2021 Klage beim LG München ein. ●



FALL AUS DER BERATUNG: STORNIERUNG MIT HINDERNISSEN



*Oliver Buttler,
Abteilungsleiter Telekommunikation,
Internet, Verbraucherrecht*

Herr M. buchte bei einem Reiseveranstalter eine große Expeditionsreise mit dem Schiff für zwei Personen im Wert von rund 16.000 Euro. Wenige Tage nach der Buchung der Reise erhielt er eine Bestätigung mit dem Hinweis, dass die Reise drei Tage ab Erhalt der Bestätigung kostenlos storniert werden könne. Wegen Unstimmigkeiten über die zur Verfügung zu stellenden Kabinen machte er hiervon Gebrauch und stornierte die Reise noch am selben Tag. Umso überraschter war er, als ihm daraufhin 20 Prozent Stornogeühren in Rechnung gestellt wurden.

Er wandte sich an die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg. Diese prüfte den Fall und stellte fest: Auch wenn es kein gesetzliches Recht auf eine kostenlose Stornierung oder einen Widerruf bei Reisebuchungen gibt, so muss sich der Anbieter an sein Angebot halten, auch wenn dieses – wie sich hier schließlich herausstellte – durch ein Versehen in der Bestätigungsmail gelandet war. Herr M. konnte seine Reise daher kostenlos stornieren und erhielt auch die bei der Buchung bereits geleistete Anzahlung zurück. Der von der Verbraucherzentrale abgemahnte Reiseanbieter verpflichtete sich, zukünftig keine Stornierungspauschalen in Rechnung zu stellen, wenn eine kostenlose Stornierung versprochen wurde.



PROJEKT VERBRAUCHERBILDUNG

Bei ihrem Angebot der Verbraucherbildung stützt sich die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg auf ihre mehr als 60-jährige Erfahrung. Im Fokus ihrer Verbraucherbildung steht die Vermittlung der Kompetenzen, die für Verbraucher:innen bei der Wahrnehmung ihrer wirtschaftlichen Selbstbestimmung von zentraler Bedeutung sind. So umfasst Verbraucherbildung etwa nicht nur die Information über Verbraucherrechte, sondern die Vermittlung der Kompetenz, seine Rechte als Verbraucher:in wahrzunehmen und sich gegen Widerstände durchzusetzen. Damit setzt die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg ihren expliziten Satzungsauftrag zur Verbraucherbildung um. Im Projekt Verbraucherbildung, das vom Ministerium für ländlichen Raum und Verbraucherschutz gefördert wird, unterstützen wir seit 2016 Lehrkräfte bei der Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung.

2020 haben wir sechs weitere Unterrichtsmaterialien in den Fächern Alltagskultur, Ernährung, Soziales (AES), Deutsch, Mathematik, Kunst und Werken und Geschichte erstellt. Mit den neuen Materialien können sich Schülerinnen und Schüler anhand eines Romans mit dem Einfluss von Algorithmen auf das Verbraucherdasein auseinandersetzen, in weiteren Materialien geht es um die Rolle, die Verbraucher:innen im Nationalsozialismus zugeordnet war sowie um die Einflussmöglichkeiten der Verbraucher:innen in einem freiheitlich-demokratischen Rechtsstaat (Consumer Citizenship).

Die Herausforderung, vor der die Schulen pandemiebedingt im März 2020 standen, haben wir als Ansporn verstanden, unsere Arbeit an dem neuen Bedarf auszurichten.

Neben der inhaltlichen Weiterentwicklung unseres Angebots haben wir besonders darauf geachtet, dass unsere Materialien auch für den Fernunterricht geeignet sind. So können die Arbeitsblätter in unseren neuen Materialien auch immer digital bearbeitet werden.

Gleich mit Beginn der Pandemie haben wir in kurzer Zeit 29 Erklärvideos zur Verbraucherbildung für den Fernunterricht erstellt und diese sowohl auf der Homepage der Verbraucherzentrale als auch auf ihrem YouTube-Kanal veröffentlicht. Inhaltlich behandeln die Videos insbesondere die Themenbereiche Verbraucherrechte und Verbraucherinstitutionen. Sie greifen die Themen altersgerecht auf und stehen didaktisch in Verbindung mit den zugehörigen

Unterrichtsmaterialien. Die Zugriffszahlen zeigen uns, dass wir unsere Zielgruppe mit diesem Angebot gut erreicht haben. Mit der Integration von Erklärvideos haben wir unser Angebot zur Unterstützung der baden-württembergischen Lehrkräfte weitere ausgebaut.

Somit umfasst unser Angebot mittlerweile neben Handreichungen für Lehrkräfte und den dazugehörigen Arbeitsblättern für Schüler:innen auch Infografiken und Erklärvideos. In vielen Materialien haben wir diese unterschiedlichen Unterrichtsbausteine kombiniert. Darüber hinaus gehört zu unserer Projektarbeit auch eine Kooperation mit einer Schule.

Rechtzeitig zum Schuljahresbeginn im September 2020 haben wir unsere Internetseite mit dem Ziel neu aufgesetzt, unser Angebot leichter auffindbar und besser nutzbar zu gestalten. Die Unterrichtsmaterialien sind jetzt fachbezogen nach Grundschule/Sekundarstufe getrennt und für die fächerübergreifende Verbraucherbildung nach den Themen Soziale Medien, Gütezeichen, Verbraucherrecht/-institutionen und Werbung gegliedert abrufbar.



In der Kooperation mit dem Volkshochschulverband Baden-Württemberg und der Evangelischen Landesarbeitsgemeinschaft der Familien-Bildungsstätten in Württemberg (LEF) sind wir weiterhin Mitglied im Beirat des Projekts „Verbraucherbildung für Erwachsene und Familien in Baden-Württemberg“. Unsere Aufgabe ist insbesondere die Unterstützung bei der Entwicklung der inhaltlichen Umsetzung, bei der Programmgestaltung und bei der Fortbildung der Referent:innen. Natürlich führen wir in der Kooperation auch eigene Vorträge zur Verbraucherbildung durch.

Im Rahmen der Kooperation mit dem Landesmedienzentrum Baden-Württemberg (LMZ) konnten wir 2020 an die umfangreichen Vorarbeiten für ein Online-Seminar zum Thema „Online-Bezahlmethoden“ aus dem letzten Jahr anknüpfen. Das Online-Seminar, eine Fortbildung für Multiplikatoren des LMZ, wurde im Berichtszeitraum durchgeführt. ●

Einen Überblick über unser
gesamtes Angebot finden Sie unter:
www.vz-bw.de/bildung-bw



PROJEKT „VERBRAUCHER STÄRKEN IM QUARTIER“

Ziele und Förderung des Projekts

Am 1. Juli 2020 startete das Projekt „Verbraucher stärken im Quartier“ in der Mannheimer Neckarstadt-West. Das Bundesprojekt ermöglicht der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg zum ersten Mal in ihrer Geschichte eine aufsuchende Verbraucherarbeit. Durch niedrigschwellige Unterstützungsangebote werden gezielt diejenigen Verbraucher:innen angesprochen, die die Verbraucherzentrale bislang nicht oder nur schwer erreichen konnte. Auch sprachliche Barrieren sollen überwunden und Informationen in verschiedenen Sprachen angeboten werden.

Ziel des Projekts ist es, besonders verletzte Verbraucher:innen zu stärken und sie fit zu machen, damit sie selbst dubiose Maschen erkennen und gute Verbraucherentscheidungen treffen können.

Gefördert wird das Projekt im Rahmen der ressortübergreifenden Strategie „Nachbarschaften stärken, Miteinander im Quartier“ im Programm „Soziale Stadt“ durch das Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat (BMI) und das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV).

Quartiersmitarbeiterinnen & Quartiersbüro

Marika Jgerenaia und Isabella Glott sind seit 1. Juli 2020 und 15. September 2020 die Quartiersmitarbeiterinnen. Sie sprechen Rumänisch, Russisch, Georgisch und Englisch.

Die beiden verstehen sich auch als Lotsinnen, die bei allen Problemen helfen, die richtigen Ansprechpartner:innen im Quartier zu finden. Deswegen ist die Vernetzungsarbeit mit dem Quartiermanagement und den anderen Akteur:innen und Organisationen im Quartier ein wichtiger Bestandteil ihrer Arbeit. Die Multiplikator:innen und Kooperationspartner:innen können von der Verweisstruktur und den Fortbildungsangeboten der Quartiersmitarbeiterinnen zu ganz unterschiedlichen Verbrauchertemen profitieren.



**Verbraucher
stärken
im Quartier**



Die Quartiersmitarbeiterinnen Marika Jgerenaia und Isabella Glott / Foto: Jan Hillnhütter

Das Projekt hat zum 01.07.2020 ein eigenes Quartiersbüro in der Neckarstadt-West bezogen. Dieses befindet sich ganz zentral im Quartier in der Mittelstraße 18 im Erdgeschoss.

Das Quartier

Die Neckarstadt-West in Mannheim ist ein sehr buntes Quartier mit knapp 22.000 Einwohnerinnen und Einwohnern. Es ist einerseits ein typisches Ankunftsquartier, in dem viele Menschen unterschiedlicher Herkunft auf engem Raum zusammenleben. Die finanziellen Mittel dieser Einwohner:innen sind am Anfang meist begrenzt und es fehlen ihnen oftmals noch die Kenntnisse und Erfahrungen mit dem deutschen Vertragsrecht. Das macht sie zu besonders verletzlichen Verbraucher:innen. Im Quartier leben aber auch viele kreative Köpfe und Studierende. Darüber hinaus gibt es in der Neckarstadt-West viele engagierte Sozialakteur:innen, die gut untereinander vernetzt sind. Das Quartier hat im Stadtgefüge ein sehr schlechtes Image. Es gibt viele sanierungsbedürftige Gebäude, daneben aber auch wunderschöne Altbauten und Platz für Begegnungsorte. Es ist ein Quartier voller Potential.

Materialien, Tätigkeiten und Aktionen

In der ersten Projektphase wurden Materialien für die Öffentlichkeitsarbeit erstellt. Darunter ein Multiplikator:innenflyer für die Netzwerkarbeit sowie ein Plakat und eine Postkarte, um die offene Sprechstunde ab Januar 2021 und die Themen der Verbraucherzentrale bei den Bewohner:innen zu bewerben. Auf der Postkarte ist ein QR Code, der die Bewohner:innen direkt auf die im Dezember erstellte Webseite des Projekts leitet. Diese können Sie hier einsehen: <https://www.verbraucherzentrale-bawue.de/neckarstadt-west>.

Ein weiterer Fokus lag auf der Vernetzung im Quartier. Die Quartiersmitarbeiter:innen lernten Akteur:innen, Einrichtungen und Organisationen im Quartier kennen und identifizierten wichtige Multiplikator:innen und Kooperationspartner:innen. Einige Treffen konnten anfangs noch persönlich stattfinden, ab Oktober jedoch wegen der hohen Inzidenzzahlen in Mannheim ausschließlich digital. Regelmäßige digitale Treffen gibt es seither mit dem Quartiermanagement. Mit der Klimaschutzagentur wird es ab Mai 2021 eine gemeinsame Sprechstunde (Angebot der Beratung zur Energieeinsparberatung gefördert vom VZBV und BAFA) im Quartiersbüro und weitere gemeinsame Aktionen geben. Für ANIMA, einer Beratungsstelle für zugewanderte Südosteuropäer:innen, ist eine mehrsprachige Bildungseinheit zum Thema Finanzkom-

petenz in Arbeit. Die Quartiersmitarbeiter:innen beliefern die Kooperationspartner:innen regelmäßig mit Informationen zum Projekt, zu Aktionen und Verbraucherthemen, um auch auf diesem Weg die besonders verletzlichen Verbraucher:innen zu erreichen.

Die erste Aktion im Quartier, ein Infostand mit spielerischen Elementen, um über das Projekt zu informieren, Projektmaterialien zu verteilen und auf den Beginn der offenen Sprechstunde hinzuweisen, wurde von der Stadt Mannheim aufgrund der Coronabeschränkungen nicht genehmigt. Jgerenaia und Glott kreierten kurzerhand eine kontaktlose Fensteraktion. In Sprechblasen wurden typische Verbraucherfragen dargestellt und auf die Sprechstunde verwiesen, die im Januar 2021 vorerst telefonisch startete. Materialien wie der Projekt-Familienkalender 2021 mit illustrierten Verbrauchertipps wurden auf dem Fenstersims ausgelegt. Viele Verbraucherinnen und Verbraucher freuten sich über dieses kontaktlose Angebot und nahmen den Kalender gerne im Vorbeigehen mit.



Fensteraktion zur Information über das Projekt sowie die Sprechstunde / Foto: VsiQ Neckarstadt-West

Über kleine Läden wie Afro-Shops, Döner-Imbisse, Bäckereien, Kioske sowie der Quartiersapotheke konnten viele Communities im Quartier mit den Informationen zum Projekt und zum Start der Sprechstunde im Januar versorgt werden.

Doch all dies kann schon aufgrund sprachlicher Barrieren den persönlichen Kontakt zu den Verbraucher:innen im Quartier nicht ersetzen. Die Quartiersmitarbeiter:innen sind optimistisch, das Potenzial der Neckarstadt-West nach dem Lockdown noch mehr ausschöpfen zu können. ●

PROJEKT ENERGIEBERATUNG

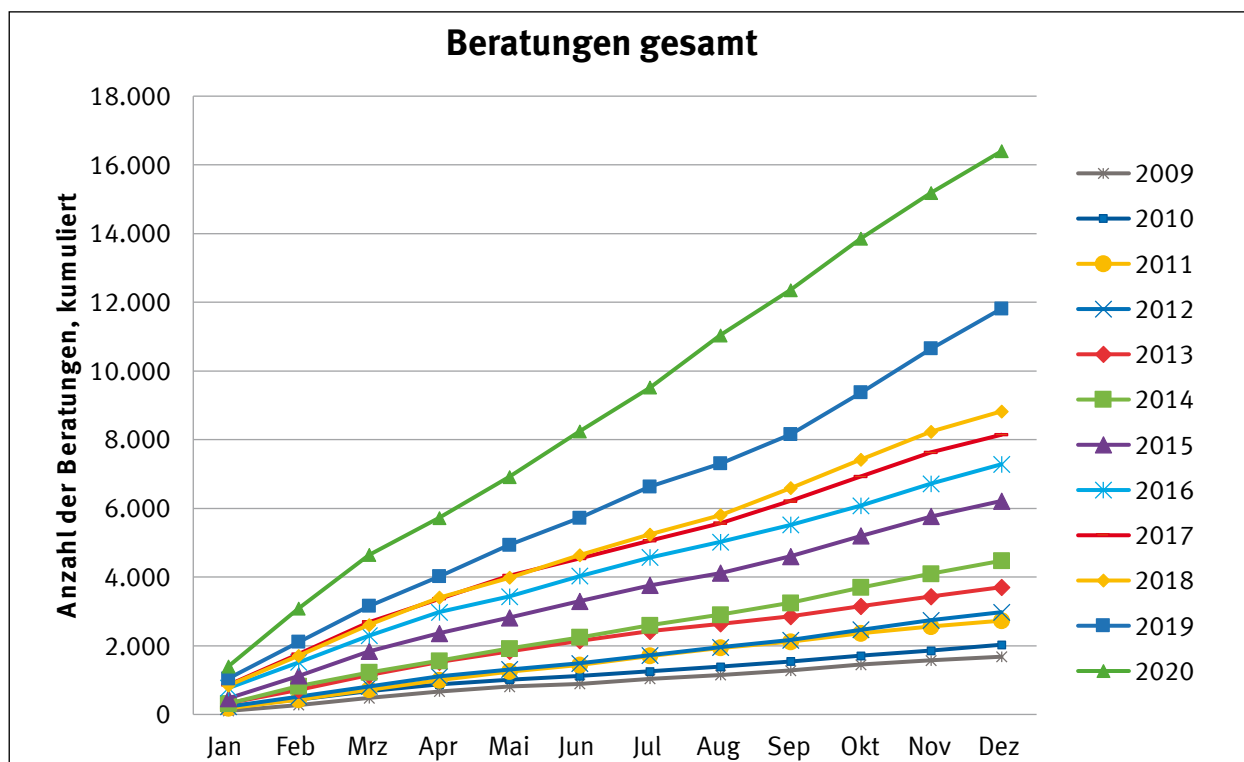
Die Energieberatung der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg konnte ein sehr gutes Jahr 2020 verzeichnen. Trotz der Corona Pandemie und damit teils eingeschränkten Möglichkeiten der persönlichen Beratungen konnten die Beratungszahlen im Vergleich zu den Vorjahren massiv gesteigert werden. Die Energieberatung in Baden-Württemberg nimmt damit wiederholt den zweiten Platz im Vergleich der bundesweiten Beratungszahlen ein.

Insgesamt konnten 2020 in Baden-Württemberg 16.397 persönliche Beratungen durchgeführt werden, 4.584 mehr persönliche Beratungen im Vergleich zum Vorjahr. Zusätzlich nahmen an 58 Vorträgen vor Ort und 10 Online-Seminaren insgesamt 2.537 Zuhörerinnen und Zuhörer teil. Darüber hinaus halfen die Energieberaterinnen und Energieberater Ratsuchenden auf 35 Messen im Rahmen von 1.854 Kurzberatungen. Unter Einbezug der Verbraucher:innen, die sich telefonisch bzw. per Online-Beratung an die Energieberatung der Verbraucherzentrale gewandt haben, erreichte die Energieberatung 2020 insgesamt 23.423 Bürger:innen in Baden-Württemberg.

Im Jahr 2020 konnten die Beratungszahlen bei der Stationären Beratung kräftig gesteigert werden. Waren es im Vorjahr noch 7.076 stationäre Energieberatungen stieg die Zahl 2020 auf 10.781. Zu den stationären Beratungen zählen nicht nur Beratungen in Stützpunkten, sondern auch vollständige Beratungen auf den Messen und telefonische Beratungen. Zwar sind die Beratungszahlen – bedingt durch die Corona-Pandemie – vor allem in den Stützpunkten und auf Messen sogar gefallen, durch die stark gestiegenen Zahlen im Bereich der telefonischen Beratungen konnte diese Entwicklung gut aufgefangen werden. Waren es 2019 noch 661 telefonische Beratungen, verzeichnete die Energieberatung in diesem Jahr 5.837 telefonische Beratungen. Die meisten regionalen Energieagenturen hatten ihre Beratungen ab Mitte März auf diesen Beratungsweg umgestellt.

Erneut gestiegen ist die Anzahl der Energie-Checks im Vergleich zum Vorjahr. Während die Energieberaterinnen und Energieberater 2019 noch 4.737 Checks durchführten, waren es im vergangenen Jahr schon 5.616. Besonders nachgefragt war dabei der Eignungs-Check Solar, er hat auch 2020 wieder überdurchschnittlich zum Anstieg der Energie-Checks beigetragen.

Die folgende Abbildung stellt den Verlauf der gesamten Beratungszahlen von stationärer Beratung und Energie-Checks zusammen dar.



Anzahl der Beratungen im Vergleich der letzten 10 Jahre: Dargestellt ist die Summe aus stationärer Beratung, telefonischer Beratung, vollständigen Messeberatungen und Energie-Checks.

Die Öffentlichkeitsarbeit und das Marketing wurden ab Mitte März 2020 durch die Corona-Pandemie stark erschwert. Insbesondere Messeauftritte und Infostände mussten abgesagt werden. Aber auch Kampagnen, Vorträge und Gutscheinaktionen konnten nicht wie geplant stattfinden. Die Schwerpunkte der Öffentlichkeitsarbeit und des Marketings haben sich 2020 daher in Richtung Pressearbeit, Anzeigen und Online-Seminare verschoben.

Zum Tag des Energiesparens veröffentlichte die Südwestpresse eine sechsteilige Artikelreihe zum Thema energetische Sanierung. Redakteur:innen der Südwestpresse begleiteten hier die Energieberater:innen der Energieagenturen Ulm und Göppingen bei Energie-Checks. Den Abschluss der Artikelreihe bildete eine Telefonaktion von zwei Energieberatern und unserer Ulmer Kollegin der Abteilung Bauen, Wohnen, Energie für Leser:innen. Sowohl die Artikelreihe als auch die Telefonaktion fanden großen Anklang und führten zu verstärkter Nachfrage in der Beratung.

NEUE KOOPERATION

Seit Start der ersten Kooperation 2008 konnten bis Dezember 2020 mit 30 regionalen Energieagenturen Honorarverträge abgeschlossen werden. Neu hinzugekommen ist 2020 die Energieagentur Neckar-Odenwald-Kreis GmbH, mit ihr wurde im Februar eine Kooperationsvereinbarung unterschrieben. Die Energieagentur erhielt von der Energieberatung der Verbraucherzentrale daraufhin eine Grundausrüstung an Flyern, Flyerständen, Roll-ups, Plakaten sowie Give-aways. Neben den stationären Beratungen führt die Energieagentur Neckar-Odenwald-Kreis die Energie-Checks durch und konnte bereits im April 2020 mit den ersten Beratungen und Checks starten. ●



Bei einer Telefonaktion beantworteten die Expert:innen der Verbraucherzentrale und der Energieberatung zahlreiche Fragen rund um Anbieterwechsel, Heizungstausch, Fördermittel und Solaranlagen.

PROJEKT WIRTSCHAFTLICHER VERBRAUCHERSCHUTZ

Das bundesweite Projekt „Wirtschaftlicher Verbraucherschutz“ hat zum Ziel, möglichst viele Verbraucherinnen und Verbraucher mit Informationen zu erreichen. Dafür erarbeiten alle 16 Verbraucherzentralen gemeinsam aktionsorientierte Informations- und Präventionsmaßnahmen zu aktuellen Themen des Verbraucherschutzes. Gefördert wird das Projekt vom Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz sowie des Ministeriums für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg.

Die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg hatte 2020 für mehrere wichtige Themen und Aktionen die Federführung übernommen.

Kampagne zu Treppenliften

Mit Treppenliften können Ältere und körperlich beeinträchtigte Menschen länger selbstständig in der eigenen Wohnung bleiben. Darum war es den Verbraucherzentralen ein Anliegen, den zahlreichen Beschwerden zu Anbietern von Treppenliften nachzugehen. Mit einer bundesweiten Umfrage wurden die Erfahrungen mit dieser Branche abgefragt. Häufig genannte Probleme waren technische Mängel, hohe Anschaffungskosten und erschwerte Rückgabe- und Rückkaufmöglichkeiten. Um Verbraucher:innen zu unterstützen, wenn sie sich bei Mängeln gegen Anbieter wehren, hat das Projekt zahlreiche Informationen für die Homepage zusammengestellt. Außerdem finden Verbraucher:innen online eine Checkliste, die beim Kauf eines Treppenliftes helfen kann.

Sharing Economy – Der Trend zum Teilen.

Die kurzfristige Nutzung E-Scootern, E-Bikes, Car-Sharing und E-Rollern hat sich durch die einfache Buchung über App zu einem interessanten Angebot für Verbraucher:innen entwickelt. Unter Federführung der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg wurden in einer Arbeitsgruppe zahlreiche Informationen zur Rechtslage und zu Kostenfallen sowie FAQs rund um Sharing Economy für die Homepage erstellt. Außerdem ist geplant – sobald es die Corona-Pandemie zulässt – mit einer Postkarten-Aktion weiter auf das Thema und die Informationen auf unserer Homepage aufmerksam zu machen.

Broschüre zum Weltspartag

Zum Weltspartag wurde im Rahmen des Projekts die Broschüre „Sparen für Kinder und Enkelkinder: Wozu eigentlich“ erstellt. Darüber hinaus stellte das Projekt allen Verbraucherzentralen eine Vorlage für das bundesweit gehaltene Online-Seminar „Sparen für den Nachwuchs“ zur Verfügung, an dem in Baden-Württemberg zahlreiche Verbraucher:innen teilnahmen.

Musterbriefe und Online-Tool zu Corona

Bereits vor der Corona-Pandemie bot die Verbraucherzentrale zahlreiche Musterbriefe an, mit denen Verbraucherinnen und Verbraucher sich gegen Unternehmen und deren Verhalten zur Wehr setzen konnten.

Mit der Pandemie kamen zahlreiche neue und unbekannte Probleme auf Verbraucher:innen zu: Was tun, wenn Flüge wegen Corona annulliert werden? Was passiert mit den Tickets, wenn Veranstaltungen coronabedingt abgesagt werden? Mit den Musterbriefen (www.vz-bw.de/node/47242) zu diesen Problemen konnten Betroffene sofort auf das Verhalten der Anbieter reagieren. Für weitere Unterstützung sorgt seither außerdem der im Rahmen des Projekts entwickelte Corona-Vertrags-Check. Mit diesem Tool können Betroffene mit wenigen Klicks eine erste rechtliche Einschätzung zu ihrem Fall bekommen: www.vz-bw.de/coronavertragscheck. ●



PROJEKT AUSBAU DER ONLINE- BERATUNG UND ONLINE-INFORMATION

Das am 1. März 2018 gestartete und durch das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz finanzierte Projekt „Ausbau der Online-Beratung und Online-Information bei der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg“ konnte auch in 2020 erfolgreich fortgesetzt werden. Nachdem in den beiden ersten Projektjahren neue Beratungs- und Informationsangebote geplant und eingeführt wurden, diente die Verlängerung im dritten Projektjahr in erster Linie der Weiterführung und Etablierung der neuen Angebote.

Digitale Beratung

Um das bereits 2019 gestartete neue Beratungsangebot zu etablieren wurden in 2020 Schulungen vorgenommen und weitere Themen mit in die Beratung aufgenommen. Gerade in der Pandemie erwies sich das Angebot als sehr hilfreiche Ergänzung zu den bisherigen Beratungswegen.

Digitale Verbraucherinformation

Im Rahmen des Projekts wurden bestehende Maßnahmen digitaler Verbraucherinformation ausgebaut und völlig neue Formate geschaffen. Durch die Projektverlängerung war es möglich, die beiden neuen Formate Podcast und Online-Seminare fortzuführen, weiterzuentwickeln und im geplanten Rhythmus neue Podcast-Folgen zu veröffentlichen und Seminare zu vielen weiteren Themen anzubieten. Auch hier halfen die bereits implementierten digitalen Angebote, um Verbraucher:innen auch in der Pandemie mit aktuellen Informationen auf digitalen Wegen zu erreichen.



PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT IN ZAHLEN

Knapp 1.300 Presseanfragen sind 2020 bei der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg eingegangen. Zusammen mit 62 verschickten Pressemeldungen, 14 neuen Podcast-Folgen, zahlreichen Beiträgen für Kolumnen in verschiedenen Tageszeitungen und 25 Ausgaben unseres Newsletters und der viermal im Jahr erschienenen Verbraucherzeitung ist die Verbraucherzentrale über verschiedene Kanäle gut in der Öffentlichkeit und in den Medien sichtbar. 233 mal standen Mitarbeiter:innen vor der Fernsehkamera, 152 mal gaben sie Hörfunkinterviews.

Medienecho

Gemeinsam mit dem Landeskriminalamt startete die Verbraucherzentrale 2020 die Kampagne „Das Geschäft mit dem Notfall“. Neben einer Pressemeldung über die Tricks und Maschen der unseriösen Schlüsseldienste, Rohreiniger und anderer Notdiensten wurden zwei Podcastfolgen produziert und veröffentlicht und ein gemeinsamer Flyer publiziert. Die Informationen wurden auf einer Internetseite gebündelt. Die Aktion wurde von verschiedenen Medien aufgegriffen, mit dem breiten Angebot stehen außerdem Informationen für Verbraucher:innen auf verschiedenen Kanälen zur Verfügung.

Als Folge der Coronapandemie entwickelte sich auch das Thema Reisen zu einem medialen Dauerbrenner: Die Expert:innen der Verbraucherzentrale beantworteten zahlreiche Journalistenfragen, im Rahmen mehrerer Pressemeldungen informierten wir über die aktuelle rechtliche Lage. Medial sehr gut wahrgenommen wurde dabei auch unsere erfolgreiche Klage gegen Lufthansa, überregionale Medien griffen das Thema auf und berichteten.

Dem gestiegenem Informationsbedarf von Verbraucher:innen wurde unter anderem mit dem neue entwickeltem Format der Onlinesprechstunde nachgekommen.

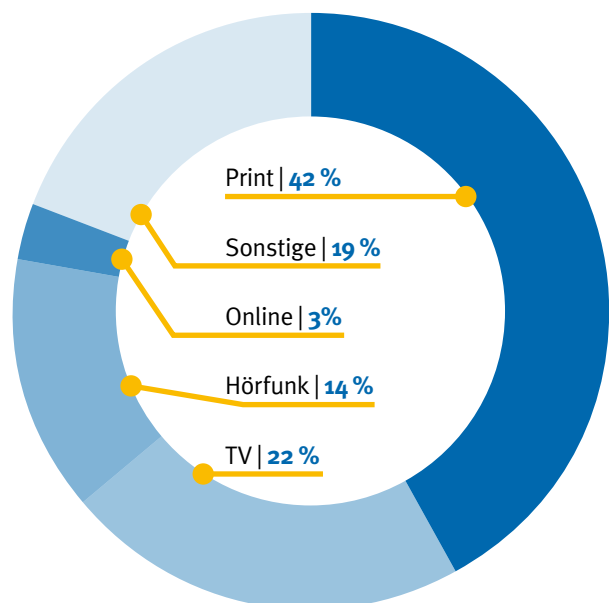
Thema vieler weiterer Presseinformationen waren Abmahnungen oder Verfahren gegen Unternehmen. Mit solchen Meldungen informieren wir über rechtswidriges Verhalten von Anbietern und bestärken Verbraucher:innen darin,

sich zur Wehr zu setzen und im Zweifelsfall bei uns nachzufragen. Die Pressemeldungen handelten unter anderem von rechtswidrigen Klauseln und Geschäftsbedingungen verschiedener Banken, vom dreisten Verhalten mancher Stromanbieter sowie von unerlaubter Werbung für E-Zigaretten und der Abzocke durch ein Inkassobüro.

Neue digitale Angebote

Im zweiten Projektjahr „Digitale Verbraucherinformation“ konnten die neu entwickelten Formate der Verbraucherzentrale weiter ausgebaut und verstärkt werden. Dies zeigte sich insbesondere durch die stetig zunehmende Wahrnehmung unserer Angebote: Die Zahl der Podcasthörer stieg kontinuierlich und auch die Zahl der Teilnehmer:innen an unseren Online-Seminaren konnte auf ein sehr gutes Niveau ausgebaut werden. Mit der Anzahl der Online-Seminare wuchs auch die thematische Breite. Beide Angebote sind nun fester Bestandteil des digitalen Angebots der Öffentlichkeitsarbeit und des Informationsangebots der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg. ●

PRESSEANFRAGEN



Unzulässige Zinsklauseln

Betroffene Sparer können auf Nachzahlung hoffen

Bringt's der Lebensmittel-Lieferdienst?

Kundenrechte | Nicht alles, was man vom normalen Online-Shopping gewohnt ist, gilt auch für den Einkauf im virtuellen Supermarkt

Gar nicht mal so super

LEBENSMITTEL
Exotische Früchte und Samen werden oft als Superfood angepriesen – Heimische Produkte haben viele Vorteile

Mobilfunkfirmen dürfen keinen Rückruf fordern

Immer wieder versuchen Anbieter, Verbraucher, die gekündigt haben, zum Verbleib zu drängen. Ein Gericht verbietet das nun.

Geldanlage in der Krise

Beratung in der ersten Online-Krisen-Sprechstunde der Verbraucherzentrale wollen die Zuschauer wissen, wie sie ihr Geld sicher anlegen können. Von Caroline Strang

Gerügt und abgemahnt

Verbraucherzentrale verpflichtet Sparkasse Bodensee zur vollständigen Information ihrer Kunden bei der Auflösung lukrativer Sparverträge

Auch Mieter können Solarstrom selbst erzeugen

Ein Treppenlift kann das Leben verändern

Alter Mit der Steighilfe lässt sich ein großes Problem älterer Menschen lösen. Doch auf dem Markt tummeln sich auch unseriöse Anbieter, warnen Verbraucherschützer. Wie man diese erkennt – und worauf man zudem achten muss

Brief vom Inkassobüro: Nicht gleich zahlen

Angebote für kleinen Vorrat vergleichen

Verbraucherschützer: Apotheken müssen Gesichtsmasken korrekt kennzeichnen

Mehrwertsteuer muss im Preis drin sein

Gerichtsurteil: Verbraucher müssen tatsächliche Kosten für Waren und Dienstleistungen erkennen können

Augen auf bei Schlüsseldiensten

„Sie haben Viren auf den Steinen ...“

Absurdes Dienstleistungsangebot nutzt die Angst vor Corona aus – Warnung vor Abzocke

Falsche Herkunft von Bioäpfeln

Wenn der Handwerker Ärger macht

Diese Rechte gibt es gegen Abzocke

GESUNDHEIT

Beim Maskenkauf auf die Kennzeichnung achten

Verbraucherzentrale verklagt Lufthansa

Fluggesellschaft hat seit Mitte März Millionen Tickets storniert und Geld nicht fristgerecht erstattet

Warnung vor Fake-Shops

Sorge vor gläsernem Heizungskunden

An Franz Unterstellers Klimaschutzgesetz regt sich Kritik: Für die Wärmepläne würden unnötig viele Daten verlangt. Von Reiner Ruf

Datenbank über Stromkunden unzulässig?

Verbraucherzentrale warnt vor Abzocke

VERBRAUCHERZENTRALE

„MS Office nicht an Schulen nutzen“

Stromanbieter müssen Kunden ziehen lassen

Immer Ärger um die Sparzinsen

Haben Banken und Sparkassen ihren Kunden jahrelang zu wenig Zinsen gezahlt? Verbraucherschützer meinen ja – und machen Druck

Nur selten ein gutes Geschäft

Ein Teilverkauf von Immobilien bei Liquiditätsnöten nutzt vor allem den Teilhabern

Beim Maskenkauf auf die Kennzeichnung achten

Schwarze Schafe im Blaumann

Was Sie gegen unseriöse Handwerker unternehmen können

Hinter welchen Marken Tönnies-Fleisch steckt

Wegen der vielen Corona-Fälle sind Verbraucher verunsichert. Kann man die Produkte noch bedenkenlos essen?

Verbraucherschützer warnt vor Abzocke

Kunden sollten die Übernahme von Unitymedia durch Vodafone ruhig und aufmerksam beobachten

ZAHLEN • DATEN • FAKTEN

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.

AUS DER RECHTS-DURCHSETZUNG

Das Jahr 2020 hat uns alle aufgrund der Corona-Pandemie vor völlig neue Herausforderungen gestellt. Nicht nur im beruflichen Leben, auch im Privaten mussten vielfach völlig neue Akzente gesetzt werden. Seitens der Politik wurden Rettungspakete für die Wirtschaft geschnürt, aber die Krise hat auch viele Verbraucher:innen finanziell in große Bedrängnis gebracht.

Umso wichtiger war es auch in diesem ungewöhnlichen Jahr deutlich zu machen, dass der Verbraucherschutz nicht unter der Pandemie in Vergessenheit geraten darf. Im Gegenteil: die Krise zeigt deutlich, dass Verbraucherschutz – im Übrigen auch im Interesse der Wirtschaft – gestärkt werden muss. Nur wenn Verbraucher:innen sicher sein können, dass seitens der Wirtschaft ihre Interessen beachtet und respektiert werden, sind diese auch bereit zu investieren und zu konsumieren. Nur wenn die Rechte von Verbraucher:innen und Verbrauchern gewahrt werden, kann das strukturelle Ungleichgewicht zwischen ihnen und den Anbietern reduziert werden.

Deshalb hat die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg auch im Jahr 2020 auf die Einhaltung von Verbraucherrechten geachtet und ist konsequent gegen Verstöße – auch gerichtlich – vorgegangen.

Im Jahr 2020 hat die Verbraucherzentrale insgesamt 298 neue Abmahnungen ausgesprochen und 103 noch offene Verfahren aus den Vorjahren weiter betreut. In 76 der abgemahnten Fälle gaben die Anbieter eine Unterlassungserklärung ab, so dass die Verfahren außergerichtlich beendet werden konnten. Waren die Anbieter nicht einsichtig, reichte die Verbraucherzentrale in der Regel Klage bei Gericht ein. In 73 Fällen urteilte das Gericht im Sinne der Verbraucherzentrale, nur in vier Fällen gewannen die Anbieter.

Auffällig im Vergleich zu den Vorjahren: Abgemahnte Unternehmen gaben deutlich seltener eine Unterlassungserklärung ab, so dass die Verbraucherzentrale häufiger Gerichtsverfahren in die Wege leitete. Da es bei den Prozessen länger dauern kann, bis ein Ergebnis oder eine Entscheidung vorliegt, sind im Verhältnis mehr der 2020 neu eingeleiteten Verfahren noch offen, als in den Jahren zuvor.

Corona auch in der Rechtsdurchsetzung präsent

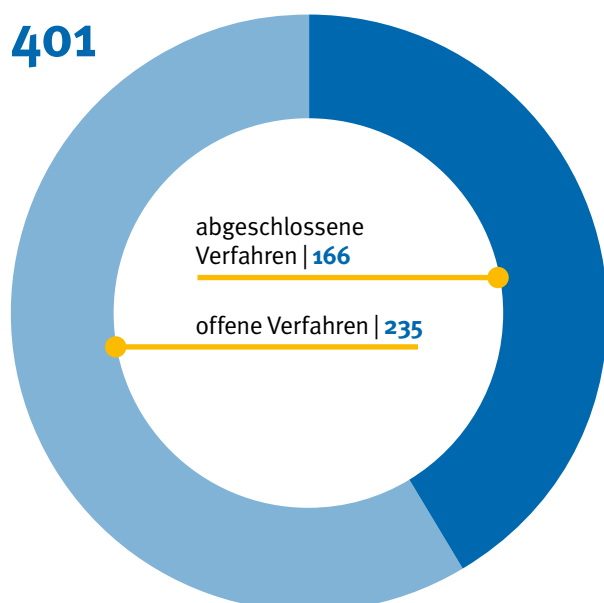
Corona-Pandemie zeigt sich auch in der Rechtsdurchsetzung – 17 der Verfahren hatten einen Bezug zur Pandemie.

Für besondere Aufmerksamkeit sorgten dabei vor allem die Verfahren gegen Lufthansa und Eurowings, die ihre Kundinnen und Kunden nicht über die Möglichkeit informiert hatten, dass bei einer Annullierung des Fluges durch die Airline nicht nur eine Umbuchung möglich ist sondern, dass sie auch die Rückerstattung des bereits geleisteten Flugpreises verlangen können. Außerdem zahlten diese Airlines trotz Aufforderung den bereits gezahlten Flugpreis nicht innerhalb von sieben Tagen nach der Aufforderung zurück, auch deshalb ging die Verbraucherzentrale gegen die Anbieter vor.

Darüber hinaus warben verschiedene Anbieter für Pflanzenextrakte und Tinkturen sowie alternative Behandlungen gegen das Coronavirus. So sollten Auszüge aus der schwarzen Johannisbeere, der Holunderbeere, Ginseng oder Astragalus Killerzellen aktivieren und erfolgreich viral bedingte Lungenentzündung bekämpfen. Es ist jedoch nicht zulässig, damit zu werben, dass Lebensmittel Krankheiten vorbeugen oder diese sogar heilen können, abgesehen von bestimmten Informationen, die für bestimmte Lebensmittel für besondere medizinische Zwecke erteilt werden dürfen. Die Verbraucherzentrale ging in verschiedenen Verfahren gegen solche irreführenden Werbeaussagen erfolgreich gerichtlich vor. Auch eine irreführende Ankündigung eines Anbieters, dass die natürlich kostenpflichtige Reinigung von gepflasterten Vorplätzen gegen eine Ansteckungsgefahr durch das Virus helfen würde, wurde auf Antrag der Verbraucherzentrale gerichtlich untersagt. Ein weiteres Verfahren betraf eine Apotheke, die einfache Alltagsmasken fälschlicherweise als FFP2-Standard ausgezeichnet hatte.

GESAMTZAHL VERFAHREN

401



Entscheidung zu online-Bestellbutton

Das Oberlandesgericht Nürnberg hat in einem Verfahren der Verbraucherzentrale entschieden, dass es unzulässig ist, wenn Anbieter von Waren im Internet lediglich einen Bestellbutton mit der Bezeichnung „Jetzt kaufen“ vorhalten, obwohl der Verbraucher mit Betätigen des Buttons nicht nur einen Kaufvertrag, sondern zugleich eine Vertragserklärung für eine kostenpflichtige Mitgliedschaft eingehen soll. Die Beschriftung einer Schaltfläche/ eines Bestellbuttons ausschließlich mit der Beschriftung „jetzt kaufen“ bezieht sich auf den angebotenen Kaufvertrag, nicht jedoch auf einen Beitritt zu einer Kundengemeinschaft. Um Verbraucher vor versteckten Kostenfallen zu schützen, ist es erforderlich, dass für den Verbraucher deutlich erkennbar wird, dass er mit Betätigen des Bestellbuttons auch eine Zahlungspflicht für einen typenverschiedenen Vertrag, nämlich die Zahlung eines wiederkehrenden Mitgliedsbeitrages, eingeht.

Mehrere Urteile zu Treppenliften

Neben Corona hat das Thema „Treppenlifte“ 2020 für Aufregung gesorgt. Und auch aus rechtlicher Sicht sind die Treppenlifte ein spannendes Feld. Während Anbieter der Meinung sind, Verbraucher:innen hätten beim Kauf von Treppenliften kein Widerrufsrecht, da es sich um Kaufverträge für individuell hergestellte Produkte handeln würde, sieht die Verbraucherzentrale dies anders. Auch in 2021 wird uns das Thema weiter begleiten. So steht im Juli die höchstrichterliche Klärung der Frage vor dem Bundesgerichtshof aus.

Ansprüche und rechtliche Lage unkompliziert online prüfen

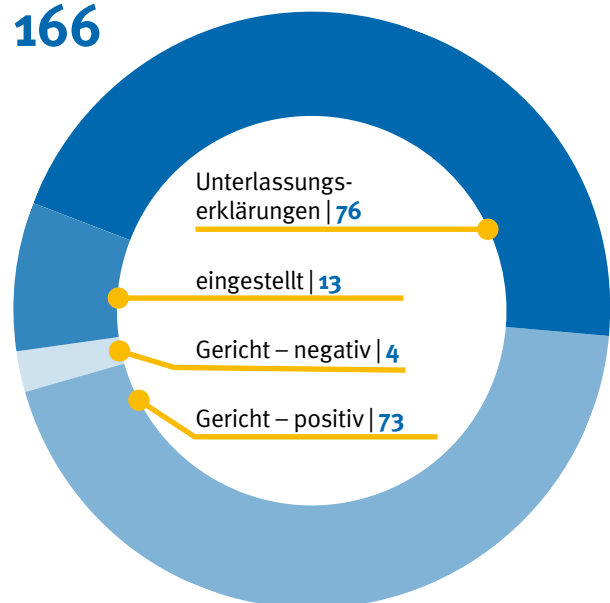
Zusätzlich zu dem bereits bestehenden umfangreichen Beratungsangebot erarbeitet die Verbraucherzentrale niedrigschwellige Angebote auch im Bereich Legal Tech, um so allen Verbraucher:innen schnell und unbürokratisch Hilfe und Unterstützung anzubieten.

So wurde im Jahr 2020 der Corona-Vertrags-Check auf der Webseite integriert. Mit diesem Tool können Verbraucher:innen Antworten auf die häufigsten Fragen rund um Corona-bedingte Absagen von Reisen, Veranstaltungen und andere Dienstleistungen finden. Der Corona-Vertrags-Check dient einer ersten Orientierung. Eine Beratung im individuellen Einzelfall durch die Berater:innen der Verbraucherzentrale, die im letzten Jahr schwerpunktmäßig als Telefonrückrufberatung und Videoberatung angeboten wurde, ist vor einer gerichtlichen Auseinandersetzung sinnvoll. Die Verbraucherzentrale kann dann auch prüfen, ob ein Verbandsklageverfahren möglich ist.

Mit der den Verbraucherzentralen zustehenden Verbandsklagebefugnis können unzulässige Werbemaßnahmen, Verstöße gegen verbraucherschützende Normen, unzulässige und verbraucherbenachteiligende Allgemeine Geschäftsbedingungen schnell und zuverlässig beanstandet und einer gerichtlichen Überprüfung und Klärung zugeführt werden. ●

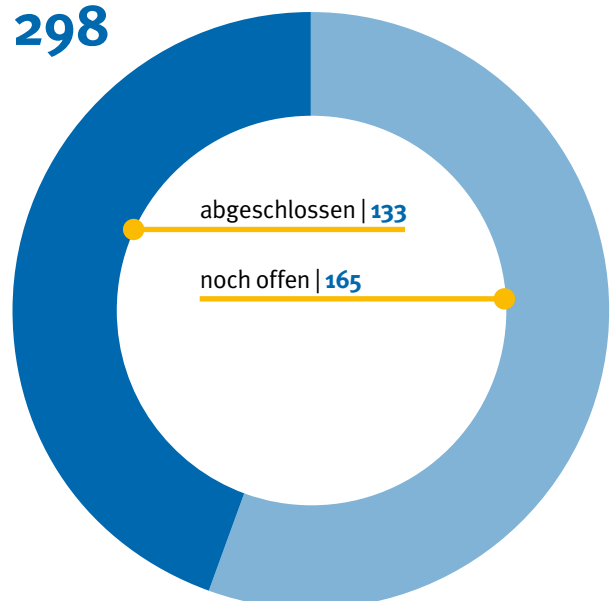
GESAMTZAHL BEENDETER VERFAHREN

166



2020 NEU EINGELEITETE VERFAHREN

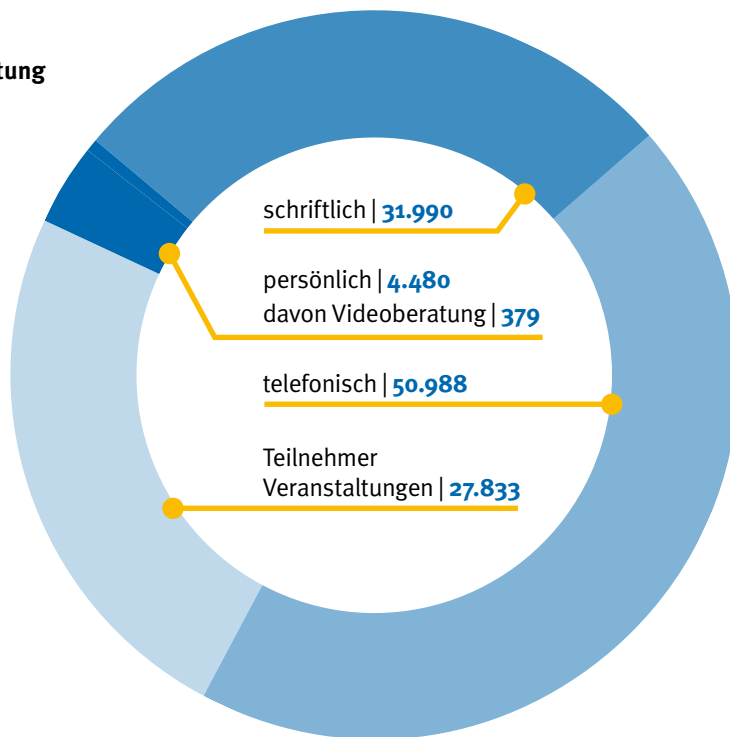
298



ANFRAGEN UND KONTAKTE

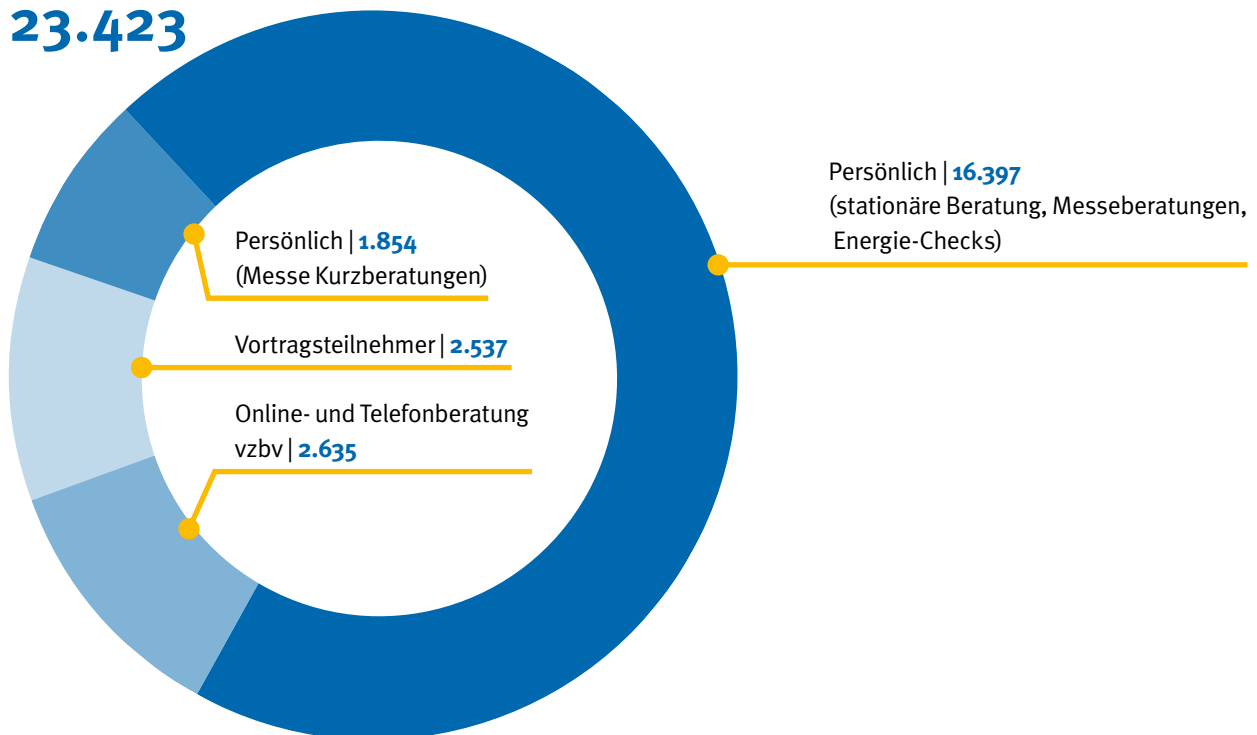
Ohne das Projekt Energieberatung

115.291

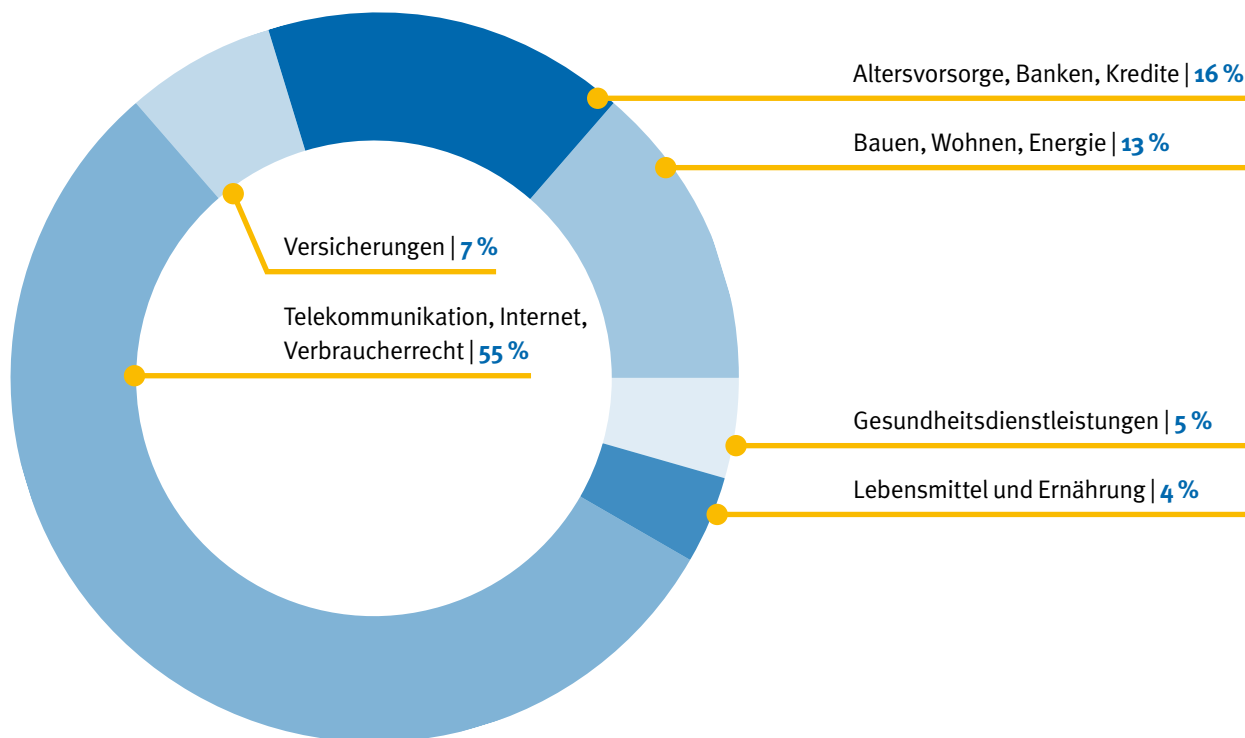


PROJEKT ENERGIEBERATUNG KONTAKTE

23.423

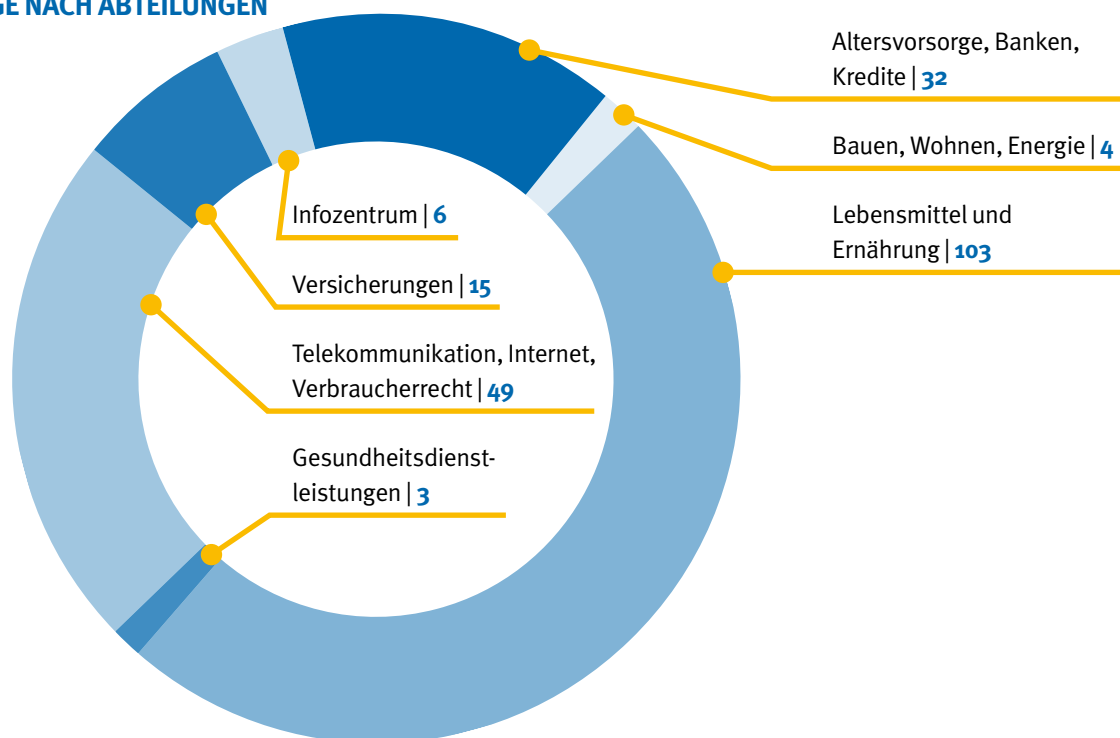


ANZAHL DER BERATUNGEN NACH ABTEILUNGEN



VORTRÄGE NACH ABTEILUNGEN

212



DIE VERBRAUCHERZENTRALE BADEN-WÜRTTEMBERG 2020

Verwaltungsrat

- Nikolaos Sakellariou (Vorsitzender)
- Dr. Friedrich Bullinger
- Udo Casper
- Marie-Luise Linckh
- Martin Grath MdL

Vorstand Cornelia Tausch

Beirat

- Ute Baur-Matthäus
- Martin Eisenmann
- Gerhard Glaser
- Prof. Dr. oec. Ingrid Gottschalk
- Sabine Hagmann
- Dr. Iris Häuser
- Wolfgang Münz
- Prof. Dr. Tobias Brönneke
- Thomas Rathgeb
- Bernd Müller
- Prof. Dr. Astrid Stadler
- Karen Wunderlich

103 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

- 60 Teilzeitbeschäftigte
- 38 Vollzeitbeschäftigte
- 5 als Aushilfen

Außerdem 183 Honorarkräfte: Bauingenieure, Energie-, Ernährungs- und Geldanlageberater, Mietrechtsberater des Mietervereins und Rechtsanwälte

Die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V. ist Mitglied bei

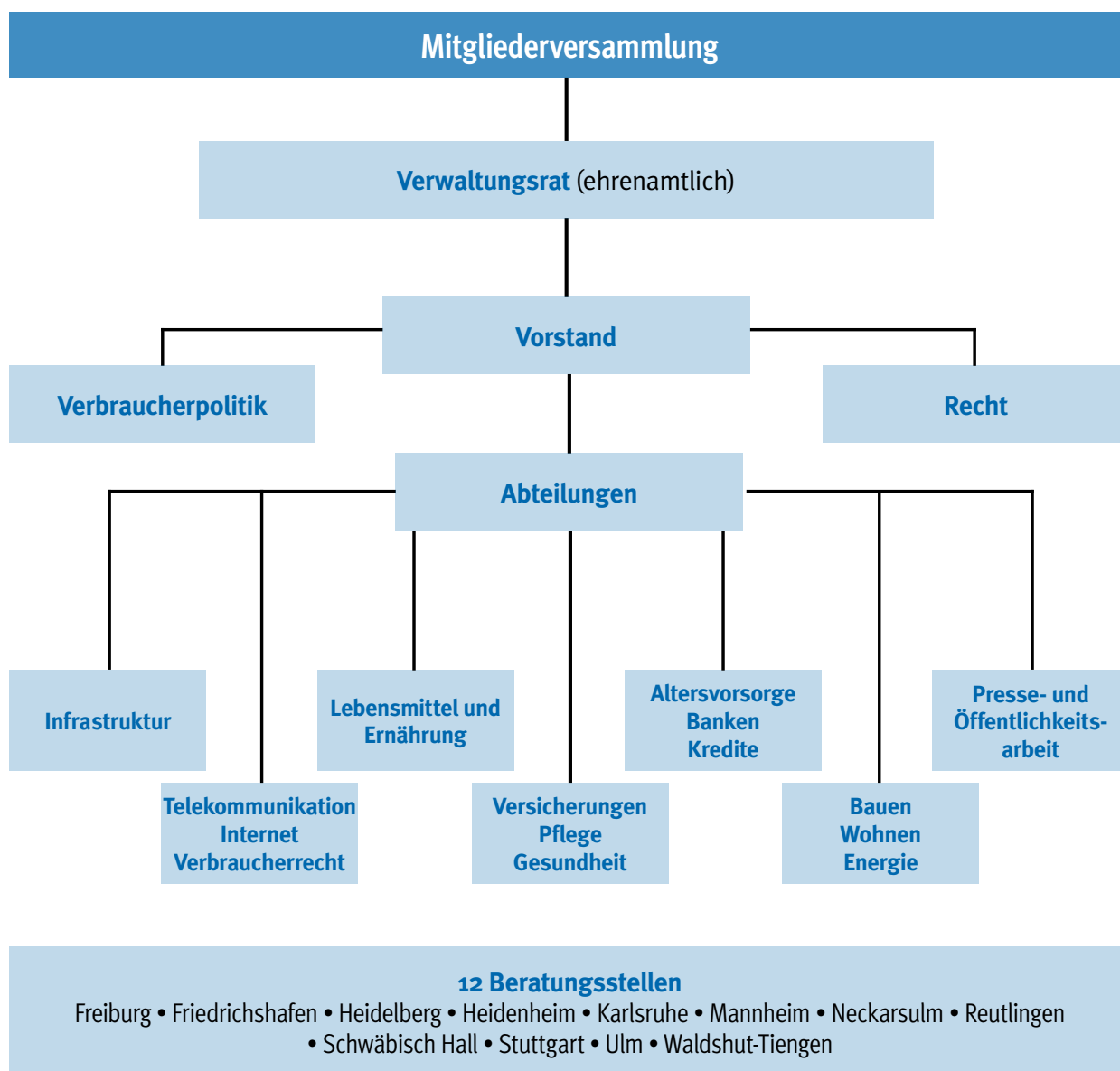
- Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE)
- Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e. V. Kehl
- Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. (vzbv)

Fördermitglieder

Am 31.12.2020 hatte die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V. 2.643 Fördermitglieder.

Mitgliedsorganisationen

- Aktion Bildungsinformation e. V. (ABI)
- Bündnis 90/Die Grünen, LV Baden-Württemberg
- CDU, LV Baden-Württemberg
- AEH des Deutschen Evangelischen Frauenbund e. V., LV Baden-Württemberg, bis 02/2019
- Deutscher Familienverband, LV Baden-Württemberg e. V.
- Deutscher Gewerkschaftsbund, Bezirk Baden-Württemberg
- DHB – Netzwerk Haushalt, Berufsverband der Haushaltsführenden e. V., LV Baden-Rheinhausen-Pfalz
- DHB – Netzwerk Haushalt, Berufsverband der Haushaltsführenden e. V., LV Württemberg
- Deutscher Mieterbund Baden-Württemberg e. V.
- Evangelisches Bauernwerk in Württemberg e. V.
- Landesverband der FDP, Baden-Württemberg
- Gewerkschaft der Polizei, Landesbezirk Baden-Württemberg e. V.
- Katholischer Deutscher Frauenbund e. V., Diözese Rottenburg-Stuttgart
- Katholischer Deutscher Frauenbund e. V., Diözesanverband Freiburg
- Landesbank Baden-Württemberg
- LandFrauenverband Württemberg-Baden e. V.
- NaturFreunde Baden-Württemberg, Geschäftsstelle LV Württemberg e. V.
- SPD, LV Baden-Württemberg
- Sozialverband VdK, LV Baden-Württemberg e. V.
- Verkehrsclub Deutschland (VCD), LV Baden-Württemberg e. V.
- Verband Wohneigentum Baden-Württemberg e. V.
- Volkshochschulverband Baden-Württemberg e. V.



BILANZ 2020

AKTIVA

€

Anlagevermögen

Immaterielle Vermögensgegenstände

Software	15.334,00
----------	-----------

Sachanlagen

Mietereinbauten	64.570,00
Betriebs- und Geschäftsausstattung	241.217,00

Finanzanlagen

Beteiligungen	130,12
---------------	--------

Summe Anlagevermögen

321.251,12

Umlaufvermögen

Vorräte

Fertige Erzeugnisse und Waren	5.508,63
-------------------------------	----------

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	75.317,86
Sonstige Vermögensgegenstände	30.150,10

Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	1.132.379,62
---	--------------

Summe Umlaufvermögen

1.243.356,21

Rechnungsabgrenzungsposten

80.497,54

SUMME AKTIVA

1.645.104,87

PASSIVA

€

Eigenkapital

Rücklagen LBBW Verbraucherfonds	8.101,71
gebundenes Zuschusskapital	464.721,19
Jahresüberschuss	90.589,13

Summe Eigenkapital

563.412,03

Rückstellungen

sonstige Rückstellungen	237.842,50
-------------------------	------------

Verbindlichkeiten

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	141.652,45
sonstige Verbindlichkeiten	54.322,89

Summe Verbindlichkeiten

195.975,34

Rechnungsabgrenzungsposten

647.875,00

SUMME PASSIVA

1.645.104,87

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG 2020

Erhaltene Zuwendungen

€

Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg

Institutionelle Förderung	3.434.965,00
Projekt Lebensmittel & Ernährung	300.000,00
Projekt Wirtschaftlicher Verbraucherschutz	278.300,00
Projekt Verbraucherbildung	239.000,00
Projekt Ausbau der Online-Beratung und Online-Information der VZ BW	123.000,00

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft

Projekt Lebensmittel & Ernährung	232.620,00
----------------------------------	------------

Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz

Projekt Wirtschaftlicher Verbraucherschutz	278.236,84
Projekt Verbraucherschutz im ländlichen Raum	6.868,00
Projekt Verbraucher stärken im Quartier	72.445,73

Bundesministerium Wirtschaft und Energie

Projekt Energieeinsparberatung	325.646,02
--------------------------------	------------

Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg

Koordination Energieeinsparberatung	90.000,00
-------------------------------------	-----------

Weitere Zuwendungsgeber

Verbraucherzentrale Bundesverband – Netzwerkgruppen und sonstige Einnahmen	11.329,50
VZBV Datenlieferung im Rahmen der Marktbeobachtung	198.707,25
Kommunen	93.448,78

Rückzahlungen Zuwendungen

– 57.311,63

Summe Zuwendung

5.627.255,49

Umsatzerlöse (Einnahmen aus Beratungen, Vorträge und Ratgebern)	339.592,19
Fördermitglieder	60.480,73
sonstige betriebliche Erträge (Einnahmen aus Vertragsstrafen, Spenden und sonstige)	494.803,83

Aufwendungen

€

Materialaufwand

Aufwendungen für bezogene Waren (Veröffentlichungen)	– 174.381,16
Aufwendungen für bezogene Leistungen (Honorare, Veranstaltungen)	– 587.082,02

Summe Materialaufwand

– 761.463,18

Personalaufwand

Löhne und Gehälter	– 3.694.615,16
soziale Abgaben und Aufwendungen für die Altersversorgung	– 949.876,53

Summe Personalaufwand

– 4.644.491,69

Abschreibung auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	– 143.075,63
--	--------------

sonstige betriebliche Aufwendungen

Büromaterial, Fachzeitschriften	– 43.148,80
Post- und Telefonkosten	– 68.155,31
Mieten und Pachten	– 318.912,06
Bewirtschaftung betrieblicher Räume	– 124.930,49
Reise-, Aus- und Fortbildungskosten	– 33.656,76
Honorare, Rechts- und Beratungskosten	– 68.434,68
Mitgliedsbeiträge	– 760,00
sonstige betrieblicher Aufwand	– 222.449,19

Summe sonstige Aufwendungen

– 880.447,29

sonstige Zinsen und Erträge	0,02
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	– 2.065,34

Jahresüberschuss

90.589,13

BERATUNGSSTELLEN DER VERBRAUCHER- ZENTRALE BADEN-WÜRTTEMBERG

...❖ **Stuttgart** | Paulinenstr. 47 | 70178 Stuttgart
• Mo + Fr 10–14 Uhr | Di + Do 10–17 Uhr
Mi 10–19 Uhr

Fach- und Rechtsberatung zu: Telekommunikation,
Internet, Verbraucherrecht • Lebensmittel, Ernährung
• Versicherungen • Altersvorsorge, Banken, Kredite
• Bauen, Wohnen, Energie • Energieberatung
• mietrechtliche Erstberatung

...❖ **Freiburg** | Kaiser-Joseph-Straße 271
79098 Freiburg

• Di 10–13 Uhr | Do 15–18 Uhr
Fach- und Rechtsberatung zu: Telekommunikation,
Internet, Verbraucherrecht • Lebensmittel, Ernährung
• Bauen, Wohnen, Energie • Energieberatung
• mietrechtliche Erstberatung

...❖ **Friedrichshafen** | Riedleparkstraße 1
88045 Friedrichshafen

• Mo 14–17 Uhr | Mi 10–13 Uhr
Fach- und Rechtsberatung zu: Telekommunikation,
Internet, Verbraucherrecht • Altersvorsorge, Banken,
Kredite • Energieberatung

...❖ **Heidelberg** | Poststraße 15 (Stadtbücherei)
69115 Heidelberg

• Di 10–12 Uhr | Mi + Do 16–18 Uhr
Fach- und Rechtsberatung zu: Telekommunikation,
Internet, Verbraucherrecht • Altersvorsorge, Banken,
Kredite • Bauen, Wohnen, Energie • Energieberatung
• mietrechtliche Erstberatung

...❖ **Heidenheim** | Hintere Gasse 60
89522 Heidenheim

• Mi 9–12 Uhr | Do 14–17 Uhr
Fach- und Rechtsberatung zu: Verbraucherrecht
• Versicherungen • Energieberatung

...❖ **Karlsruhe** | Kaiserstr. 167 | 76133 Karlsruhe

• Mo 14–18 Uhr | Mi 10–14 Uhr
Fach- und Rechtsberatung zu: Telekommunikation,
Internet, Verbraucherrecht • Lebensmittel, Ernährung
• Altersvorsorge • Bauangebotsprüfung
• Energieberatung • Gesundheitsdienstleistungen
• mietrechtliche Erstberatung

...❖ **Mannheim** | N 4, 13–14 | 68161 Mannheim
• Di 14–16 Uhr | Mi 13–17 Uhr

Fach- und Rechtsberatung zu: Telekommunikation,
Internet, Verbraucherrecht • Lebensmittel, Ernährung
• Versicherungen • Altersvorsorge, Banken, Kredite
• Energieberatung • mietrechtliche Erstberatung

...❖ **Neckarsulm** | Schindlerstraße 9
74172 Neckarsulm

• Di 10–14 Uhr | Mi 13–17 Uhr
Fach- und Rechtsberatung zu: Telekommunikation,
Internet, Verbraucherrecht • Altersvorsorge, Banken,
Kredite • Versicherungen • Energieberatung

...❖ **Reutlingen** | Kanzleistraße 20
72764 Reutlingen

• Di 10–15 | Mi 14–18 Uhr | Do 10–15 Uhr
Fach- und Rechtsberatung zu: Telekommunikation,
Internet, Verbraucherrecht • Lebensmittel, Ernährung
• Versicherungen • Altersvorsorge, Banken, Kredite
• Bauen, Wohnen, Energie • Energieberatung

...❖ **Schwäbisch Hall** | Steinerer Steg 5
74523 Schwäbisch Hall

• Di 10–13 Uhr | Do 14–17 Uhr
Fach- und Rechtsberatung zu: Telekommunikation,
Internet, Verbraucherrecht • Altersvorsorge, Banken,
Kredite • Energieberatung

...❖ **Ulm** | Frauengraben 2 | 89073 Ulm
• Di + Do 13–17 Uhr

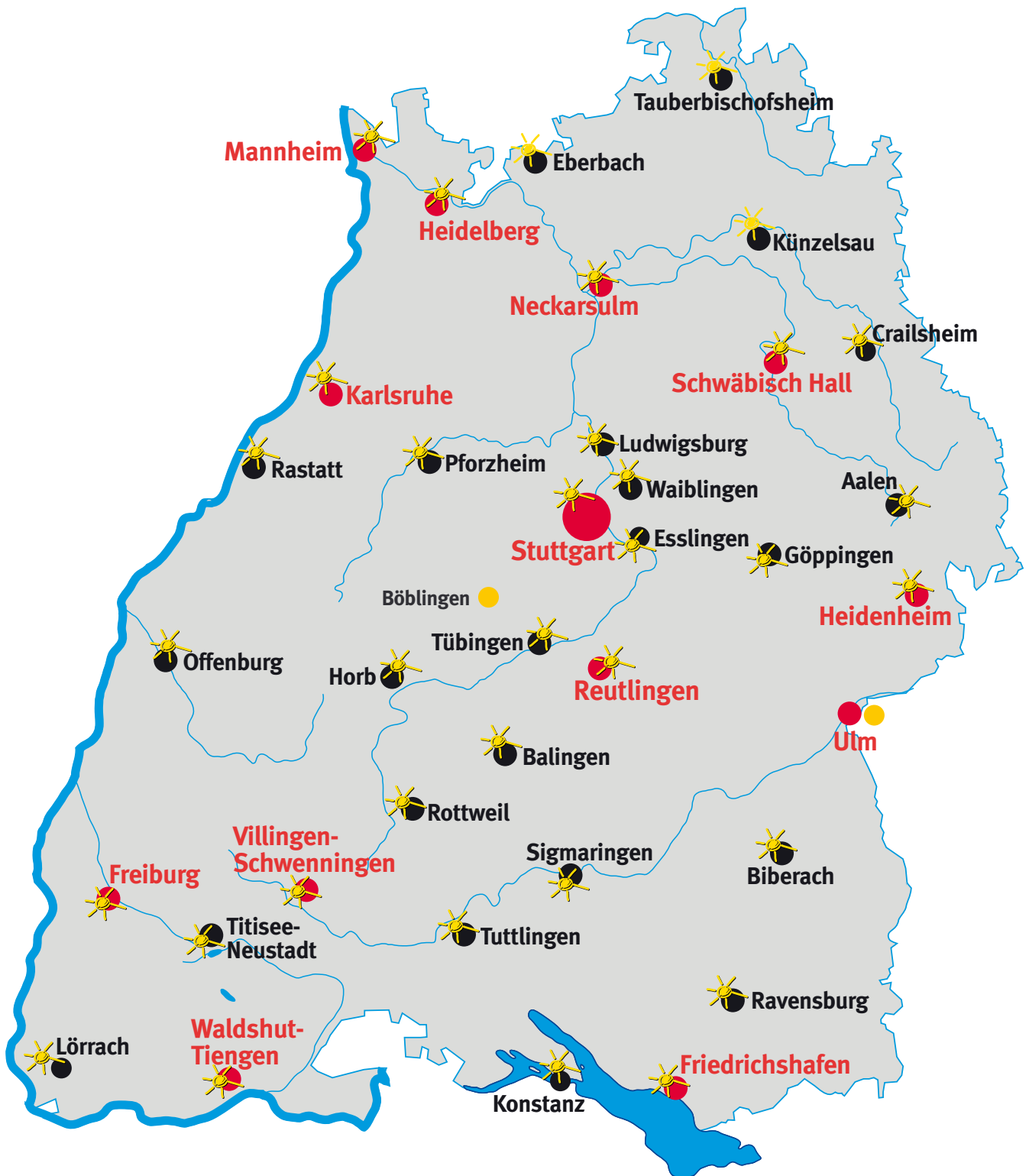
Fach- und Rechtsberatung zu: Telekommunikation,
Internet, Verbraucherrecht • Lebensmittel, Ernährung
• Versicherungen • Altersvorsorge, Banken, Kredite
• Bauen, Wohnen, Bauangebotsprüfung, Energie
• Energieberatung • mietrechtliche Erstberatung

...❖ **Villingen-Schwenningen** | Winkelstraße 7 |
78056 Villingen-Schwenningen

• Di 10–14 Uhr | Do 13–17 Uhr
Fach- und Rechtsberatung zu: Verbraucherrecht
• Altersvorsorge, Banken, Kredite

...❖ **Waldshut-Tiengen** | Poststraße 2
Parkhaus Kornhaus

79761 Waldshut-Tiengen
• Di 15–17 Uhr
Fach- und Rechtsberatung zu: Verbraucherrecht
• Altersvorsorge, Banken, Kredite • Energieberatung
• mietrechtliche Erstberatung



● Beratungsstellen
☀ Energieberatung

INFO- UND TERMINELEFON

(0711) 66 91 10

Montag bis Donnerstag 10 – 18 Uhr
Freitag 10 – 14 Uhr

TERMINE ONLINE VEREINBAREN

Sie können Ihren Beratungstermin bei uns
auch bequem online vereinbaren:
www.vz-bw.de/termin-online-vereinbaren

ENERGIEBERATUNG

Terminvereinbarung und Telefonberatung unter:
0800-809802400 • kostenlos
Montag bis Donnerstag 8–18 Uhr | Freitag 8–16 Uhr
www.verbraucherzentrale-energieberatung.de

BERATUNGSTELEFON

Festnetzpreis 1,75 Euro/Min., Mobilfunkpreis abweichend.
Infos zum Datenschutz: www.vz-bw.de/datenschutz-hinweise

Montag bis Freitag 9 – 12 Uhr | Mittwoch 15 – 18 Uhr
Telekommunikation, Internet, Verbraucherrecht
0 900 1 77 444 1

Lebensmittel, Ernährung, Kosmetik, Hygiene
0 900 1 77 444 2

Versicherungen
0 900 1 77 444 3

Altersvorsorge, Banken, Kredite
0 900 1 77 444 4

Bauen, Wohnen
0 900 1 77 444 5

Energie
0 900 1 77 444 6

Mittwoch 15 – 18 Uhr | Donnerstag 9 – 12 Uhr
Gesundheitsdienstleistungen
0 900 1 77 444 7

verbraucherzentrale
Baden-Württemberg

IMPRESSUM

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e.V.
Paulinenstraße 47 | 70178 Stuttgart
Tel. (0711) 66 91 10 | Fax (0711) 66 91 50
info@vz-bw.de | www.vz-bw.de

Für den Inhalt verantwortlich:

Cornelia Tausch, Vorstand der Verbraucherzentrale
Baden-Württemberg e. V.

Erscheinungsdatum: Juni 2021

© Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.

Grafiken: © Oksana / Adobe Stock