



verbraucherzentrale
Baden-Württemberg

GESCHÄFTSBERICHT 2024

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.

GESCHÄFTSBERICHT 2024

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.

INHALT

GRUSSWORT	4
VORWORT	5
DIE VERBRAUCHERZENTRALE IN BILDERN	6
AUS DEN ABTEILUNGEN UND PROJEKTEN	
ALTERSVORSORGE, BANKEN, KREDITE	9
BAUEN, WOHNEN, ENERGIE	12
LEBENSMITTEL UND ERNÄHRUNG	14
VERSICHERUNGEN, PFLEGE, GESUNDHEIT	17
TELEKOMMUNIKATION, INTERNET, VERBRAUCHERRECHT	20
VERBRAUCHERBILDUNG	23
PROJEKT: GESUND UND NACHHALTIG ESSEN MIT KLEINEM BUDGET – GEMEINSAM ERNÄHRUNGSARMUT BEGEGNEN	25
SOCIAL-MEDIA-PROJEKT: NACHHALTIGKEIT IM LEBENSMITTELBEREICH	26
PROJEKT: ENERGIEBERATUNG	27
PROJEKT: ENERGIEBERATUNG FÜR EINKOMMENSCHWACHE HAUSHALTE	28
PROJEKT: WIRTSCHAFTLICHER VERBRAUCHERSCHUTZ	30
PROJEKT: VERBRAUCHER STÄRKEN IM QUARTIER	31
STABSSTELLE RECHT	32
PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT	35
ZAHLEN • DATEN • FAKTEN	
DIE VERBRAUCHERZENTRALE BADEN-WÜRTTEMBERG 2024	40
BILANZ 2024	44
GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG 2024	45
BERATUNGSSTELLEN DER VERBRAUCHERZENTRALE BADEN-WÜRTTEMBERG	46



Liebe Leser:innen,

die Bedeutung einer unabhängigen Beratung für Verbraucher:innen schlägt sich auch 2024 in der konstant hohen Nachfrage nieder: über 100.000 mal wandten sich Ratsuchende im vergangenen Jahr an die Mitarbeitenden der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg – um das passende Angebot für sich zu finden, eine persönliche Beratung in Anspruch zu nehmen, um andere vor unseriösen Anbietern zu warnen oder um sich in einem kostenlosen Vortrag oder Online-Seminar zu informieren.

Mit der Vielfalt ihrer Themen ist die Verbraucherzentrale immer am Puls der Zeit: Glasfaserausbau, Energiepreise, Anlagebetrug in sozialen Netzwerken, Kunden-Apps im Lebensmittelhandel oder die Einführung der Elektronischen Patientenakte sind einige der Themen, mit denen sich die Mitarbeitenden der Verbraucherzentrale 2024 befassten und zu denen Verbraucher:innen Beratung und Informationsangebote in Anspruch nahmen.

Erfolge vor dem Europäischen Gerichtshof gegen Aldi und vor dem Bundesgerichtshof gegen L’Oreal zeugen von der immensen Schlagkraft der baden-württembergischen Verbraucherzentrale. Neben diesen beiden herausragenden Urteilen belegen dies auch 85 weitere Urteile, die für die Verbraucherzentrale positiv ausfielen und 155 Unterlassungserklärungen, die Unternehmen nach einer Abmahnung durch die Verbraucherzentrale abgaben.

Mit mehr als 300 Verfahren, die die Verbraucherzentrale im vergangenen Jahr neu in die Wege geleitet hat, wird sie auch 2025 wieder viele Erfolge für Verbraucherinnen und Verbraucher erreichen.

Das ist starker Verbraucherschutz aus dem Ländle! Und dieser Verbraucherschutz für die Bürgerinnen und Bürger verdient eine starke Unterstützung der Politik. ■

*Dr. Friedrich Bullinger, Verwaltungsratsvorsitzender
der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.*

Liebe Leser:innen,

Verbraucherpolitische Themen machen im Alltag der Menschen einen Unterschied: Funktionieren meine Internet- und Mobilfunkverbindungen? Was kostet der Lebensmitteleinkauf oder wie hoch ist die Rechnung für meine Heizung? Bleibt im Alter genügend Geld zum Leben? Habe ich eine gute und bezahlbare Versicherung?

Im Geschäftsbericht 2024 präsentieren wir Ihnen wieder einen Ausschnitt aus der Bandbreite der individuellen Anfragen und Beschwerden der Verbraucher:innen, mit denen sie an die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg herangetreten sind.

Ein Markenzeichen der Verbraucherzentrale in Baden-Württemberg ist ihre aktive und erfolgreiche Rechtsdurchsetzung, die in diesem Bericht auch erkennbar wird. Wir berichten Ihnen außerdem aus den vielen Projekten, die die Arbeit der Verbraucherzentrale in Themen und Angebotsformen ergänzen. Sie sind ein wichtiges Standbein unserer Arbeit – sowie auch unserer Finanzierung.

Mein Dank gilt allen Zuwendungsgebern, Mitgliedsorganisationen und Fördermitgliedern. Die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit Ihnen ist die wesentliche Voraussetzung unserer Arbeit und deshalb unverzichtbar.



Und mein besonderer Dank geht an alle Mitarbeitenden und Honorarkräfte der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg für ihren unermüdlichen Einsatz!

Durch ihre Arbeit, ihre Beratungen und ihr Engagement helfen sie Ratsuchenden in der Not. Verbraucher:innen werden mit ihren Problemen und ihrem Ärger mit Unternehmen nicht allein gelassen, sie spüren: Die Verbraucherzentrale ist für mich da, sie ist stark für mich! ■

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

DIE VERBRAUCHERZENTRALE ...



Mit großen Plakaten machte das Projekt „Energieberatung für einkommensschwache Haushalte“ auf das Thema Energiearmut und das Beratungsangebot aufmerksam.



Mai 2024: Michael Bloss (Bündnis 90/Die Grünen), Mitglied des Europäischen Parlaments, zu Besuch bei der Verbraucherzentrale.



April 2024: Auf dem „Marktplatz nachhaltige Ernährungsbildung“ im Bürgerhaus Zähringen.



Oktober 2024: Die Verbraucherzentrale ist beim Tag der offenen Tür von Polizei und Deutschem Roten Kreuz in Gerstetten mit einem Infostand vertreten.



April 2024: René Repasi (SPD), Mitglied des Europäischen Parlaments, informiert sich über aktuelle Verbraucherthemen.



Mai 2024: Marie-Luise Linckh (Mitte), langjähriges Mitglied des Verwaltungsrats, wird auf der Mitgliederversammlung von Cornelia Tausch und Dr. Friedrich Bullinger verabschiedet.

... IN BILDERN



**AUS DEN ABTEILUNGEN
UND PROJEKTEN**

ALTERSVORSORGE, BANKEN, KREDITE

THEMEN UND EREIGNISSE

Geldanlage & Altersvorsorge: Weiterhin viele Anfragen

Anfragen und Beschwerden zum Thema Geldanlage und Altersvorsorge bilden weiterhin einen thematischen Schwerpunkt in der Abteilung. Die hohe Bedeutung des Themas aus Perspektive der Verbraucher:innen zeigt sich auch in der Nachfrage nach den Vorträgen: 5.979 Interessierte nahmen unsere Angebote wahr.

Im Rahmen der Verbraucherfinanzberatung stellen wir regelmäßig fest, dass Verbraucher:innen zur Geldanlage und Altersvorsorge von Anbietern gewerblicher Finanzberatung nicht bedarfsgerecht beraten werden.

Seit Jahren steigen die Beschwerden zur Riester-Rente, im vergangenen Jahr erreichten sie mit 815 Fällen den bisherigen Höchstwert. Grund dafür ist das Verhalten der Anbieter von Riester-Verträgen: Sie stellen angehenden Rentner:innen Kosten in Rechnung, über die sie zu Vertragsbeginn nicht transparent informiert haben. Sie kürzen in Aussicht gestellte Renten mit Verweis auf die gesunkenen Zinsen, ohne die Rentenkürzungen bei wieder steigenden zurückzunehmen. Sie kassieren nach wie vor so hohe Kosten, dass von den Renditen der Kapitalmärkte bei den Sparer:innen kaum etwas ankommt. Die Verbraucherzentrale unterstützt Verbraucher:innen mit ihrer Beratung und klärt Riester-Sparer:innen über ihre Handlungsalternativen auf, damit sie bedarfsgerecht für ihr Alter vorsorgen können.

Anlagebetrug in den sozialen Netzwerken

Abzocke und Anlagebetrug verlagern sich mehr und mehr in die sozialen Netzwerke. Die Masche geht so: Als angebliche Finanzprofis werben Betrüger:innen für hohe Renditen von zum Beispiel 10 Prozent pro Tag. Anfangs wird nur ein Startkapital von 250 Euro gefordert. Die betrügerischen Personen melden sich anschließend als Investment Berater:in telefonisch und erklären, wie man ein professionelles Handelskonto auf einer Tradingplattform eröffnet. Tatsächlich wird kein Konto eröffnet, weil der angebliche Broker nicht existiert. Die Internetseite sieht aber professionell aus und gleicht den Seiten seriöser Broker. Den Opfern wird vorgegaukelt, es würden schon nach wenigen Tagen zweistellige Renditen erzielt. Dadurch sollen sie dazu verleitet werden, noch mehr anzulegen. Sobald die Betroffenen aber das Geld abziehen möchten, mauern die Kriminellen, fordern weitere Einzahlungen oder sprechen haltlose Drohungen aus.

Wie kann man den Betrug erkennen? Das erste eindeutige Warnsignal sind hohe Renditeversprechen. Mit keiner Anlagestrategie kann man auf Dauer zehn Prozent Rendite pro Tag oder pro Monat erwirtschaften. Typisch sind auch die Kontaktwege: Opfer werden über Facebook, Instagram, WhatsApp, Telegram und YouTube angesprochen und anschließend telefonisch kontaktiert. Die betrügenden Personen bauen außerdem oft zeitlichen Druck auf. Und sie verschicken auch keinerlei Vertragsunterlagen, Belehrungen über das Widerrufsrecht, Datenschutzbestimmungen und Allgemeine Geschäftsbedingungen. Allerdings ändern die Abzocker ihre Taktiken immer wieder und vermeiden bekannte Warnsignale. Sofern Verbraucher:innen sich frühzeitig über die Seriosität eines Angebots bei der Verbraucherzentrale erkundigen, bleibt ihnen ein hoher Schaden erspart. Opfer dieser Betrugsmaschinen dagegen bleiben in der Regel auf ihren Verlusten sitzen.



Mehr Kontomissbrauch

Im abgelaufenen Kalenderjahr lag die Zahl der Anfragen und Beschwerden, die Straftaten im Zahlungsverkehr betreffen, bei 300. Damit verharrt sie auf dem hohen Niveau des Vorjahres (311) und bleibt fast dreimal so hoch wie noch im Kalenderjahr 2022. Die Zunahme von Betrugsfällen im digitalen Zahlungsverkehr entwickelt sich damit zu einem Dauerbrenner in der Beratung. Die Kriminellen nutzen raffinierte Taktiken, um Verbraucher:innen in die Falle zu locken. Die Banken kennen die Methoden der Angreifer und versäumen es, diese Angriffe wirksam abzuwehren. Sie wälzen den Schaden auf ihre Kundschaft ab, indem sie ihnen grob fahrlässiges Verhalten vorwerfen. Allerdings kommen sie dabei ihrer gesetzlichen Beweispflicht nicht nach. Demnach muss der Zahlungsdienstleister unterstützende Beweismittel vorlegen, um Betrug, Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit des Zahlungsdienstnutzers nachzuweisen. Nach ständiger Rechtsprechung des BGH (Az. XI ZR 91/14) sind die Hürden für diesen Beweis hoch angesetzt: Grobe Fahrlässigkeit erfordert einen in objektiver Hinsicht schweren und in subjektiver Hinsicht schlechthin unentschuldbaren Verstoß gegen die Anforderungen der konkret erforderlichen Sorgfalt. Unsere Erfahrung zeigt aber, dass sich die Banken nicht an diese gesetzliche Vorgabe halten. Sie wimmeln die Betrugsopfer ab, ohne ihnen grobe Fahrlässigkeit nachgewiesen zu haben.

AUS DER RECHTSDURCHSETZUNG

Landgericht Hechingen: Keine überraschenden Kosten bei Verrentung

Die Sparkasse Pfullendorf-Meißkirch wurde dazu verurteilt, es zu unterlassen, ihren Kund:innen, die einen als „Vorsorge Plus“ bezeichneten Riester Banksparplan abgeschlossen haben, ein Verrentungsangebot zu unterbreiten, das Kosten enthält, die vertraglich nicht vereinbart waren. Das Urteil hat Auswirkungen auf die Praxis weiterer Anbieter.

Die Sparkasse hatte es versäumt, transparent bei Vertragsabschluss über alle Kosten zu informieren. Am Ende der Ansparphase unterbreitete sie Verbraucher:innen zwei Vertragsangebote für die Auszahlungsphase. In diesen Angeboten tauchten plötzlich Kosten auf, von denen davor nie die Rede war. Diese Praxis ist rechtswidrig, wie das Landgericht Hechingen entschieden hat (Urteil vom 15.10.2024, Az 5 O 11/24 KfH; nicht rechtskräftig). Zuvor hatte der Bundesgerichtshof (BGH) nach Klage der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg am 21.11.2023 bereits entschieden, dass die Kostenklausel im Vorsorge Plus Vertrag wegen Intransparenz rechtswidrig

ist. Damit ist der Sparkasse die vertragliche Rechtsgrundlage, um ihren Kund:innen Kosten in Rechnung stellen zu dürfen, entzogen worden. Das Verfahren liegt inzwischen beim OLG Stuttgart.

Mehrfache Klagen gegen Börsendienst AlleAktien

Die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg hat gegen die AlleAktien GmbH im vergangenen Jahr mehrere Urteile erstritten. So wurde der Anbieter am 20.11.2024 durch das LG Regensburg (Az 1 HK O 819/24) dazu verurteilt, nicht mehr damit zu werben, der Verbraucher erhalte auf der Website eines Dritten (www.eulerpool.com) zu dessen Diensten kostenlosen Zugang. Auch die Werbeaussage „Wissenschaftliches Investieren mit belegter Überrendite“ war irreführend. Schließlich durfte der Anbieter auch nicht für kostenpflichtige Abonnements werben, ohne klar, verständlich und in hervorgehobener Weise über den Inhalt der Dienstleistung, über die Laufzeit des Abonnementvertrags und über eine etwaige automatische Verlängerung zu informieren.

Nachdem sich etliche Verbraucher:innen darüber beschwerten, trotz Abmeldung von einem Newsletter weiterhin Werbemails von AlleAktien zu erhalten, hat das LG Regensburg (Az. 1 HK O 1147/24, Versäumnisurteil vom 08.08.2024) AlleAktien GmbH dazu verurteilt, zu unterlassen, Werbe-E-Mails über Aktienempfehlungen an Verbraucher:innen zu senden, ohne dass diese ausdrücklich eingewilligt haben, solche Werbe-E-Mails zu erhalten.

Weiteren Beschwerden gab es darüber, dass die AlleAktien GmbH Konten bzw. Kreditkarten von ehemaligen Kund:innen belastet habe, ohne dass diese ein entsprechendes Abonnement abgeschlossen hätten. Nach unserer Klage hat das LG Regensburg (Az. 1 HK O 1296/24, Versäumnisurteil vom 30.08.2024 sowie Urteil vom 18.12.2024) AlleAktien GmbH unter anderem dazu verurteilt, es zu unterlassen, Verbraucher zur Bezahlung von Dienstleistungen aufzufordern, wenn der Verbraucher diese Dienstleistung nicht bestellt hat.

In einem weiteren Verfahren vor dem LG Regensburg (Az. 1 HK O 1822/24, Versäumnisurteil vom 20.11.2024) wurden AlleAktien weitere rechtswidrige Praktiken untersagt. Hierbei ging es um die Behauptung, mit dem Ignorieren der Mahnungen bzw. dem fehlenden Ausgleich der angeblich offenen Forderung werde eine Zwangsvollstreckung, eine Kontopfändung oder ein negativer SCHUFA-Eintrag einhergehen sowie um die Geltendmachung von „Verzugszinsen“, „Disputgebühren“ sowie „Mahngebühren“ ohne Rechtsgrundlage.

VERBRAUCHERPOLITIK

Altersvorsorgedepot: Keine Lösung

Die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg hat im vergangenen Jahr eine Stellungnahme zum Referentenentwurf eines Gesetzes zum pAV-Reformgesetz abgegeben. Mit dem Scheitern der Ampel-Koalition wurde das Vorhaben nicht weiter verfolgt. Die Verbraucherzentrale begründet in ihrer Stellungnahme, warum sie der Ansicht ist, dass der Referentenentwurf keine Vorschläge enthält, die tatsächlich den angestrebten Wettbewerb in der gewerblichen Altersvorsorgeberatung erhöhen. Weder von der Erweiterung des Produktangebots für Verbraucher:innen noch von der vorgeschlagenen Vergleichswebseite kann ein Impuls ausgehen, der den Wettbewerb um die beste Beratung und die besten Produkte steigert. Der Referentenentwurf enthält außerdem auch keine Vorschläge, die tatsächlich zu mehr Flexibilität in der Altersvorsorge führen. Er löst damit sein Versprechen, die geförderte private Altersvorsorge flexibler, transparenter, renditestärker und kostengünstiger zu gestalten, nicht ein.

Das zentrale Problem in der Altersvorsorge besteht aus Perspektive der Verbraucher:innen in der Geschäftspraxis der Anbieter, die bedarfsgerechte Anlageentscheidungen der Verbraucher:innen verhindert. Die Lösung für dieses

Problem besteht in der Einführung eines ausschließlich an Verbraucherinteressen ausgerichteten Vorsorgefonds wie er in Schweden längst erfolgreich umgesetzt wurde. Dort haben die Sparer:innen trotz zweier Börsencrashes seit über 20 Jahren Renditen von über 10% p.a. eingefahren. Mit dieser Lösung wird nicht nur Transparenz geschaffen, sie sichert auch die bedarfsgerechte Vorsorge. In der sozialen Marktwirtschaft müssen die Regeln des Marktes gewährleisten, dass die Verbraucher:innen ihren Bedarf am Markt auch dann decken können, wenn Vertrauensgüter gehandelt werden. Die Marktregeln bedürfen daher einer Grundlage, die dies sicherstellt.

Diese Grundlage ist:

- eine unmissverständliche Ausrichtung der Finanzberatung am Bedarf der Verbraucher:innen, insbesondere wenn es um die Daseinsvorsorge im Alter geht, sowie
- ein Standardprodukt zur Altersvorsorge nach schwedischem Vorbild, bei dem der Gesetzgeber sicherstellt, dass es einfach, transparent und kostengünstig ist. ■

FALL AUS DER BERATUNG

Fehlberatung und falsche Produkte

Im Herbst wurden Herr und Frau K. von ihrer Hausbank angesprochen: Sie hatten wegen eines gerade abgelaufenen Sparbriefs eine höhere Summe auf dem Girokonto, über die die Bank nun mit ihnen sprechen wollte. Da das Ehepaar die Summe neu anlegen wollte, stimmten sie einem Termin zu.

Wie schon in der Vergangenheit wollten die beiden das Geld sicher, also ohne Wertschwankungsrisiko anlegen. Dementsprechend wurde vereinbart und festgehalten, dass im Todesfall der Begünstigte der beiden den eingezahlten Betrag vollständig zuzüglich 1 Prozent Zinsen ausbezahlt bekommen solle. In diesem Sinne investierten beide je 30.000 Euro. Erst durch die jährliche Standmitteilung keimte der Verdacht, dass das verkaufte Produkt wohl nicht dem

Niels Nauhauser

Abteilungsleiter

Altersvorsorge, Banken, Kredite



ursprünglich festgehaltenen Bedarf entsprach: Es handelte sich um eine fondsgebundene Kapitallebensversicherung mit hohen Kosten und hohem Wertschwankungsrisiko. Den ursprünglich eingezahlten 30.000 Euro stand nun ein Wert von nur noch 25.000 Euro gegenüber, begründet durch Kosten in Höhe von allein 1.600 Euro im ersten Vertragsjahr und einem Kursrückgang des Fonds.

Da das verkaufte Produkt weder den Vorstellungen des Ehepaars noch der festgehaltenen Vereinbarung entsprach, beschwerten sich Herr und Frau K. bei ihrer Bank, die jedoch nicht einlenkte. Erst als die Verbraucherzentrale sich einschaltete, die Bank auf ihre Fehlberatung hinwies und eine vollständige Stornierung der Verträge sowie eine Gutschrift der einbezahlten Beiträge forderte, stimmte die Bank zu und kam der Forderung nach. ■

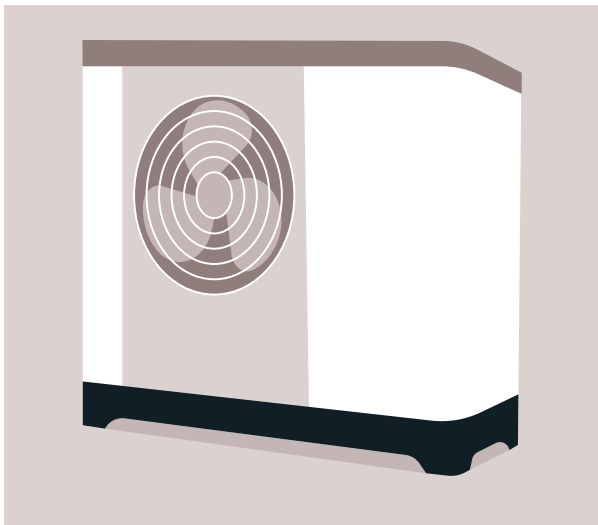
BAUEN, WOHNEN, ENERGIE

THEMEN UND EREIGNISSE

Energiesektor

Nach den schwierigen Jahren 2022 und 2023 konnten Verbraucher:innen 2024 aufatmen: Die Strom- und Gaspreise gingen signifikant zurück. Auffällig ist jedoch die enorme Preisspreizung zwischen einzelnen Anbietern sowie zwischen Bestands- und Neukund:innen. Dies gilt sowohl für den baden-württembergischen wie auch den bundesweiten Markt. Nur im Fernwärmemarkt sind die Preise weiter hoch.

Auch müssen die rechtlichen Regelungen zur Fernwärme dringend an die heutigen Verhältnisse angepasst und aktualisiert werden. Die gesetzlichen Grundlagen stammen in großen Teilen aus den 80er-Jahren des vergangenen Jahrhunderts. Wir sehen aber auch im Fernwärmemarkt positive Signale dafür, dass sich die Endkundenpreise künftig normalisieren.



Unterschiede bei Energiepreisen

Energieanbieter haben die Preissenkungen auf dem Energiemarkt unterschiedlich an Verbraucher:innen weitergegeben: Neukund:innen konnten 2024 Verträge mit sehr guten Konditionen abschließen, wenn sie ihre Kündigungs- und Sonderkündigungsmöglichkeiten nutzten. Bestandskund:innen wiederum hängen trotz Preisrückgängen regelmäßig in hochpreisigen Verträgen fest.

Während Neukund:innen im Strombereich Arbeitspreise von rund 30 Cent pro Kilowattstunde zahlen mussten, waren es bei Bestandskund:innen immerhin durchschnittlich 36 Cent pro Kilowattstunde.

Untergeschobene Verträge

Dazu kommt: Regelmäßig versuchen grenzwertige und unseriöse Anbieter, Verbraucher:innen mit Marketingmaßnahmen, Aktionen und aggressiven Werbestrategien in nachteilige Verträge zu locken oder ihnen solche Verträge unterzuschieben.

Die Problematik unseriöser Anbieter begleitet uns seit Jahren. Die Unternehmen sind bekannt und unzählige Male abgemahnt oder in Klageverfahren verurteilt worden. Doch die Anbieter ändern ihr Vorgehen minimal ab, suchen neue Schlupflöcher und die verbraucherschädigen Methoden laufen unvermindert weiter.

Unsere Zahlen aus der Beratung bei untergeschobenen Energieverträgen zeigen, dass die Novellierung zum Juni 2021 – seither bedürfen Energielieferverträge außerhalb der Grundversorgung der Textform – bisher keine Verbesserung gebracht hat. Die Einführung der Textformerfordernis im Energiewirtschaftsgesetz (EnWG) war wirkungslos. Obwohl nun festgelegt ist, dass Verbraucher:innen die Vertragsunterlagen nach Abschluss erhalten müssen, stieg die Zahl der untergeschobenen Verträge seither weiter an. Wir fordern daher auch die neue Regierung auf, endlich die Bestätigungslösung vollständig umzusetzen: Alle Verträge, die im Fernabsatz abgeschlossen werden, müssen von Verbraucher:innen schriftlich bestätigt werden, bevor sie gültig werden.

Gebäudesektor

Die Entspannung im Energiesektor hat zu rückläufigen Preisen im Wärme- bzw. Gebäudesektor geführt. Dass die Entlastungen nicht so signifikant ausgefallen sind, hängt stark mit den steigenden Gasnetzentgelten zusammen. Zum Jahresbeginn 2024 entfiel die Mehrwertsteuervergünstigung auf 7 Prozent, seit dem 1. April 2024 beträgt der Steuersatz wieder 19 Prozent.

Die Konkretisierungen in der Bundes-Wärmeplanung und die Umsetzung des zum 1. Januar 2024 rechtskräftig gewordenen Gebäudeenergiegesetzes (GEG) lassen neue, teils schwerwiegende Probleme für Verbraucher:innen erahnen. Im Laufe des Jahres 2024 wurde vielen Verbraucher:innen bewusst, dass der Wechsel zu klimafreundlichen Heizungsformen künftig höhere Kosten verursachen wird. Zwar hält eine große Mehrheit der bundesdeutschen Bevölkerung (rund 67 Prozent) laut einer forsa-Umfrage im Auftrag der deutschen Bundesstiftung Umwelt den Umstieg auf erneuerbare Energien grundsätzlich für richtig. Dennoch zeigen zwei Entwicklungen im Bereich

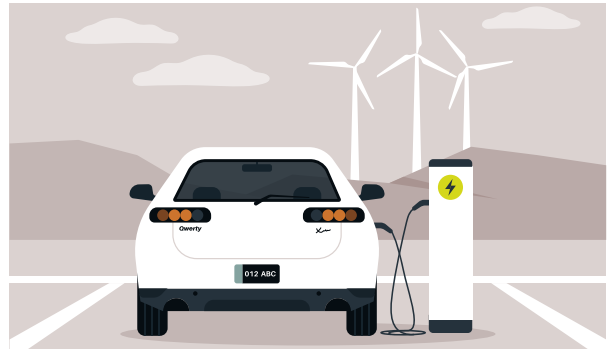
der Energiewende schlaglichtartig die schwierige Debatte auf, die sich in den kommenden Jahren sicher verschärfen wird. Verbraucher:innen, die aus der fossilen Gasheizung ausstiegen, z.B. um eine Wärmepumpe einzubauen, hatten für den Abbau ihres Gasanschlusses in Baden-Württemberg hohe Gebühren zu zahlen. Netzbetreiber haben die Kosten für eine Stilllegung oder den Rückbau eines Gaseinzelanschlusses massiv angehoben. Innerhalb der Bundesrepublik differieren die Preise der Netzbetreiber im Normalfall zwischen Null und 3.000 Euro, wobei in unserer Beschwerde-Hotline auch Werte von bis zu 6.000 Euro genannt wurden.

Im September 2024 erklärte der Mannheimer Energieanbieter MVV AG, bis 2035 aus der Gasversorgung auszusteigen. Als Alternativen werden die Bürger:innen auf Wärmenetze (Fern- und Nahwärme) und die Wärmepumpe verwiesen. Einer Anwendung von Wasserstoff erklärte die MVV eine Absage. Damit wurde vielen Verbraucher:innen bewusst, dass die Gasnetze Schritt für Schritt unwirtschaftlich und stillgelegt werden müssen. Verbraucher:innen werden deshalb in den nächsten Jahren gefordert sein, über den Umbau ihrer Haustechnik nachzudenken und sich darauf vorzubereiten, zukünftig ohne Gas, Öl und andere fossile Brennstoffe auszukommen.

Bedauerlich ist, dass durch das Zerschlagen der Ampelkoalition viele Gesetzesvorhaben, die die neue Ausrichtung und die Regulierung im Wärmesektor regulieren und lenken sollten, nicht mehr umgesetzt wurden. Das Jahr 2025 wird zeigen, wie es mit dem Umbau und dem Wechsel zu klimafreundlichem Heizen weiter geht.

Verkehrssektor

Zum Beginn des Jahres 2024 hat das kurzfristige Ende der Förderung von E-Fahrzeugen (Umweltbonus) bei uns zu einem enormen Anstieg der Beratungsanfragen und Beschwerden geführt. Das abrupte Aus der Förderung hatte einen Einbruch der Zulassungszahlen von batteriegestützten aber auch von hybriden Fahrzeugen zur Folge. Erst zur Jahreswende 2024/2025 haben sich die Zulassungszahlen wieder stabilisiert.



Photovoltaik

Der Boom beim Ausbau von PV-Anlagen hat auch 2024 angehalten. Die Ausbau-Leistung lag 2024 nochmal über dem bisherigen Rekordjahr 2023. Diese Erfolgsgeschichte hat auch ihre Schattenseiten. Weiterhin tummeln sich viele unseriöse Firmen auf dem Markt, die technisch unzureichende Anlagen bauen bzw. nicht fertig bauen. Die Gewährleistungsprobleme sind enorm. Hinzu kommt: 2024 haben sich trotz der „Goldgräberstimmung“ im Markt eine größere Zahl von Firmen vom Markt durch Geschäftsaufgabe oder Insolvenz verabschiedet. ■



FALL AUS DER BERATUNG

Wenn die Reparatur zur Dauerbaustelle wird

Frau L. ließ ihre defekte Waschmaschine von einem Händler reparieren. Bereits nach kurzer Nutzung traten die alten Mängel jedoch wieder auf. Der Händler reparierte erneut und stellte ihr die zweite Reparatur ebenfalls in Rechnung. Frau L. wollte die zweite Reparatur nicht bezahlen und suchte Rat bei der Verbraucherzentrale.

Die Rechtslage ist in diesem Fall eindeutig: Wer ein Gerät reparieren lässt, schließt mit dem Anbieter einen sogenannten Werkvertrag. Dieser verpflichtet nicht nur zu einer ordnungsgemäßen Durchführung der Arbeiten, sondern auch zu einem erfolgreichen Ergebnis. Tritt der gleiche

Matthias Bauer

Abteilungsleiter

Bauen, Wohnen, Energie



Defekt kurz nach der Reparatur wieder auf, liegt ein Mangel vor, der Kund:innen berechtigt, die Reparatur kostenlos nachbessern zu lassen.

Wichtig ist, den Mangel sofort zu melden und gut zu dokumentieren. Die Gewährleistungsfrist für Reparaturen beträgt 24 Monate, sie kann vom Händler allerdings vertraglich auf 12 Monate beschränkt werden.

Im Fall von Frau L. schrieb die Verbraucherzentrale den Händler an und stellte die Rechtslage klar. Mit Erfolg: Die zweite Rechnung wurde storniert und die Reparatur als kostenlose Nacherfüllung gewertet. ■

LEBENSMITTEL UND ERNÄHRUNG

THEMEN UND EREIGNISSE

Kunden-Apps im Lebensmittelhandel

Seit der hohen Inflation und den gestiegenen Lebensmittelpreisen achten Verbraucher:innen verstärkt auf Preisangebote und die Möglichkeit, Rabatte zu bekommen. Im Jahr 2024 haben allerdings auch die Beschwerden von Verbraucher:innen im Vergleich zu den Vorjahren deutlich zugenommen: Jede Woche erreichen uns Meldungen zu intransparenten Preisermäßigungen, die vor allem in Angebotsprospekten der Lebensmittelhändler beworben werden.

Kunden-Apps, die inzwischen fast jeder Lebensmittelhändler seiner Kundschaft anbietet, sind häufig Anlass für Ärger. Mit den Apps der Händler erhalten die Nutzer:innen oft günstigere Angebote, als Kund:innen ohne diese App. Die Apps und die damit verbundenen Rabatte werden seit 2024 verstärkt von den Händlern beworben. Menschen ohne Smartphone oder diejenigen, die ihre Daten nicht preisgeben wollen, fühlen sich diskriminiert.

Viele Verbraucher:innen beschwerten sich auch darüber, dass in den Angebotsprospekten nicht immer auf den ersten Blick ersichtlich ist, dass der Preisnachlass nur mit der Kunden-App gewährt wird. Hinzu kommt, dass der Preis, den Verbraucher:innen zahlen, wenn sie die App nicht nutzen, oft nicht angegeben wird oder intransparent als Streichpreis. Der Streichpreis sollte jedoch der günstigste Preis der letzten 30 Tage sein, auf den sich die prozentuale Ermäßigung beziehen muss.

Darüber hinaus meldeten uns Verbraucher:innen, dass manche Händler ihren Preisnachlass im Verhältnis zur unverbindlichen Preisempfehlung (UVP) angeben. Das ist unserer Ansicht nach auch nicht erlaubt.

Wir sind diesen Beschwerden nachgegangen und haben uns in einem kleinen Marktcheck alle Angebotsprospekte der bekannten Lebensmittelhändler angeschaut. Stellten wir Verstößen gegen die Preisangabenverordnung fest, leiteten wir rechtliche Schritte ein und mahnten die Unternehmen ab. Viele Verfahren wurden dadurch auf den Weg gebracht und sind derzeit noch anhängig.

Fake Werbung mit Promis

Im Jahr 2024 erreichten uns zahlreiche Beschwerden zu untergeschobenen Verträgen mit Nahrungsergänzungsmitteln, die scheinbar von Eckhart von Hirschhausen entwickelt und empfohlen wurden. Verbraucher:innen wurden auf Internetseiten gelockt, die den Seiten seriöser Medien täuschend ähnlich sahen. Auf diesen wurden angebliche Interviews oder Aussagen von Hirschhausen zu dem Produkt gezeigt. So erweckten die Abzocker den Eindruck, dass Dr. Eckart von Hirschhausen beispielsweise in einer ARD-Sendung mit Sandra Maischberger seine neuesten Forschungsergebnisse und ein daraus resultierendes Produkt vorstellt.



Screenshot einer Fake-News-Seite

Die Werbung veranlasste Verbraucher:innen, die angeblich von Dr. Hirschhausen entwickelten oder empfohlenen Produkte telefonisch zu bestellen. Die Zahlung sollte per Nachnahme erfolgen. Ein Widerruf war nicht möglich, denn die Verbraucher:innen bekamen keinerlei Kontaktdaten des Unternehmens und auch keine Widerrufsbelehrung. Der einzig verfügbare Kontakt war die Telefonnummer für die Bestellung. Stellten die Betroffenen im Anschluss fest, dass sie getäuscht wurden und wollten die Bestellung rückgängig machen, erreichten sie über die Nummer niemanden oder sie wurden abgewimmelt und das Gespräch wurde einfach abgebrochen.

Da diese Masche bundesweit beobachtet wurde, arbeiteten alle 16 Verbraucherzentralen gemeinsam an dem Thema. Sie sammelten über das Projekt „Faktencheck Gesundheitswerbung“ alle Beschwerden und informierten Verbraucher:innen über Pressemeldungen und Informationen auf der Homepage. Auch über die gemeinsame Internetseite Klartext Nahrungsergänzungsmittel wurden Warnungen veröffentlicht.

Lebensmittelwerbung für Kinder

Lebensmittel werden umgangssprachlich als Kinderlebensmittel bezeichnet, wenn sich die Aufmachung, Werbung oder Bezeichnung speziell an Kinder richtet. Doch sind diese Lebensmittel kindgerecht? Immer wieder erreichen uns Beschwerden, dass Kinderlebensmittel viel zu viel Zucker, Fett oder Salz enthalten und deshalb nicht als Kinderlebensmittel dargestellt werden sollten. Auf politischer Ebene war ein „Kinder-Lebensmittel-Werbegesetz“ geplant und wurde auch vorgelegt, es scheiterte jedoch an großem Widerstand, deshalb gibt es derzeit keine spezielle Regelung.

Es gibt allerdings eine Richtlinie der World Health Organisation (WHO), die ein bestimmtes Nährwertprofil für Lebensmittel vorgibt. Wenn dieses eingehalten wird, kann das Produkt auch als Kinderlebensmittel dargestellt werden.

Im Januar 2023 veröffentlichte Lidl seine Leitlinie „Neue Standards im Kindermarketing“ mit dem Versprechen, dass es keine Werbung mehr an Kinder für ungesunde Lebensmittel bei Eigenmarken geben soll. Bis Ende 2025 soll Kinderoptik ausschließlich auf Eigenmarken-Verpackungen, die die WHO-Richtlinien erfüllen, zu finden sein. Ausnahmen sind Saisonprodukte zu Weihnachten, Halloween und Ostern. Aldi Süd zog nach und formulierte sein Vorhaben zum Kindermarketing etwas weniger präzise: Besonderes Augenmerk liege auf der Rezeptoptimierung und der Einhaltung der WHO-Nährwertprofile für Kinderprodukte.

Andere Handelsunternehmen wie Rewe und Edeka gaben dagegen an, dass eine solche Anpassung an die WHO-Nährwertprofile schwer umsetzbar sei.

Uns interessierte, inwieweit Lidl und Aldi Süd ihre Versprechen umsetzen und schauten uns schon Ende 2023 vor Ort in den Filialen von Lidl und Aldi um. Im Jahr 2024 prüften wir die Produkte genauer und verglichen die Nährwerte der Kinderlebensmittel mit den Vorgaben der WHO. Das Fazit: Nur zwei der 152 erfassten Produkte erfüllten die WHO-Kriterien vollständig, alle anderen sollten somit nicht als Kinderlebensmittel dargestellt werden.

Aldi und Lidl veränderten bei manchen Produkten einfach die Optik, so dass es sich nicht mehr um Kinderlebensmittel handelt. Das Ziel die Nährwertprofile zu verbessern, kann so umgangen werden. Der Marktcheck wird 2025 veröffentlicht.



Herkunftskennzeichnung in der Fleischtheke

Die Herkunft von Lebensmitteln spielt für viele Verbraucher:innen eine große Rolle. Bei abgepacktem, unverarbeitetem Fleisch muss schon seit 2015 für alle Tierarten angegeben werden, wo die Tiere aufgezogen und geschlachtet wurden. In der Bedientheke allerdings war die Herkunft der Tiere – außer bei Rindfleisch – ein großes Fragezeichen.

Seit Februar 2024 gibt es eine neue Informationspflicht: Jetzt ist die Angabe der Aufzucht und Schlachtung bei unverpacktem und unverarbeitetem Fleisch von Schwein, Schaf, Ziege und Geflügel in der Fleisch-Bedienungstheke vorgeschrieben. Bei Fleisch aus der Bedientheke erfuhren Verbraucher:innen bislang nur bei abgepackter Ware, woher sie stammt.

Wir wollten wissen, ob diese neue Informationspflicht im Handel umgesetzt wird und machten im Februar 2024 eine Stichprobe in Metzgereien und Filialen des Lebensmittelhandels mit Fleischtheke. Das Ergebnis: In keiner der Metzgereien und keinem Lebensmittelgeschäft war die Herkunftsangabe transparent nachvollziehbar, in manchen war sie gar nicht vorhanden. Unsere Erkenntnisse übermittelten wir den zuständigen Behörden, die nun dazu angehalten sind, die richtige und vollständige Umsetzung der Informationspflicht zu kontrollieren, damit Verbraucher:innen verlässliche Informationen zur Fleischherkunft erhalten.

2025 werden wir den Marktcheck wiederholen, um zu erfahren, ob Unternehmen sich an die gesetzlichen Regelungen halten und Behörden dies auch kontrollieren.



AUS DER RECHTSDURCHSETZUNG

Tricks mit der Preisauszeichnung

Seit dem 28. Mai 2022 sind Anbieter verpflichtet, bei der Ankündigung von Preisermäßigungen, bei denen auf einen höheren oder bisherigen Preis Bezug genommen wird, auch den niedrigsten Preis der letzten 30 Tage für die beworbene Ware anzugeben.



Ausschnitt aus dem Aldi Süd Prospekt mit der beanstandeten Preisangabe.

Die Verbraucherzentrale ging im Jahr 2024 verstärkt juristisch gegen Preiswerbungen vor, mit denen Anbieter versuchten, dieser gesetzlichen Regelung ein Schnippchen zu schlagen – oder die Grenzen der gesetzlichen Vorgaben auszuloten.

Der Discounter Aldi Süd warb in einem Prospekt mit einem „Preis-Highlight“ für reduzierte Ananas. Dem reduzierten Preis (1,49 Euro) wurde ein durchgestrichener Preis (1,69 Euro) gegenübergestellt, auf den sich das „Preis-Highlight“ augenscheinlich beziehen sollte. Darunter war in kleiner Schrift zu lesen, dass der günstigste Preis der letzten 30 Tage bei 1,39 Euro lag. Ein „Preis-Highlight“ sieht unserer Meinung nach anders aus. Zwar hatte Aldi hier den günstigsten Preis der letzten 30 Tage angegeben, das reichte unserer Auffassung nach aber nicht aus. Weil Aldi nach unserer Abmahnung keine Unterlassungserklärung abgeben wollte, landete der Fall vor dem Landgericht Düsseldorf (Aktenzeichen 38 O 182/22). Das Gericht beschloss am 19. Mai 2023, den Fall direkt dem Europäischen Gerichtshof vorzulegen, damit die aufgeworfenen rechtlichen Fragen grundsätzlich geklärt werden: Muss sich ein Händler bei der Bewerbung einer Preisermäßigung auf den günstigsten Preis der letzten 30 Tage beziehen?

Der EuGH (Aktenzeichen EuGH C-330/23) entschied am 26. September 2024 schließlich in unserem Sinne, das Landgericht Düsseldorf verurteilte Aldi Süd anschließend antragsgemäß (Urteil vom 31. Oktober 2024, Az. 38 O 182/22, nicht rechtskräftig). Nach diesem Urteil gingen wir gegen weitere Verstöße von rechtswidrigen Preisangaben vor. ■

FALL AUS DER BERATUNG

Werbung mit falschen Rabatten

Herr Ö. fühlte sich von einer Rabattwerbung auf einer Kaffeepackung der Tchibo GmbH getäuscht und beschwerte sich bei der Verbraucherzentrale. Die wertete den Fall als irreführend und klagte gegen den Anbieter.

Als Herr Ö. beim Einkaufen die neon-leuchtenden Aufkleber auf den Kaffeepackungen sah, die mit 3 Euro Rabatt im Supermarkt warben, freute er sich über das Angebot und nahm zwei Packungen mit zur Kasse. Doch da wurde der übliche Preis berechnet, von einem Angebot war nichts bekannt. Gemeinsam mit der Kassiererin machte er sich auf die Suche nach den Bedingungen für das „Angebot“.

Heike Silber

Abteilungsleiterin

Lebensmittel und Ernährung



Die offenbarten sich erst nach Abziehen des Rabattaufklebers: Die Ermäßigung galt nur bei Kauf bestimmter Produkte, Kaffee ausgenommen. Herr Ö. fühlte sich getäuscht, schließlich hat er die zwei Packungen nur wegen der vermeintlichen Vergünstigung überhaupt erst kaufen wollen. Die Verbraucherzentrale prüfte nach Beschwerde durch Herr Ö. die Werbeaktion und mahnte Tchibo wegen Irreführung ab. Da Tchibo keine Unterlassungserklärung abgeben wollte, landete der Fall vor Gericht. Nach Urteil zugunsten der Verbraucherzentrale (noch nicht rechtskräftig) bekommt Herr Ö. den Kaffee zwar nicht zum ermäßigten Preis, doch Tchibo darf künftig nicht mehr in dieser Weise irreführend werben. ■

VERSICHERUNGEN, PFLEGE, GESUNDHEIT



THEMEN UND EREIGNISSE

Berufsunfähigkeitsversicherung

Seit vielen Jahren ist die umfangreiche Beratung rund um das Thema Berufsunfähigkeitsversicherung die am meisten nachgefragte Beratung in der Abteilung Versicherungen, Pflege, Gesundheit – so auch 2024. Seit vielen Jahren macht die Verbraucherzentrale auf die Bedeutsamkeit des Themas aufmerksam.

Die Bedeutung der Beratung zeigt sich daran, dass es um die Absicherung eines regelmäßig sehr hohen finanziellen Risikos geht. Und auch daran, dass eine Vielzahl möglicher Versicherungstarife mit vielen Dutzend Kriterien zur gewünschten Leistungshöhe, den beruflichen Gegebenheiten, dem konkreten Absicherungsumfang unter Betrachtung möglicher Lebensentwicklungen daraufhin zu beleuchten sind, wie gut sie dem individuellen Bedarf der Ratsuchenden entsprechen. Schubladenempfehlungen verbieten sich. Entscheidend ist die Ausrichtung am individuellen Bedarf – da sonst gefährliche Absicherungslücken auf der einen Seite bestehen können oder auf der anderen Seite Tarife abgeschlossen werden, die teurer sind als notwendig. Diese Infos bekommen Verbraucher:innen in unserer Beratung und auch das Rüstzeug, um über den Versicherungsvertrieb einen verbraucherorientierten Abschluss zu bewerkstelligen.

Krankenversicherung:

Privat oder gesetzlich versichern?

Die verpflichtende Krankenversicherung gehört zur grundlegenden Versorgung in Deutschland. Dabei gibt es zwei verschiedene Systeme: die gesetzliche (GKV) und die private Krankenversicherung (PKV). Beide unterliegen unterschiedlichen Regeln aus dem Sozial- und Zivilrecht. Weil es so viele verschiedene Regelungen und Gesetze gibt, fällt es vielen Menschen schwer, die passende Krankenversicherung für ihre persönliche Situation zu finden.

Das gilt zum einen für die Verbrauchergruppen, die eine Wahl zwischen der PKV und der GKV direkt haben. Aber auch für Verbraucher:innen, die zum Beispiel als unselbstständig Arbeitende mit nicht überdurchschnittlichem Einkommen die Wahl zwischen Angeboten der PKV und GKV nicht haben, stellt sich die Frage, ob sie zusätzlich zu den Leistungen ihrer GKV private Zusatzkrankenversicherungen abschließen

möchten, um auf ein der PKV vergleichbares Leistungsniveau zu kommen. Die Verbraucherzentrale half in diesen Fragen mit unabhängiger Information und Beratung, eine bedarfsorientierte Entscheidung zu treffen.

Priorisierung bedarfsgerechten Versicherungsschutzes

Entscheidend für Verbraucher:innen ist nicht nur, dass es einen breiten Wettbewerb unter Versicherern innerhalb der einzelnen Sparten mit einer großen Palette von Versicherungsangeboten gibt. Sondern auch und gerade, dass Verbraucher:innen ihren eigenen Absicherungsbedarf über die Gesamtheit möglicher Sparten einschätzen und reflektieren können. Zwar kann jede Versicherungssparte unter Umständen nützlich sein – die Frage ist jedoch, wie alles finanziert werden kann. Daher ist entscheidend, dass Verbraucher:innen ihrem Bedarf entsprechenden Priorisierungen der abzusichernden Risiken anstellen. Und dann im zweiten Schritt eine dieser Priorisierung entsprechende Auswahl unter Versicherungssparten und konkreten Versicherungstarifen vornehmen. Doch weder Versicherungsvertrieb noch gesetzliche Grundlage haben die erste Stufe der Priorisierung von Versicherungssparten auf Basis individueller Absicherungsbedarfe im Fokus. Das ist Grundlage für teils dramatische Fehlentschlüsse, für die Verbraucherzentrale erkennbar an Verbraucheraussagen in Beratungen, dass wichtige Sparten kaum mehr zu finanzieren seien – weil die bereits bestehenden Verträge zur Absicherung unbedeutender Risiken viel kosten. Daher hat sich die Verbraucherzentrale diesem Problem in einer eigenen Beratung „Risiken erkennen und bezahlbar versichern“ angenommen, die von Verbrauchern gut nachgefragt wurde und die sowohl individuellen Verbrauchernutzen bietet als auch den Anspruch hat, Blaupause für private Anbieter sein zu können.

E-Rezept

Zu Beginn des Jahres 2024 wurde das elektronische Rezept (E-Rezept) für alle gesetzlich Versicherten verpflichtend eingeführt – ein Schritt im Bereich der Digitalisierung des Gesundheitswesens. Verbunden über die Telematikinfrastruktur stellen Praxen und Krankenhäuser Rezepte elektronisch aus, gespeichert auf einem zentralen, geschützten Server, worauf Apotheken dann zugreifen. Insbesondere zu Beginn des Jahres meldeten Verbraucher:innen diesbezüglich Probleme. Beklagt wurde vor allem, dass elektronische Rezepte beim Einlösen direkt nach dem Arztbesuch noch nicht auf dem Server vorhanden waren. Hintergrund dafür war, dass Ärzte die Rezeptaussstellung teils nicht nach jeder Behandlung für die

18 | Aus den Abteilungen und Projekten

jeweiligen Patient:innen vornahmen, sondern mehrere Rezepte gebündelt elektronisch ausstellten. Wenn eine Praxis nur zur Mittags- und Abendzeit diesen Vorgang durchführte, konnte die Apotheke diese Informationen direkt nach dem Arztbesuch noch nicht haben. Wir informierten Verbraucher:innen über die Hintergründe und erläuterten Möglichkeiten, diese Probleme zu vermeiden.

Elektronische Patientenakte

Die schon seit 2021 für alle interessierten Verbraucher:innen bei allen Krankenkassen erhältliche Elektronische Patientenakte (EPA) wurde gesetzgeberisch verändert und für den Start im Jahr 2025 vorbereitet: Die EPA sollte ab 2025 verpflichtend für alle gesetzlich Krankenversicherten werden, für privat Krankenversicherte galt eine solche Verpflichtung nicht. Gesetzlich Versicherte, die keine EPA nutzen wollen, konnten und können widersprechen, dann wird diese Akte nicht angelegt und bei nachträglichem Widerspruch rückwirkend gelöscht. Ohne Widerspruch sollten aus der EPA auch Daten für Forschungszwecke an berechnigte Kreise wie Universitäten und Pharmaunternehmen weitergegeben werden.

Verbraucher:innen wandten sich 2024 mit verschiedenen Befürchtungen an uns, manche waren auch verärgert, dass sie den Widerspruch aktiv einlegen mussten. Die Verbraucherzentrale informierte die Ratsuchenden über die Chancen, Nutzen und individuellen Risiken der EPA.

Scharlatane im Gesundheitsbereich

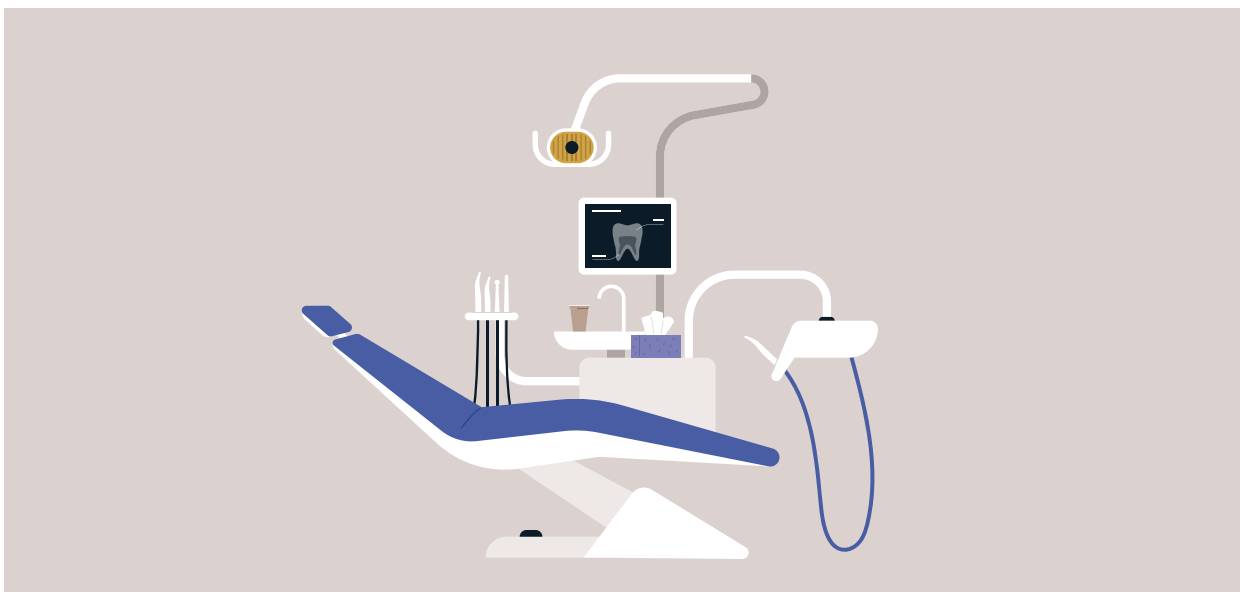
Auch im Jahr 2024 waren wettbewerbswidrige und verbraucherfeindliche Aktivitäten von Anbietern im Gesundheitsbereich ein wichtiges Themengebiet.

Wichtig ist das Thema vor allem deshalb, weil das aufdringliche und manipulative Verhalten unseriöser Anbieter nicht nur zu finanziellen Verlusten, sondern auch zu gesundheitlichen Nachteilen führen kann, wenn Betroffene den Versprechungen glauben und sich mehr auf diese verlassen als auf schulmedizinische Erkenntnisse.

AUS DER RECHTSDURCHSETZUNG

Edelsteinbänder mit angeblicher gesundheitlicher Wirkung

Ein wichtiger gesetzlicher Rahmen für Anbieter ist im Bereich Gesundheit das Heilmittelwerbegesetz. Dieses untersagt Werbung für gesundheitsorientierte Angebote mit einer therapeutischen Wirksamkeit, die nicht besteht. Ein Verbraucher machte uns auf einen Anbieter aufmerksam, der auf seiner Internetseite eine Reihe von Edelsteinarmbänder anbot. Diese bewarb er damit, dass sie gesundheitliche Wirkungen hätten und beispielsweise das Immunsystem unterstützen, Entzündungen mildern und das Nervensystem stabilisieren könnten. Auch könne durch die Armbänder Ermüdung beseitigt und dem Alterungsprozess entgegengewirkt werden. Für diese Behauptungen gibt es keinen wissenschaftlichen Beleg, die Wirkungen bestehen nicht, der Anbieter warb daher irreführend. Er erfand jedoch nicht nur die therapeutischen Wirkungen, er erklärte auf seiner Internetseite sogar selbst, dass es keine Belege für die von ihm seinen Edelsteinarmbändern zugeschriebenen Eigenschaften gebe. Er wurde abgemahnt und gab eine Unterlassungserklärung ab.



Reiseversicherung – BD24 Berlin Direkt Versicherung AG

Bereits Ende 2023 erging vor dem Bundesgerichtshof in einem Verfahren, das wir gegen die BD24 Berlin Direkt Versicherung AG geführt hatten, ein Anerkenntnisurteil (I ZR 38/24). In dem Fall ging es darum, dass wir die Gestaltung eines Buchungsvorganges auf einer Webseite eines Reisevermittlungsportals bemängelten. Der Grund: Wenn Verbraucher:innen dort den Button mit der Aufschrift „jetzt kaufen“ betätigten, schlossen sie sowohl die kostenpflichtige Buchung einer Reise als auch einen Reise-Versicherungsvertrag von einer unbestimmten, mindestens einjährigen Dauer ab. In den weiteren Vertragsjahren sollte der Vertrag außerdem deutlich teurer werden. Der BGH nahm bei seiner Entscheidung besonders den Versicherer in die Pflicht: Wird eine Reiseversicherung im Internet abgeschlossen, darf dieser Vertrag nicht mit einem einheitlichen Button gemeinsam mit der Reiseversicherung

abgeschlossen werden. Es muss klar erkennbar sein, dass ein Versicherungsvertrag geschlossen wird. Damit hat der BGH dem „Versicherungsabschluss im Vorübergehen“ eine deutliche Absage erteilt.

Doch auch 2024 beschäftigte uns die BD24 Berlin Direkt Versicherung AG: In einem weiteren Verfahren hatten wir beanstandet, dass die Sonderkündigung eines Verbrauchers, die von diesem nach einer Preiserhöhung vorgenommen worden war, von dem Versicherungsunternehmen ignoriert und stattdessen eine Beendigung des Vertragsverhältnisses erst zum Ablauf des Folgejahres bestätigt wurde. Das Landgericht Berlin II bestätigte unsere Rechtsauffassung und verurteilte das Versicherungsunternehmen. Wenn eine Preiserhöhung bei einem Versicherungsvertrag angekündigt wird, dann haben Verbraucher:innen ein Sonderkündigungsrecht (LG Berlin II, Az. 102 O 47/24, nicht rechtskräftig). ■



FALL AUS DER BERATUNG

Kfz-Haftpflichtversicherungsvertrag heimlich gekündigt

Ohne eine Information oder eine Mahnung kündigte der Versicherer von Herrn P. dessen Kfz-Versicherungsvertrag. Jedenfalls erreichte Herrn P. dazu keine Nachricht. Er erfuhr daher erst ungefähr sechs Wochen nach Ende des gekündigten Versicherungsvertrages, dass dieser überhaupt gekündigt worden war.

Zudem meldete der Versicherer dem zuständigen Landratsamt, dass kein Versicherungsverhältnis mehr bestehe. Da jede:r Fahrzeughalter:in jedoch eine solche Kfz-Haftpflichtversicherung haben muss, ordnete das Landratsamt die sofortige Betriebsuntersagung wegen fehlender gültiger Versicherungsbestätigung an – Herr P. durfte mit seinem Auto nicht mehr am öffentlichen Straßenverkehr teilnehmen. Außerdem wurde diese Information an das elektronische Informationssystem der Polizei übermittelt.

Herr P. wandte sich mit der Bitte um Beratung an die Verbraucherzentrale. Auf Basis der uns vorliegenden Informationen hatte er weder eine Mahnung über den nach Ansicht des Versicherers ausstehenden Betrag noch die Versicherungsvertragskündigung erhalten.

Es ging bei der Mahnung nur um einen sehr geringen Betrag von unter 50 Euro. Entstanden war diese Zahlungs-

Dr. Peter Griebel

Abteilungsleiter

Versicherung, Pflege, Gesundheit



verpflichtung durch eine Änderung in der Einstufung bezüglich des Schadensfreiheitsrabatts durch den Versicherer. Diese geänderte Einstufung war aufgrund verspäteter Informationen des Vorversicherers vorgenommen worden. Wir informierten Herrn P. über die Voraussetzung für die Kündigung durch einen Versicherer. Vor einer Kündigung muss der Versicherte von seiner Versicherung in einer qualifizierten Mahnung zur Zahlung aufgefordert werden.

Da Herr P. auf sein Auto angewiesen war, um zu seiner Arbeit zu kommen, schlugen wir ihm vor, ein Verfahren der außergerichtlichen Rechtsbesorgung durchzuführen. Wir schrieben den Versicherer an, teilten diesem den Sachverhalt und unsere rechtliche Beurteilung mit und forderten ihn auf, die Kosten für seine unberechtigten Aktionen zu übernehmen – insbesondere die Kosten wegen der Abmeldung des Fahrzeugs durch das Landratsamt.

Der Versicherer ignorierte unser Schreiben zunächst. Auf unsere Nachfrage antwortete das Unternehmen lediglich mit einigen Beschreibungen der Situation, ohne auf die nicht qualifizierte Mahnung näher einzugehen. Nach weiterem Nachhaken erklärte er sich schließlich bereit, die entstandenen Kosten zu ersetzen. ■

TELEKOMMUNIKATION, INTERNET, VERBRAUCHERRECHT

Telekommunikation und Digitales

Jede vierte Beschwerde betraf 2024 die Themen Telekommunikation und Digitales. Im Bereich Internetzugang entfallen rund ein Viertel aller Beschwerden auf Glasfaserverträge. Ärgerlich ist für viele Betroffene hier, dass sie diese Verträge vor zwei bis drei Jahren abgeschlossen haben, aber bis zum heutigen Tage nicht beliefert werden. Aus diesem Grund erklären Betroffene die Kündigung ihres Glasfaservertrages zum Ende der Mindestlaufzeit (in der Regel zwei Jahre). Da jedoch noch keine Belieferung stattgefunden hat, sehen Anbieter den Vertragsbeginn erst ab dem Zeitpunkt der Belieferung. Nach unserer Auffassung beginnt der Vertrag jedoch bereits mit Abschluss. Da Laufzeitverträge aber maximal 24 Monate Laufzeit haben dürfen, versuchen Anbieter den Vertragsbeginn als aufschiebende Bedingung zum Zeitpunkt der eigentlichen Belieferung zu sehen. Da die Belieferungszeitpunkte meist nicht absehbar sind, ist diese Situation für viele Haushalte untragbar. Vertragskündigungen führen hier oft zum Streit mit dem Anbieter.

Im Mobilfunkbereich kommt es häufig zu Streit über Vertragslaufzeiten oder nicht akzeptierte Kündigungen. Aufgrund der zunehmenden Digitalisierung ist auch die Zunahme von Beschwerden zu Streaming/Download und Digitale Diensten zu erklären.

Beschwerden über 1N Telecom reißen nicht ab

Auch 2024 hielten die Beschwerden über den Anbieter 1N Telecom unvermindert an. Während das Unternehmen in den Anfangszeiten vermehrt Werbebriefe per Brief verschickt hatte, werden mittlerweile Adressdaten über Gewinnspiele und Umfragen, insbesondere im Social Media-Bereich, generiert. Betroffene erhalten dann neben der Bestätigung der Gewinnspielteilnahme auch Unterlagen über einen angeblich abgeschlossenen Vertrag.

Daneben kommen verstärkt Verbraucherbeschwerden auf, bei denen Betroffene überhaupt keinen Kontakt zur 1N Telecom hatten und auch nicht an Gewinnspielen oder Umfragen teilgenommen haben. Dennoch sehen sie sich mit Rechnungen beziehungsweise Inkassoforderungen konfrontiert. Hintergrund ist wohl, dass der Anbieter an Adressdaten gelangt ist, die er nutzt, um solche Schreiben zu versenden.

Die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg ist deutschlandweit führend hinsichtlich von juristischen Verfahren

gegen diesen unseriös arbeitenden Anbieter. Zahlreiche Verfahren wurden initiiert und teilweise bereits erfolgreich abgeschlossen.

Die Beschwerden und Verfahren zeigen deutlich: Das gesamte Geschäftsgebaren des Anbieters zielt nicht darauf ab, Telekommunikationsleistungen zu erbringen, sondern nur Geld durch Schadensersatzforderungen einzunehmen. Nach eigener Aussage des Anbieters hat dieser durch seine Werbeaktionen bereits einen dreistelligen Millionenbetrag eingenommen.

Verbraucher:innen müssen besser vor ungewollten Vertragsschlüssen geschützt werden. Anbieter wie 1N Telecom machen sich hier mehrere Regelungslücken zu Nutze. Zum einen wurden Betroffene in der ersten Werbewelle ohne ihre Zustimmung angeschrieben oder angerufen. Zwar verbietet die Datenschutzgrundverordnung eine Kontaktaufnahme ohne Einwilligung, dennoch hat dies nur datenschutzrechtliche Auswirkungen. Ein Vertrag kann trotzdem rechtsgültig zustande kommen.

Auf der anderen Seite ist die Aufsicht über unseriös arbeitende Telekommunikationsunternehmen nur unzureichend. Die Gewerbeaufsicht möchte in diesem Fall erst tätig werden, wenn mehrere rechtskräftige Urteile gegen die Firma ergangen sind. Dagegen sieht sich die Bundesnetzagentur nur dann aufsichtspflichtig, wenn es Probleme bei der Erbringung von telekommunikationsrechtlichen Leistungen gibt. Das unzulässige Zustandekommen oder Behaupten von Verträgen hat für vermeintlich zuständige Akteure nur Relevanz hinsichtlich individualrechtlicher Ansprüche.

Es zeigt sich jedoch, dass eine Vielzahl von Betroffenen selbst gegen das Unternehmen vorgehen muss. Und die Abzockmasche kann weiter betrieben werden.

Glückspiel/Gewinne/Lotterie

Seit Jahren werden Verbraucher:innen über das Telefon oder das Internet in Glückspiel- oder Gewinnabos gelockt. Das Problem sind vor allem ungewollte Telefonanrufe, die zu nutzlosen Aboverträgen mit hohen Kosten führen. Vielen Angerufenen ist oft nicht bewusst, dass sie ein kostenpflichtiges und langfristiges Abo abschließen. Teilweise werden Betroffene angerufen und die Abzocker geben ein bestehendes Abo vor. Gegen Zahlung einer dreimonatigen Mitgliedschaftsgebühr würde dann der Abovertrag gekündigt werden. Im Jahr 2024 waren hier 1.403 Beschwerden zu verzeichnen.

Unseriöses Coaching

2024 zeichnete sich über Social Media ein neuer Trend ab: unseriöse Coaching-Angebote. Betroffene berichten, dass sie über das Internet beziehungsweise Social Media Plattformen auf Coaching-Angebote gestoßen sind, die ihnen beruflichen Erfolg und Reichtum durch Trading versprechen. Um die Geheimnisse des Erfolges erlernen zu können, werden Betroffene in mehrere tausend Euro teure Coaching-Verträge gelockt. Die Coaches behaupten hierbei oft keinen Vertrag mit Verbraucher:innen, sondern mit Selbständigen geschlossen zu haben, um so das Widerrufsrecht für Verbraucher:innen auszuhebeln. Die Coaching Verträge selbst sind qualitativ schlecht. Es findet meist kein echtes Life Coaching statt, oft erhalten die Personen, die das Coaching gebucht haben, nur ein allgemeines Online-Coaching oder Videos mit Vorträgen. Die gesamte „Ausbildung“ hat selten einen Mehrwert.

Unnütze Dienstleistungen

In diesen Bereich fallen vor allem Dienstleister auf, die sich mit ihrem „Angebot“ und ihrem Auftreten an offizielle staatliche Stellen oder die Deutsche Post anlehnen. Diese unseriösen Dienstleister haben Internetseiten, welche den Originalanbieterseiten täuschend ähnlich sind. Insofern bemerken Betroffene nicht, dass sie ihren Nachsendeauftrag nicht bei der Deutschen Post, ihren Rundfunkbeitrag nicht beim Rundfunkservice, oder Behördenauskünfte nicht bei ihrem zuständigen Amt beantragt haben, sondern bei einem unseriösen Dienstleister. Diese verlangen dann für das automatisierte Weiterleiten der Anfrage entsprechend hohe Kosten. Manche Anbieter sind jedoch besonders dreist und bieten noch nicht einmal eine Weiterleitung an. Die einzige Dienstleistung besteht dann in einer Information auf der Internetseite bzw. in nutzlosen Informationen, die per E-Mail an die Betroffenen verschickt werden. Insofern zahlen Betroffene hohe „Gebühren“ für einen unnötigen Service und erhalten am Ende noch die Rechnung des eigentlichen Anbieters.

Fake-Shops

Die Beschwerdezahlen zu Fake-Shops steigen weiterhin jährlich an. Bei Fake-Shops sind zwei Arten von Abzockmaschen zu unterscheiden: zum einen finden sich im Netz zahlreiche Shops, die keine Waren verschicken oder gefälschte Waren anbieten. Dagegen werben sogenannte China-Shops mit hochwertigen Produkten, versenden jedoch nur billigen Ramsch. Eine Kontaktaufnahme – selbst bei Rücksendung der Waren nach China – bringt keinen Erfolg: Das einmal bezahlte Geld ist verloren. Auffällig gerade bei diesen China-Shops ist, dass viele junge Menschen über Social Media auf die Shops stoßen bzw. über Plattformen wie Temu oder Shein Einkäufe tätigen und dann minderwertige Waren erhalten. Auch gestalten viele dieser Shops ihre Internetseiten als „deutsche Qualitätslabel“ mit jahrelanger Familientradition. Betroffene erhalten auch in diesen Fällen nur wertlose Ramschware.

Das Problem der Fake-Shops bei großen Plattformen könnte durch eine echte Plattformhaftung gänzlich verschwinden. Viele Menschen sehen Plattformen wie Amazon, Temu, Shein, Booking.com oder Opodo als ihren eigentlichen Vertragspartner an. Bei Problemfällen verweisen diese dann aber auf ihre Vermittlerrolle und schieben die Verantwortlichkeit auf die bei ihnen gelisteten Shops. Dieser Umstand ist nicht hinnehmbar, da die Plattformen als Vertragspartner wirken. Sie sind dabei die großen wirtschaftlichen Profiteure, ohne wirtschaftliches und haftungstechnisches Risiko. Insofern wäre es zwingend notwendig, diese eigentlichen Profiteure entsprechend in die Haftung zu nehmen. Würden Plattformen wie ein direkter Vertragspartner mit den entsprechenden Haftungsrisiken behandelt, würden sie ihre Shops und Partnerunternehmen besser und häufiger kontrollieren. Dies würde zu einer natürlichen Regulierung und gerechten Risikoverteilung zum Wohle der Verbraucher:innen führen.

Hauptbeschwerdegründe

Der Schwerpunkt der Beschwerden im Bereich der Vertragsabwicklung liegt bei Lieferungs- und Leistungsstörungen sowie der Gewährleistung. Bemängelt wird häufig, dass keine, nur eine unvollständige Lieferung/Leistung vorliegt oder aber die Lieferung/Leistung verspätet erfolgt ist.

Bei der Abwicklung von Gewährleistungsfällen erheben insbesondere Onlineanbieter teilweise Zusatzkosten oder verzögern die Abwicklung. Sehr häufig wird aber auch die Gewährleistung gänzlich verweigert. Im Ganzen ist festzustellen, dass Betroffene nach wie vor Schwierigkeiten haben Gewährleistungs- oder aber auch Garantierechte durchzusetzen. Dieses Problem betrifft vornehmlich Onlinehändler, deren Geschäftsmodell primär auf den Verkauf, nicht auf die Kundenbetreuung in Gänze ausgelegt ist.

Die Hauptbeschwerdegründe bei der Vertragsbeendigung liegen beim Rücktritt, der Kündigung durch Verbraucher:innen und dem Widerruf.

Im Bereich der Vertragsanbahnung fällt besonders auf: In den meisten Fällen liegt keine eindeutige Zustimmung zum Vertragsabschluss vor. Die Vielzahl an Beschwerden über untergeschobene Verträge zeigt, dass Verbraucherinnen und Verbraucher noch besser vor solchen ungewollten Vertragsabschlüssen geschützt werden müssen.

Ein zentrales Problem: Menschen werden oft ohne vorherige Zustimmung zu Werbezwecken kontaktiert – zum Beispiel per Telefon. Dabei kommt es oft dazu, dass sie unbeabsichtigt Verträge abschließen. Die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) erlaubt zwar in bestimmten Fällen Werbung als „berechtigtes Interesse“ (Erwägungsgrund 47 Satz 7).

22 | Aus den Abteilungen und Projekten

Allerdings wird dabei nicht berücksichtigt, woher die verwendeten Daten stammen und ob die betroffene Person vorher eingewilligt hat.

Viele Firmen kaufen große Datenmengen und nutzen diese für unerwünschte Werbeanrufe. So kann es passieren, dass Menschen ohne Einwilligung kontaktiert werden – und dabei in Verträge hineingezogen werden, die sie gar nicht wollten.

Eine rechtlich saubere Lösung wäre: Wer keine ausdrückliche Einwilligung gegeben hat, darf auch nicht kontaktiert werden. Und wenn es dennoch zu einem Vertrag kommt, sollte dieser automatisch ungültig sein.

Eine Gesetzesänderung ist hier zwingend notwendig. Zwar mag eine Bestätigungslösung in Textform ein erster Schritt zu einem besseren Verbraucherschutz sein, doch gerade dies bietet unseriösen Anbietern erneut die Möglichkeit Verträge zu behaupten: die Bestätigung in Textform erlaubt eine Online-Bestätigung durch Drücken eines Buttons. Je nach Gestaltung der Anbietermail werden Betroffene ungewollt zum Drücken bestimmter Schaltflächen verleitet (Stichwort: Dark Patterns), oder aber Schaltflächen durch Anbieter selbst bedient. Insofern kann eine verbraucherschützende Lösung nur eine schriftliche Bestätigungslösung mit Unterschrift sein.

Da Firmen Verbraucher:innen häufig ohne Einwilligung kontaktieren und bei schon existierenden Bestätigungslösungen (bspw. bei Telekommunikationsverträgen) der Missbrauch durch unseriöse Anbieter zu leicht möglich ist, sollte zusätzlich bereits die Erlaubnis der Kontaktaufnahme entscheidend für einen wirksamen Vertrag sein.

Bundesweite Schuldnerberatungswoche 2024

Nach der erfolgreichen bundesweiten Schuldnerberatungswoche 2023, gab es eine Neuauflage der beliebten Online-veranstaltungsreihe. Drei Schulungstermine hat die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg übernommen und dabei 260 Multiplikator:innen aus dem Bereich der Schuldnerberatungen zum Thema „Paypal, Klarna & Co.“ geschult.

Online-Reihe Smart Surfer

In Zusammenarbeit mit der Landesanstalt für Kommunikation, dem Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz und der Verbraucherzentrale fand im Herbst 2024 erneut die Online-Veranstaltungsreihe „Smart Surfer“ statt. Ziel des Projektes ist es, ältere Menschen ab 50 in der Anwendung des Internets zu stärken.

Durch die Veranstaltungsreihe wurde insbesondere bei Multiplikator:innen auf das Projekt aufmerksam gemacht. Die zum Vorjahr noch einmal deutlich gestiegenen Teilnehmerzahlen zeigen, dass es notwendig und sinnvoll ist, auch älteren Menschen die wichtigsten Themen des Internets näher zu bringen. Insgesamt nahmen 1.150 Personen (2013: 445) an der Onlinereihe teil. Auf reges Interesse stießen die Vorträge „Sicher im Internet“ (132), Digitalisierung im Gesundheitswesen (132), Digitaler Nachlass (195), Künstliche Intelligenz (299) und Elektronische Patientenakte (392).

WVS: Woche der Vorsorge

Im Rahmen der bundesweiten Vorsorgeweche (7. bis 10. November 2024) wurden von der Abteilung Telekommunikation, Internet, Verbraucherrecht, drei Online-Seminare zum Thema „Digitaler Nachlass & Digitale Vorsorge“ angeboten. Neben den drei Fachvorträgen erhielten die zahlreichen Interessierten ein ausführliches Handout. Insgesamt nahmen bei den drei Terminen 511 Personen teil. ■

FALL AUS DER BERATUNG

Händler behebt Mangel nicht

Frau M. kaufte sich einen E-Roller, der nach kurzer Zeit nicht mehr funktionierte: Ein Wackelkontakt verhinderte das Laden des Akkus. Sie wandte sich an den Online-Händler. Im Rahmen der Hersteller-Garantie bot dieser einen Austausch des Akkus an, aber nur bei einer Eigenbeteiligung von über 500 Euro. Frau M. sah das nicht ein und meldete sich bei der Verbraucherzentrale. Diese gab ihr Recht: Für Mängel, die in den ersten zwei Jahren ab Kauf entstehen, ist nicht der Hersteller, sondern der Verkäufer der richtige Ansprechpartner. Dieser ist im Rahmen der gesetzlichen

Gewährleistung verpflichtet, Abhilfe zu schaffen. Garantie ist lediglich eine freiwillige Leistung des Herstellers. Mit einem Musterbrief der Verbraucherzentrale schrieb Frau M. an den Händler, machte einen Anspruch auf Nacherfüllung geltend und setzte eine Frist zur Reparatur. Der Verkäufer weigerte sich, mit einem weiteren Schreiben erklärte Frau M. daraufhin den Rücktritt vom Kauf. Denn wird ein Mangel nicht behoben, steht es Verbraucher:innen grundsätzlich zu, vom Kauf zurückzutreten. Der Händler lenkte ein und erstattete ihr den gesamten Kaufpreis. ■

Oliver Buttler
Abteilungsleiter

Telekommunikation, Internet, Verbraucherrecht



VERBRAUCHERBILDUNG

Schulische Verbraucherbildung

Für Schüler:innen als angehende vollgeschäftsfähige Verbraucher:innen ist es wichtig, dass sie ihr Wissen um Unterstützungsangebote ausbauen können. 2024 haben wir daher einen Schwerpunkt unserer Arbeit auf unseren Schüler:innen-Workshop „Stadtrallye Verbraucherzentrale“ gelegt. Bei der Stadtrallye lernen die Schüler:innen spielend die Verbraucherzentrale als eine Institution kennen, die sie auf vielfältige Weise als Verbraucher:innen unterstützt. Der Workshop wurde von Lehrkräften und auch von außerschulischen Bildungseinrichtungen intensiv nachgefragt, da er eine zielführende Ergänzung zum Unterricht darstellt und Wissen erlebnisorientiert vermittelt. Für die Stadtrallye haben wir nun begleitendes Unterrichtsmaterial erstellt. Anhand dieses Materials können Jugendliche ihr Wissen über die Verbraucherzentrale, deren Rolle in der sozialen Marktwirtschaft und deren Aufgaben derart vertiefen, dass sie die Verbraucherzentrale in ihre Entscheidungsfindungen mit einbeziehen können.

Darüber hinaus haben wir unser Workshopangebot um das Thema „Werbung und Influencer:innen“ erweitert. Diesen Workshop werden wir um Unterrichtsmaterial zu Finfluencer:innen ergänzen.

Unsere Unterrichtsmaterialien zur Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung stießen auch 2024 auf großes Interesse. Darüber hinaus haben wir mit der Erstellung von Unterrichtsmaterialien begonnen, die für den Einsatz an beruflichen Schulen geeignet sind. Die ersten Veröffentlichungen sind für Anfang 2025 geplant.

Kooperationen

Unsere Kooperation mit dem Volkshochschulverband Baden-Württemberg und der Evangelischen Landesarbeitsgemeinschaft der Familien-Bildungsstätten in Württemberg (LEF)

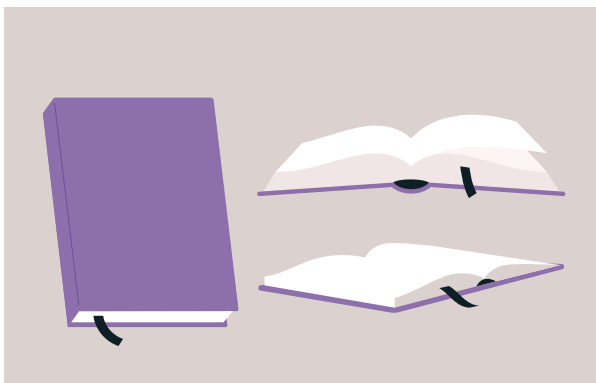
konnten wir 2024 erfolgreich fortführen. Ein besonderes Highlight war unsere gemeinsame Präsentation auf dem „Festival für Finanzbildung“ der Nationalen Strategie für Finanzbildung am 15. Oktober in Berlin. Im Rahmen der Präsentation haben wir unsere gemeinsame Arbeit für ein Fortbildungskonzept für Dozent:innen in der Finanzbildung vorgestellt. Mit diesem Konzept wollen wir sicherstellen, dass Finanzbildung in der Erwachsenenbildung von anbieterunabhängigen Dozent:innen durchgeführt wird.

Zudem konnten wir eine Kooperation mit der Technischen Akademie Schwäbisch Gmünd im Bereich Verbraucherbildung in der Grundbildung eingehen. Hier haben wir gemeinsam zwei Kurseinheiten zum Themenbereich Online-Shopping erstellt. Ergänzt wurden diese Einheiten um Schulungen für Dozent:innen zu „Verbraucherberatung und Dozent:innentätigkeit“ sowie um Schulungen zu „Texte in einfacher Sprache“ für VZ-Mitarbeitende. Mit unserer Kooperation waren wir auch Gast im Landesbeirat für Alphabetisierung und Grundbildung Baden-Württemberg.

Öffentlichkeitsarbeit

In unserer Öffentlichkeitsarbeit setzten wir 2024 bewusst einen anderen Schwerpunkt als im Vorjahr: Wir zielten verstärkt darauf, uns als genuine und anbieterunabhängige Akteurin in der Verbraucherbildung zu präsentieren und dabei die Verbreiterung unseres Angebots bekannt zu machen. Wir waren mit Infoständen sowohl am Fachtag zu „Chancen im Jugendbegleiterprogramm“ der Jugendstiftung Baden-Württemberg als auch beim BNE -Netzwerkforum („Bildung für nachhaltige Entwicklung“) des Umwelt- und Kultusministeriums vertreten. Darüber hinaus waren wir am Verbrauchertag des Ministeriums für Ernährung, ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) präsent. Bei allen diesen Veranstaltungen setzten wir uns für eine höhere Sichtbarkeit der Verbraucherbildung in Baden-Württemberg im Allgemeinen und der Verbraucherzentrale als Akteurin in der Verbraucherbildung im Besonderen ein. Auch, weil die Verbraucherzentrale eine eigenständige und hervorgehobene Rolle unter den außerschulischen Bildungspartner:innen in Baden-Württemberg inne hat: Sie ist anbieterunabhängig und soll – begründet durch gesellschaftliche und gesetzliche Regelungen – die Interessen der Verbraucher:innen wahrnehmen.

Weiterhin fester Bestandteil unserer Öffentlichkeitsarbeit war unser Newsletter. Und natürlich hat unser Messestand auf der didacta 2025 schon 2024 seine Spuren in unserer Arbeit hinterlassen.



Verbraucherbildung als Politikfeld

Die Kultusministerkonferenz hat im Frühjahr 2024 der Verbraucherschutzministerkonferenz mitgeteilt, dass der Bitte, die Empfehlung zur Verbraucherbildung an Schulen zu überarbeiten, entsprochen wird. Diese Information haben wir mit großem Interesse aufgenommen.

Da die Empfehlung aus 2013 stammt, ist ihre Überarbeitung mehr als gerechtfertigt, um eine zeitgemäße schulische Verbraucherbildung in allen Bundesländern zu gewährleisten. Von dem Überarbeitungsprozess erhoffen und erwarten wir uns, dass Verbraucherbildung als eigenständiger Bereich gestärkt, dessen Anbieterunabhängigkeit gesichert und die strukturelle Benachteiligung der Verbraucher:innen in der Marktwirtschaft als Ausgangspunkt gesetzt wird. Denn nur unter diesen grundsätzlichen Voraussetzungen wird es Schüler:innen möglich sein, die Kompetenzen zu erwerben, die sie als Verbraucher:innen im Kontext struktureller Benachteiligung für selbstbestimmte Entscheidungen benötigen.

Im neuen Schulgesetz des Landes, das im Juli 2024 auf den Weg gebracht wurde, wird Verbraucherbildung hingegen nicht thematisiert. Allerdings wurde mit diesem Gesetz aus Sicht der Landesregierung die Rechtsgrundlage für eine der umfangreichsten Bildungsreformen seit Jahrzehnten geschaffen. Vor diesem Hintergrund ist zurzeit nicht absehbar, welche Bedeutung die Verbraucherbildung zukünftig in der Schulbildung einnehmen und ob sie ein eigenständiger Bildungsbereich bleiben wird. Auf jeden Fall halten wir es für zentral, dass das Überwältigungsverbot – also das Verbot, Schüler:innen im Sinne erwünschter Meinungen oder Verhaltensweisen zu überrumpeln – einen besonderen Raum in der Konzeption und Umsetzung der schulischen Verbraucherbildung einnimmt. Zumal gerade der Verbraucherbildungsunterricht sehr anfällig dafür ist, Schüler:innen einen „richtigen“, statt einen aus ihrer Perspektive bedarfsgerechten Konsum zu vermitteln. Dies insbesondere dann, wenn Verbraucherbildung als Teil anderer Bildungsbereiche wie etwa der Bildung für nachhaltige Entwicklung konzipiert und gedacht wird.

Wir hoffen daher sehr, dass wir in den weiteren Prozess der Bildungsreform aktiv einbezogen werden. ■

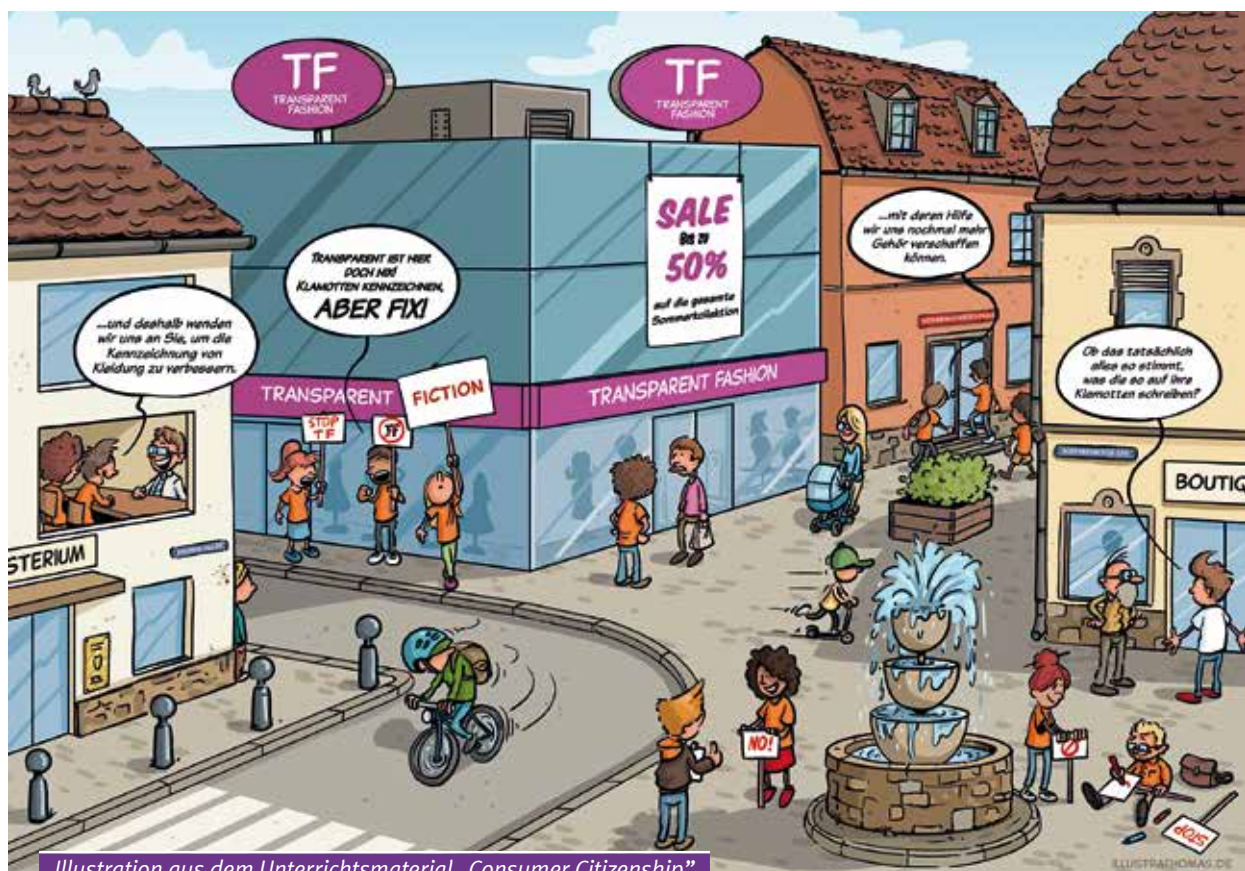


Illustration aus dem Unterrichtsmaterial „Consumer Citizenship“

für das Fach AES (Alltagskultur, Ernährung und Soziales) © illustrathomas.de.

PROJEKT: GESUND UND NACHHALTIG ESSEN MIT KLEINEM BUDGET – GEMEINSAM ERNÄHRUNGSARMUT BEGEGNEN

Im September 2024 wurde das Verbundprojekt der deutschen Verbraucherzentralen und der Europauniversität Flensburg „Gesund und nachhaltig essen mit kleinem Budget – gemeinsam Ernährungsarmut begegnen“ in der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg gestartet. Ziel des Projektes ist es, Verbraucher:innen, die von Ernährungsarmut betroffen oder bedroht sind, dabei zu unterstützen, sich kostengünstig, gesund, nachhaltig und selbstbestimmt zu ernähren. Auch soll die Sichtbarkeit des Themas verbessert werden.

Zu Beginn des Projekts lag der Fokus darauf, geeignete Kooperationspartner zu finden, die Zugang zu Menschen mit kleinem Budget haben. Bis Ende 2024 wurden etwa 60 potenzielle Partner in der Region Mannheim und Stuttgart kontaktiert, um ihnen das Projekt vorzustellen.

Am 22. November 2024 fand in Stuttgart die Auftaktveranstaltung statt, an der 15 interessierte Kooperationspartner teilnahmen. Im Rahmen dieser Veranstaltung konnten sich die Teilnehmenden umfassend über das Projekt informieren und mit den Projektmitarbeiterinnen darüber sprechen, wie sich das Angebot des Projekts in ihren Einrichtungen umsetzen lässt. Durch die direkte Ansprache der Kooperationspartner

wurden bereits einige vielversprechende Kooperationen initiiert, wie beispielsweise Vorträge und Mitmachaktionen, die jedoch größtenteils erst für das Jahr 2025 geplant sind.

Zusätzlich wurde das Projekt in Stuttgart im Newsletter des Quartiersprojekts Quartier 2030 des Sozialministeriums veröffentlicht, was zu weiteren Kontakten und direkten Anfragen führte. Zwischen September und Dezember 2024 organisierten die beiden Mitarbeiterinnen in Stuttgart und Mannheim insgesamt vier Infostände, hielten zwei Vorträge und besuchten verschiedene Netzwerktreffen, einschließlich der Auftaktveranstaltung in Stuttgart.

Um das Projekt noch weiter bekannt zu machen, präsentierten die Mitarbeiterinnen das Angebot bei verschiedenen Veranstaltungen, wie dem Fachtag für Seniorenernährung am 24. Oktober 2024 in Stuttgart und dem Seniorenfachtag am 1. Oktober 2024 in Heidelberg. Darüber hinaus nahmen sie am 26. Oktober 2024 mit Vorträgen und einem Infostand an der Frauenkonferenz in Rheinau teil, die vom Mannheimer Quartiersmanagement e.V. organisiert wurde. Insgesamt konnten im Jahr 2024 bereits etwa 120 Kontakte zu Verbraucher:innen und Multiplikator:innen geknüpft werden. ■



Auftaktveranstaltung „Kompetenzen für Verbraucher:innen“ am 28. September 2024 in Sinsheim.



Auf dem Fachtag für Seniorenernährung am 24. Oktober 2024.

SOCIAL-MEDIA-PROJEKT: NACHHALTIGKEIT IM LEBENSMITTEL- BEREICH

Viele Verbraucher:innen möchten mit selbstbestimmten Kaufentscheidungen bei Lebensmitteln zur nachhaltigen Entwicklung und zur Reduzierung von Lebensmittelverschwendung beitragen. Sie treffen auf ein wachsendes Marktangebot an nachhaltig beworbenen Lebensmitteln und Verpackungen sowie Werbung mit Regionalität und Angeboten zur Rettung von Lebensmitteln. Das Problem: Die Konsumententscheidungen werden immer komplexer und Verbraucher:innen können die Nachhaltigkeitsversprechen der Anbieter kaum verifizieren. Verbraucher:innen nutzen zunehmend die sozialen Medien, um an Informationen für ihre Kauf- und Konsumententscheidungen zu kommen.

Über das Projekt

Das Social Media Projekt „Nachhaltigkeit im Lebensmittelbereich“ der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg richtet sich an diese Zielgruppe. So wollen wir gerade auch jüngere Menschen erreichen und über Verbraucherthemen sowie verbraucherrechtsrelevante Fragen informieren. Das Projekt wird vom Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg gefördert. Es startete im Dezember 2023 und läuft derzeit bis Ende Mai 2025.

Insbesondere Instagram genutzt

Das Projekt nutzt die Social-Media-Kanäle der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg, die auch über allgemeine Verbraucherthemen in verschiedenen Bereichen informieren. Die Kanäle sind derzeit vor allem Instagram, aber auch Facebook und YouTube.

Im Projekt bereiten wir Inhalte rund um Nachhaltigkeit im Lebensmittelbereich auf und produzieren Beiträge für die Social-Media-Kanäle, darunter Posts und Videos, zu einschlägigen Themen wie Saisonalität, Lebensmittelverschwendung und Regionalität.

Im Jahr 2024 haben wir monatlich den Saisonkalender der Verbraucherzentrale und ein saisonales Obst oder Gemüse vorgestellt. Wir haben mehrere Reels (Kurzvideos) mit Tipps zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen produziert. Durch verschiedene Quizze, beispielsweise ein Quiz zum Regional-Begriff, Umfragen und Abstimmungen haben wir die Follower:innen regelmäßig miteinbezogen.

Gab es Fälle aus der Rechtsdurchsetzung, die in den Themenbereich des Projekts fielen, haben wir darüber berichtet. Informiert haben wir zum Beispiel über ein Verfahren wegen irreführender Regional-Werbung und über ein Verfahren wegen falscher Herkunftsangabe. Wir haben die Umweltbilanz verschiedener Lebensmittel vorgestellt, die Klima- und Nachhaltigkeitswerbung von Unternehmen unter die Lupe genommen und Produktbeispiele mit unnötigem Verpackungsmüll veröffentlicht. Auch Themen wie Tierwohl und Fairer Handel wurden beleuchtet.

Zudem führten wir verschiedene Marktstichproben durch und erstellten daraus Social-Media-Beiträge. Anfang des Jahres machten wir in einer solchen Stichprobe Testkäufe mit verschiedenen Mehrwegnetzen für Obst und Gemüse. Im Frühsommer und im Herbst haben wir jeweils eine Stichprobe zur Herkunft von Saisonware gemacht (Spargel und Erdbeeren sowie Äpfel, Birnen und Speisekürbisse). Mitte des Jahres untersuchten wir in einer Stichprobe, ob und welche Lebensmittel kurz vor oder nach dem Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD) im Handel angeboten werden.

Follower-Zahl steigt stetig

Unsere Follower-Zahl bei Instagram liegt aktuell bei 6.283 (Stand: 20. Februar 2025). Die Follower-Zahl ist im Jahr 2024 vom Jahreswechsel (3.681, Stand: 29. Dezember 2023) bis Dezember (5.713, Stand 27. Dezember 2024) um rund 2.000 Follower gestiegen.

Zu meist aufgerufenen, beworbenen Beiträgen zählten 2024 ein Post über ein Urteil zu einem nicht zugelassenen Gütezeichen bei Grana Padano (21.400 Aufrufe) und ein Reel zu Lebensmitteln, die nicht eingefroren werden sollten (20.700 Aufrufe).

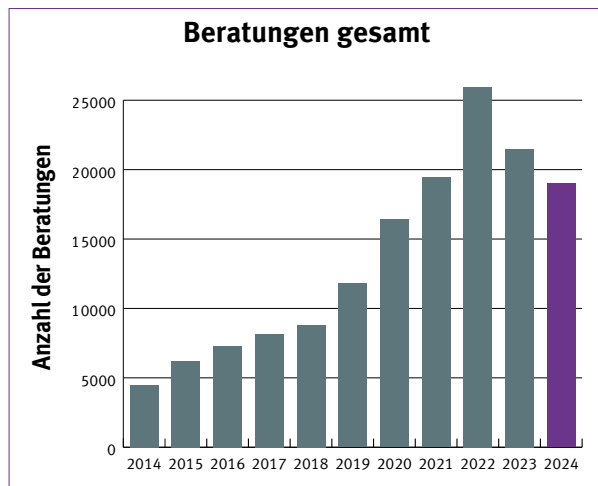
Bei den nicht beworbenen Beiträgen waren ein Reel zum Thema „Das muss nicht in den Müll“ (4.720 Aufrufe) und ein Post zu viel Verpackungsmüll bei einer Spätzlepackung (4.109 Aufrufe) die beliebtesten Beiträge. ■

PROJEKT: ENERGIEBERATUNG

Entwicklung und neue Chancen

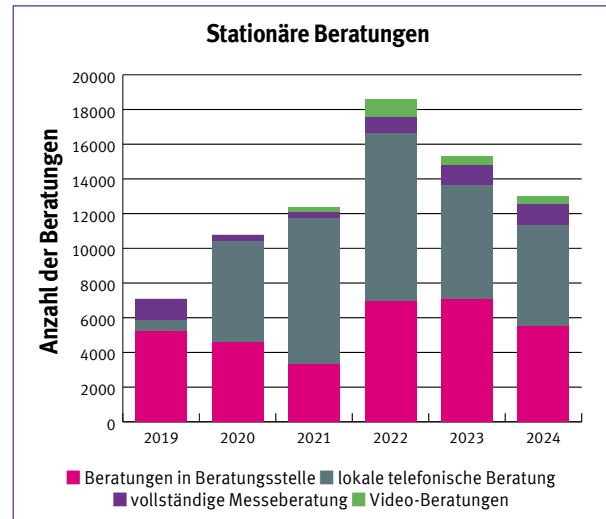
Das vergangene Jahr war von einigen Herausforderungen geprägt. Besonders die unklare politische Lage verunsicherte viele Menschen. Deshalb zögerten zahlreiche Hausbesitzer:innen und Verbraucher:innen, wenn es um die energetische Sanierung oder den Einbau neuer Heizungen ging. Dieses Zögern spiegelte sich auch in den Beratungszahlen wider – viele wollten zunächst abwarten, welche Rahmenbedingungen und Fördermöglichkeiten gelten. Trotz dieser Unsicherheit zeigte sich in den Beratungen, dass das Interesse an nachhaltigen Heizsystemen und energieeffizienten Lösungen ungebrochen ist. Viele Verbraucher:innen legen Wert auf langfristige Investitionen in klimafreundliche Technologien und lassen sich umfassend beraten, sobald klare Rahmenbedingungen erkennbar sind.

Aufgrund der politischen Lage ist 2024 ein Rückgang der Beratungszahlen zu verzeichnen. Insgesamt gab es in Baden-Württemberg 18.478 persönliche Beratungen, fast 3.000 weniger als 2023.



Die meisten Verbraucher:innen werden nach wie vor in der stationären Beratung beraten, fast 12.000 im vergangenen Jahr. Zu den stationären Beratungen zählen Beratungen in Stützpunkten der Verbraucherzentrale und den regionalen Energieagenturen, sowie vollständige Beratungen auf den Messen und telefonische Beratungen. In ganz Baden-Württemberg war die Energieberatung im Jahr 2024 mit 262 Stützpunkten vertreten. Auch fanden 149 Messen und 17 Aktionstage auf Marktplätzen statt – auf diesen wurden 4.233 Kurzberatungen und 1.058 vollständige Beratungen durchgeführt.

Erfreulicherweise ist die Anzahl der Energie-Checks trotz rückläufiger Beratungszahlen wieder leicht gestiegen. Konnten 2023 6.154 Checks durchgeführt werden, so waren es im Jahr 2024 insgesamt 6.623 Energie-Checks.



Für diese Steigerung spielen insbesondere Check-Kampagnen in verschiedenen Kommunen eine große Rolle. 2024 haben wir einen Schwerpunkt der Check-Kampagnen auf den Landkreis Esslingen gelegt und eine Vielzahl an Marketingmaßnahmen getestet: Ein Rundbrief des Bürgermeisters, Plakate an Litfaßsäulen, Postkarten, Vorträge und Auftaktveranstaltungen. Bei den Auftaktveranstaltungen wurde in der Regel der aktuelle Planungsstand der regionalen Wärmeplanung durch den Klimaschutzmanager vorgestellt, ein Energieberater hielt einen Vortrag zu möglichen Sanierungsvorhaben sowie zu dem Angebot der aufsuchenden Beratung im Rahmen der Beratungsaktion.

Diese Kampagnen in Filderstadt, Kirchheim, Ostfildern und Esslingen wurden durch die Klimaschutzmanager:innen in Zusammenarbeit mit der Klimaschutzagentur Esslingen und dem Energieprojekt der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg organisiert. Solche Kampagnen sind zwar recht zeitaufwändig, doch die zusätzliche Arbeit hat sich gelohnt: 342 Menschen zusätzlich konnten in diesem Landkreis mit einem Gebäude-Check erreicht und für die Energieberatung gewonnen werden.

Auch Vorträge und Online-Seminare waren 2024 wie gewohnt stark nachgefragt – insgesamt fanden 389 statt. Mit beiden Formaten konnten 16.759 Teilnehmer:innen erreicht werden.

Ein positiver Trend ist die große Nachfrage nach digitalen und interaktiven Informationsformaten. Verbraucher:innen und Immobilienbesitzer:innen nutzen gerne Vorträge, Online-Seminare und Podcasts, um sich über nachhaltige Technologien und Energieeffizienz zu informieren. Diese Formate bieten eine hervorragende Möglichkeit, Wissen auf ansprechende Weise zu vermitteln und das Bewusstsein für zukunftsorientierte Energielösungen zu schärfen. Besonders geschätzt werden praxisnahe Beispiele und das Fachwissen der Energieexperten. Hervorzuheben sind im Rahmen des digitalen Angebots vor allem die Online-Seminare in Kooperation mit regionalen Zeitungen – beispielsweise der Südwest Presse oder dem Südkurier. Aufgrund der großen Reichweite der Medien nahmen an den Online-Seminaren jeweils 400 und 1.000 Menschen teil. Themen dieser Seminare waren 2024 das Erneuerbare-Energien-Gesetz, Balkon-PV und die Wärmepumpe.

Nach dem coronabedingten Rückgang in den Vorjahren haben sich Messen im Jahr 2024 erneut als beliebte Anlaufstellen für Verbraucher:innen etabliert. Auf insgesamt 149 Messen

nutzten viele Menschen die Gelegenheit, sich persönlich, direkt und umfassend beraten zu lassen. Ergänzend dazu wurden im Frühjahr und Sommer 17 Infostände auf Marktplätzen organisiert, die sich dem Thema Photovoltaik widmeten. Der direkte Austausch mit Energieberater:innen ermöglicht es Interessierten, individuelle Lösungen zu finden und sich über aktuelle Technologien zu informieren. Gleichzeitig bieten Messen und Infostände eine wertvolle Plattform, um die Energieberatung der Verbraucherzentrale einem breiten Publikum näherzubringen.

Seit Start der ersten Kooperation 2008 konnten bis Dezember 2024 mit den meisten regionalen Energieagenturen in Baden-Württemberg Kooperationsverträge abgeschlossen werden. 2024 konnte eine neue Kooperation mit der make it – Landkreis Heilbronn GmbH, der regionalen Energieagentur im Landkreis Heilbronn geschlossen werden. Leider wurde der Verein EKO – EnergiekompetenzOstalb e.V. zum 31.12.2024 aufgelöst, sodass uns im Ostalbkreis ein wichtiger Kooperationspartner in den kommenden Jahren fehlen wird. ■

PROJEKT: ENERGIEBERATUNG FÜR EINKOMMENSCHWACHE HAUSHALTE

Das Projekt „Energieberatung für einkommensschwache Haushalte“ nutzt die bereits vorhandenen Strukturen des Bundesprojekts und ergänzt diese mit Angeboten und Maßnahmen, die sich gezielt an einkommensschwache Haushalte richten.

Menschen in komplexen Lebenslagen sind meist mit einer Kombination aus finanziellen Problemen und Sprachbarrieren

konfrontiert, die die Nutzung anderer Beratungsangebote oft verhindern. Hier setzt das Beratungsangebot der Verbraucherzentrale mit Sensibilität für vielfältige kulturelle Hintergründe und die Herausforderungen der Menschen an.

Das Projekt beinhaltet verschiedene Handlungsschwerpunkte, innerhalb derer bestimmte niederschwellige Angebote und Aktionen gemeinsam mit weiteren Akteur:innen in Baden-Württemberg umgesetzt werden.

Ein wichtiger Schwerpunkt ist die aufsuchende Beratung einkommensschwacher Haushalte zum Thema Energiesparen. Ob Podcasts, Webinare in Fremdsprachen, regionale Informationsbroschüren oder Informationsstände bei Stadtteilstesten – alle Angebote des Projekts „Energieberatung für einkommensschwache Haushalte“ zielen darauf ab, belasteten Personengruppen eine zeitnahe Unterstützung in Energiefragen zu bieten. Im Jahr 2024 wurde dazu unter anderem ein Podcast zum Thema „Anbieterwechsel leicht gemacht“ veröffentlicht sowie ein Webinar mit russischer Live-Übersetzung zum Thema „Heizkostenabrechnung verstehen“ angeboten.



PROJEKT: WIRTSCHAFTLICHER VERBRAUCHERSCHUTZ

Im Wirtschaftlichen Verbraucherschutz (WVS) wurde 2024 eine Vielfalt an Themen bearbeitet: Schwerpunkte in Baden-Württemberg waren dabei vor allem Geldanlage und Abzocke durch unseriöse Anbieter und Coaches.

Rund um Finanzen

Im Januar 2024 beteiligten sich die Finanzexpert:innen der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg mit zahlreichen Onlinevorträgen an der „Fokuswoche Geld“, die sich bei Verbraucher:innen bundesweit einer steigenden Beliebtheit erfreut. Bei dieser Fokuswoche bieten mehrere Verbraucherzentralen eine Woche lang täglich mehrere kostenlose Onlinevorträge rund um Geldanlage, Finanzen und Versicherungen an. Vortragsthemen waren 2024 unter anderem „ETF – Wie lege ich Geld sinnvoll an?“, „Versicherungen – Welche sind wichtig“ und „Private Altersvorsorge – Wie gehe ich vor“. 2.207 Zuhörer:innen nahmen an der Fokuswoche teil.

Um Finanzprodukte, die gezielt Studierenden an Universitäten und Hochschulen angeboten werden, drehte sich eine Postkarten- und Infokampagne des WVS. Ziel der Kampagne war es, vor unseriösen Anbietern zu warnen, die zu Semesterbeginn regelmäßig an Unis unterwegs sind, um sich Studierende als potenzielle Kundengruppe zu erschließen. Das Vorgehen ist immer ähnlich: Zunächst bieten die Finanzdienstleister jungen Menschen kostenlose Fortbildungen als „Geschenk“ an, beispielsweise Bewerbungstrainings oder Seminare zum Steuersparen. In einen zweiten Schritt, wenn durch die kostenlosen Angebote Vertrauen aufgebaut wurde, versuchen die Dienstleister den Studierenden Finanzprodukte zu verkaufen. Meist sind dies teure, unrentable und unflexible Produkte.

Postkarten mit dem Slogan „Lass mich kurz nachdenken – NEIN“ wurden bundesweit in verschiedenen Städten verteilt und ausgelegt. Die Karten machten auf das Problem aufmerksam und leiteten Interessierte auf eine Internetseite mit weiteren Infos. Außerdem nahm die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg die Podcastfolge „Finanzdienstleister auf dem Uni-Campus“ auf, Gast in dieser Folge ist Prof. Dr. Hartmut Walz von der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigschafen.

Abzocke im Internet

Ein weiterer Schwerpunkt im vergangenen Jahr war das Thema Abzocke im Internet. Den Weltverbrauchertag am

15. März nahm der WVS zum Anlass, um mit der bundesweiten Kampagne „Pass auf deine Mäuse auf“ vor Fake Shops und der Bezahlmethode „buy now, pay later“ zu warnen.

Darüber hinaus entwickelten die Verbraucherzentralen im Rahmen des WVS das interaktive Online-Tool „Anbieterhilfe für den Notfall“. Verbraucher:innen, deren Onlinekonto gehackt wurde, erhalten dort mit wenigen Klicks die Information, welches Unternehmen in solchen Notfällen wie zu erreichen ist. Außerdem bekommen Betroffene Tipps, was sie bei gehackten Konten beachten müssen.

Eine weitere Abzocke die überwiegend online, vor allem in den sozialen Medien auftaucht, sind unseriöse Coaching-Angebote. Die Anbieter versprechen Ratsuchenden oft Hilfe in verschiedenen Lebensbereichen, beruflichen und privaten Erfolg. Tatsächlich sollen Verbraucher:innen nach kostenlosen Gesprächen zu Beginn meist in teure Coachings für mehrere tausend Euro gelockt werden. Auch davor warnte der WVS 2024 auf verschiedenen Wegen. Teil der Kampagne waren unter anderem mehrere kurze Videos, die auch über den baden-württembergischen Instagram-Kanal gepostet und vielfach angesehen wurden.

Weitere Themen und Online-Tools

Bereits zum vierten Mal fand im November 2024 die „Fokuswoche Vorsorge“ statt. Die Verbraucherzentralen boten in dieser Woche 25 kostenlose Vorträge zu Patientenverfügung, Vorsorgevollmacht, Betreuungsverfügung und digitalem Nachlass an. Mehrere der Vorträge hielten Referent:innen der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg.

Wie schon in den Vorjahren wurden im WVS auch 2024 verschiedene Online-Tools entwickelt, die Verbraucher:innen ihren Alltag erleichtern sollen. Neben der erwähnten „Anbieterhilfe für den Notfall“ können Ratsuchende nun mit dem „Pflegegradrechner“ eine erste Einschätzung über den Pflegegrad ihrer erwachsenen Angehörigen erhalten.

Der „Pauschalreise-Check“ hilft, wenn es im Vorfeld einer Reise zu Problemen mit dem Anbieter kommt. Der Check prüft, ob das Verhalten des Veranstalters korrekt war, außerdem erhalten Verbraucher:innen ein Musterschreiben, mit dem sie sich direkt an den Anbieter wenden können. ■

PROJEKT: VERBRAUCHER STÄRKEN IM QUARTIER

Das Modellprojekt „Verbraucher stärken im Quartier“ der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg hat vom **1. Juli 2020 bis 30. Juni 2024** in Mannheim eindrucksvoll gezeigt, wie durch aufsuchende Verbraucherarbeit und niedrigschwellige Angebote benachteiligte Bevölkerungsgruppen unterstützt werden können. Das Projekt wurde im Rahmen der Strategie „Soziale Stadt – Nachbarschaften stärken, Miteinander im Quartier“ vom Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (BMWSB) in Zusammenarbeit mit dem Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV) gefördert. Ziel des bundesweiten Projekts war es, insbesondere diejenigen Verbraucher:innen zu erreichen, die aufgrund ihrer Lebenssituation und -umstände einen besonderen Informations- und Beratungsbedarf haben.

Vielfältige Unterstützung für die Menschen im Quartier

In den vier Jahren Projektlaufzeit waren zwei Quartiersmitarbeiterinnen in der Neckarstadt-West, einem sozial benachteiligten Stadtteil Mannheims, präsent.

Mit ihrer verbraucherrechtlichen Kompetenz besetzten die Quartiersmitarbeiterinnen einen wichtigen Bereich, der nicht von sozialen Beratungsstellen abgedeckt werden kann. Die Bewohner:innen sollten über ihre Verbraucherrechte aufgeklärt und bei deren Durchsetzung unterstützt werden.

Dies wurde durch folgende kostenlose Angebote umgesetzt:

- offene Sprechstunden, teilweise auch mobil
- Informations- und Bildungsarbeit (Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Infostände, Aktionen und Bildungseinheiten)
- Netzwerkarbeit

In den offenen Sprechstunden wurde vor allem gezielte Einzelfallhilfe angeboten, um konkrete Probleme abzuwenden. Bei Bedarf haben die beiden Quartiersmitarbeiterinnen an die Rechtsberatung der Verbraucherzentrale verwiesen und Verbraucher:innen auch zur Beratungsstelle in den Mannheimer Quadraten begleitet. Viele Verbraucher:innen nahmen hier zum ersten Mal wahr, dass ihre Probleme ernst genommen wurden und sie Unterstützung bei der Lösung ihrer Anliegen erhielten.

Durch individuelle Einzelfallhilfe konnten finanzielle Notlagen abgemildert und viele Verbraucher:innen vor finanziellem

Schaden bewahrt werden. Die Summen bewegten sich zwischen 500 und 5.000 Euro. So konnte effektive Schulden- und Armutsprävention betrieben werden.

Schnelle Warnung vor Abzocke

Die mobile, aufsuchende Arbeit bildete einen weiteren Kern der Tätigkeit. Die Mitarbeiterinnen haben zahlreiche Aktionen und Infostände auf belebten Plätzen und Straßen der Neckarstadt-West angeboten, um die Bewohner:innen direkt anzusprechen und auf relevante Themen aufmerksam zu machen.

Hier fungierte das Projekt als Sensor- und Frühwarnsystem für aktuelle Betrugsmaschen sowie Fallstricke im Quartier. Unseriöse Unternehmen und Verkäufer nutzen zum Teil gezielt die Situation der Menschen aus, die sich aufgrund von Sprachbarrieren oder wenig Wissen über ihre Rechte nicht wehren können. Hierbei ging es um untergeschobene Verträge, Haustürgeschäfte, fehlerhafte Nebenkostenabrechnungen, Probleme mit Versicherungen, Reklamationen, Inkassoschreiben, Handyverträge, Bankkonten, Internetbetrug und vieles mehr.

Gut vernetzt

Darüber hinaus wurden praxisnahe und zielgruppenspezifische Bildungseinheiten in Kooperation mit sozialen Akteur:innen im Quartier umgesetzt – bewusst niedrigschwellig und lebensnah gestaltet, um Menschen dort zu erreichen, wo sie stehen. Durch die Vernetzung mit Kooperationspartner:innen wurde ein Unterstützungsnetzwerk aufgebaut, das auch über das Ende des Projekts hinaus eine engere Zusammenarbeit mit der Verbraucherzentrale bewirkt hat.

Fazit

Das Projekt hat das Leben vieler Menschen spürbar verbessert: Es hat ihnen geholfen, sich im oft unübersichtlichen Verbraucheralltag besser zurechtzufinden und sich selbstbewusster vor Kosten- und Vertragsfallen zu schützen. Dieses neu gewonnene Wissen wurde nicht nur individuell genutzt, sondern auch innerhalb von Familien und Communities weitergegeben – so wuchs der Wirkungskreis stetig weiter.

Nicht zuletzt wurde die Verbraucherzentrale für viele Menschen sichtbarer und zugänglicher. Hürden, die vorher den Weg zur Beratungsstelle erschwerten, konnten abgebaut werden – ein wichtiger Schritt hin zu mehr Teilhabe und Selbstbestimmung. ■

STABSSTELLE RECHT

THEMEN UND EREIGNISSE

Die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg hat im vergangenen Jahr 319 Abmahnungen ausgesprochen und 141 Klagen eingereicht. 85 Urteile fielen für Verbraucher:innen positiv aus. Bei 13 Verfahren haben wir Berufung bzw. Revision eingelegt, 5 Verfahren wurden endgültig nicht in unserem Sinne entschieden. Teilweise beziehen sich die Entscheidungen auf Verfahren aus den Vorjahren. Insgesamt wurden 155 Unterlassungserklärungen abgegeben.

Im Jahr 2024 gingen bei der Verbraucherzentrale viele Beschwerden über intransparente Werbungen ein. Aber auch untergeschobene Verträge sowie irreführende Werbung für Finanzmarktprodukte sorgten bei Verbraucher:innen für Ärger. Unzulässige allgemeine und verbraucherbenachteiligende Geschäftsbedingungen waren im Berichtsjahr ein weiterer Schwerpunkt in der Rechtsdurchsetzung.

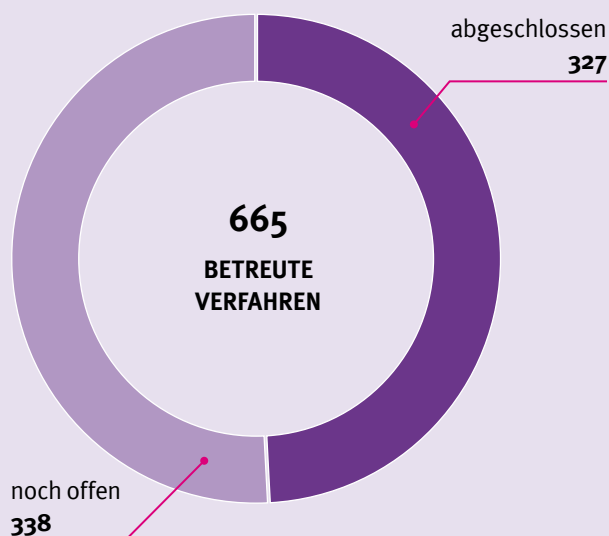
Neue Produktsicherheitsverordnung

Die neue EU-Verordnung über die Produktsicherheit (VO 2023/988) ersetzt seit dem 13. Dezember 2024 die bisherige Richtlinie zur Allgemeinen Produktsicherheit von 2001. Diese Verordnung gilt einheitlich in der gesamten EU und zielt darauf ab, dass nur sichere Produkte auf dem europäischen Markt bereitgestellt werden. Mit der neuen Produktsicherheitsverordnung reagiert der Gesetzgeber auf die zunehmende Digitalisierung und neue Geschäftsmodelle wie Onlinehandel, Plattformökonomie und Fulfillment-Dienstleister, also Anbieter, die die gesamte Abwicklung von Aufträgen für andere Firmen übernehmen, sowie auf neuartige Cyberrisiken. Das Ziel der Verordnung: die Funktionsweise des Binnenmarkts verbessern und zugleich ein hohes Verbraucherschutzniveau gewährleisten. Bisher waren nur Hersteller, Händler und diejenigen, die das Produkt in die EU einführen, verpflichtet, für die Sicherstellung der Produktsicherheit zu sorgen. Die Verordnung erweitert gewisse Pflichten auf weitere Wirtschaftsakteure, wie Fulfillment-Dienstleister und Anbieter von Online-Marktplätzen.

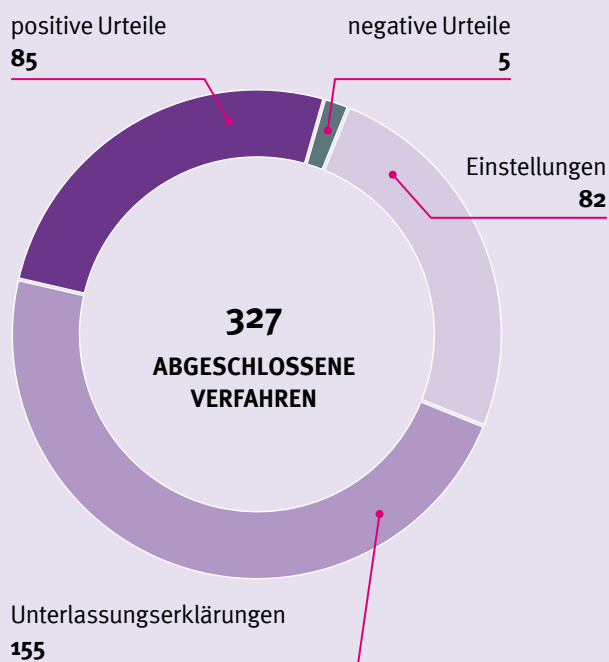
Hersteller müssen sicherstellen, dass ihre Produkte sicher sind, bevor sie in den Verkehr gebracht werden. Dies gilt nicht nur hinsichtlich technischer und mechanischer Sicherheit, sondern betrifft auch die Etikettierung und Warnhinweise.

Wirtschaftsakteure, also Händler, Fulfillment-Dienstleister, Hersteller oder Einführer, die im Fernabsatz oder online Produkte auf dem Markt bereitstellen, müssen den Namen

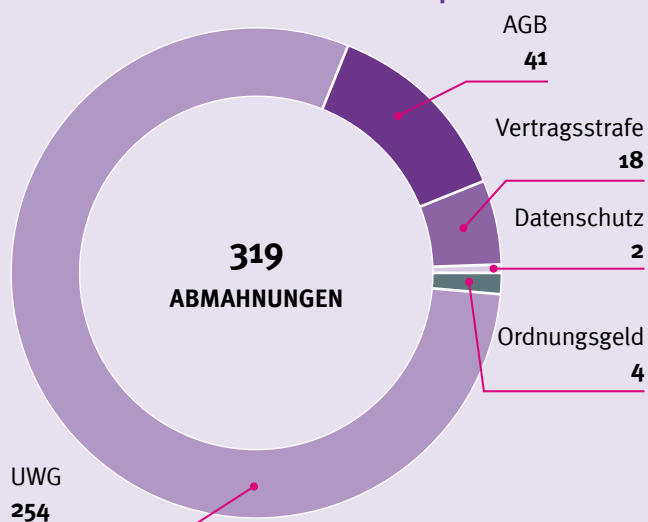
GESAMTZAHL VERFAHREN 2024



GESAMTZAHL BEENDETER VERFAHREN 2024



NEU EINGELEITETE VERFAHREN 2024



oder die Handelsmarke und die Kontaktinformationen des Herstellers angeben und, falls der Hersteller außerhalb der EU ansässig ist, den Bevollmächtigten des Herstellers benennen.

Alle Wirtschaftsakteure, einschließlich Fulfillment-Dienstleister, müssen im Falle eines Sicherheitsrisikos Produkte gegebenenfalls zurückrufen und Verbraucher:innen informieren. Verbraucher:innen haben das Recht auf Benachrichtigung, umfassende Information und mindestens zwei Abhilfemöglichkeiten: Reparatur, Ersatz oder Erstattung des Wertes, wobei der Kaufpreis nicht unterschritten werden darf.

Betreiber von Online-Marktplätzen müssen eine Kontaktmöglichkeit, z.B. für die Meldung gefährlicher Produkte, bereitstellen und sicherstellen, dass Anbieter die notwendigen Informationen und Sicherheits- sowie Warnhinweise angeben können. Plattformen müssen Verbraucher:innen rechtzeitig über Produktrückrufe informieren.

Diese Regelungen sollen den Schutz der Verbraucher:innen beim Online-Kauf verbessern und sicherstellen, dass sie frühzeitig informiert werden, um etwaige Abhilfeansprüche geltend machen zu können.

Aufgrund dieser neuen, für die Verbraucherrechte wichtigen Regelungen, haben wir gemeinsam mit dem Verbraucherzentrale Bundesverband und zwei weiteren Verbraucherzentralen einen Beratungsstandpunkt erstellt, um den Berater:innen der Verbraucherzentralen eine umfassende Verbraucherberatung zu ermöglichen.

Die Rechte, die sich aus der EU-Verordnung unmittelbar ergeben, können so durch die Verbraucher:innen seit Inkrafttreten umfassend und rechtssicher gegenüber den Unternehmen geltend gemacht werden.



AUS DER RECHTSDURCHSETZUNG

Verstöße gegen Preisangabenverordnung

Im Geschäftsbericht 2023 berichteten wir von einem Verfahren gegen **Aldi Süd**, bezogen auf eine Werbung mit einer Preisreduzierung. Hierbei gab das Unternehmen zwar den günstigen Preis der letzten 30 Tage an, bezog sich bei der prozentualen Reduzierung jedoch nicht darauf, sondern auf einen höheren Streichpreis.

Nachdem das Landgericht Düsseldorf (Az. 38 O 182/22) die Frage des zulässigen Bezugspunkts für eine Preisreduzierung aufgrund der europarechtlichen Relevanz dem Europäischen Gerichtshof (Az. C-330/23) vorgelegt hatte, entschied dieser am 26. September 2024 in unserem Sinne und bestätigte die Auffassung der Verbraucherzentrale. Das Landgericht Düsseldorf verurteilte daraufhin am 31. Oktober 2024 den Anbieter antragsgemäß.

Auch gegen **Edeka** haben wir vor dem Landgericht Offenburg (Az. 5 O 1/23 KfH) wegen Verstößen gegen die Preisangabenverordnung geklagt. Dieses Verfahren ruhte aufgrund des Vorabentscheidungsverfahrens vor dem EuGH.

Ein Verfahren gegen **Netto** vor dem Landgericht Amberg, bzw. in der Berufungsinstanz vor dem Oberlandesgericht Nürnberg (Az. 2 U 1270/23) ruhte ebenfalls wegen des EuGH-Verfahrens. Nach der Wiederaufnahme wurde der Anbieter in zweiter Instanz antragsgemäß verurteilt. Das Urteil ist noch nicht rechtskräftig.

Auch in Verfahren gegen andere Anbieter konnten wir Erfolge hinsichtlich der Werbung mit angeblichen Preisreduzierungen erzielen und damit der Irreführung von Verbraucher:innen entgegenzutreten.

Etwa in einem Verfahren gegen **Lidl** hat uns das Landgericht Heilbronn (Az. 8 O 35/23) erstinstanzlich Recht gegeben, dass eine Preisreduzierungswerbung, in der auf den Preis einer Standardverpackung Bezug genommen wird, irreführend ist. Allerdings sah das Landgericht kein Problem darin, dass für eine exklusiv vertriebenen Ware unter Bezugnahme auf eine nicht existierende UVP (unverbindliche Preisempfehlung) geworben wurde. Sowohl die Verbraucherzentrale als auch das verklagte Unternehmen legten gegen dieses Urteil Berufung ein. Das OLG Stuttgart entschied (Az. 2 U 130/23) im Sinne der Verbraucher:innen und verurteilte das werbende Unternehmen antragsgemäß.

Die Verbraucherzentrale geht auch weiter gegen irreführende und rechtswidrige Angaben zu Preisen und Rabatten vor und nimmt dabei – wie in dem Verfahren gegen **Penny** vor dem Landgericht Köln (Az. 84 O 92/24) – auch die sehr verbreitete Werbepaxis in den Fokus, bei der eine für Verbraucher:innen nicht nachvollziehbare UVP herangezogen wird, um Rabatte zu suggerieren.

Unzulässige Klauseln in Riesterverträgen

In dem Geschäftsbericht vom letzten Jahr haben wir über ein Urteil des Bundesgerichtshofs (Az. XI ZR 290/22) berichtet, wonach eine von uns angegriffene Klausel in Riester-Sparverträgen für rechtswidrig erklärt wurde. Diese Klausel sah Abschluss- und Vermittlungskosten vor, welche von Verbraucher:innen beim Übergang von der Ansparphase in die Auszahlungsphase getragen werden sollten. Diese Kosten wurden nicht transparent erläutert und sind für Verbraucher:innen bei Vertragsschluss nicht absehbar, weshalb die Klausel rechtswidrig ist. Auch gegen weitere Anbieter sind wir aufgrund vergleichbarer Klauseln vorgegangen. Gegen die **Volksbank Darmstadt Mainz** konnten wir z.B. vor dem Oberlandesgericht Koblenz (Az. 2 Ukl 1/24) eine Verurteilung zur Unterlassung erreichen.

Die Sparkassen und (Volks-)Banken, welche sich solcher Klauseln bedienen, versuchen nun dennoch die Kosten für den Abschluss der Vereinbarung einer Leibrente bei Riesterverträgen auf die Sparer:innen umzulegen. Die Verbraucherzentrale lässt dies gerichtlich prüfen.

In einer Klage gegen die **Sparkasse Pfullendorf-Meißkirch** hat das Landgericht Hechingen (Az. 5 O 11/24) der Verbraucherzentrale Recht gegeben und die Kostenerhebung, die die Sparkasse trotz unwirksamer Klausel zu Lasten der Sparer durchführen wollte, für rechtswidrig erklärt. Die Sparkasse hat hiergegen Berufung zum Oberlandesgericht Stuttgart (Az. 2 U 158/24) eingelegt. Auch gegen die **Sparkasse Schwaben-Bodensee** haben wir Klage erhoben vor dem Landgericht Memmingen (Az. 1 HK O 1107/24), um eine, nach unserer Auffassung unzulässige Umgehung der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs anzugreifen. Allerdings folgte uns das erstinstanzliche Gericht nicht, so dass wir zur weiteren Klärung Berufung beim Oberlandesgericht eingelegt haben.

Mogelpackungen im Onlinehandel

Gegen **L'Oreal** hatten wir ein Verfahren geführt, da von diesem Unternehmen Mogelpackungen im Fernabsatz vertrieben wurden. Dabei ging es vor allem um die Frage, ob Verbraucher:innen über die Größe bzw. die Füllmenge in einer Verpackung auch irregeführt werden können, wenn das Produkt online beworben wird. Denn der Zweck der Vorschrift im Mess- und Eichgesetz ist es, den angesprochenen Verkehr vor Fehlannahmen hinsichtlich der relativen Füllmenge zu schützen. Ob Verbraucher:innen einer täuschenden Verpackung im stationären Handel oder im Internethandel begegnet sind, ist für die rechtliche Einschätzung unerheblich.

Nachdem wir in 1. und 2. Instanz vor Gericht unterlegen sind, bestätigte der Bundesgerichtshof (Az. I ZR 43/23) im Mai 2024 unsere Rechtsauffassung und untersagte diese Geschäftspraxis. Nach der Begründung des Bundesgerichtshofs liegt neben dem Gesetzesverstoß auch eine spürbare Interessensbeeinträchtigung hinsichtlich der informierten und freien geschäftlichen Entscheidung für Verbraucher:innen vor.

Mit diesem Urteil werden Verbraucherrechte im Rahmen des Onlinehandels weiter gestärkt. Mogelpackungen sind regelmäßig Thema von Verbraucherbeschwerden. Eine wichtige Änderung in diesem Bereich ist die neue EU-Verpackungsverordnung (EU) 2025/40, welche am 11. Februar 2025 in Kraft tritt und nach einer Übergangsfrist ab August 2026 anwendbar sein wird.

Weitere Schwerpunkte

- Die Verbraucherzentrale ging auch in diesem Jahr gegen unrechtmäßige Mahngebühren vor. Von Anbietern werden bei Mahnschreiben wegen ausstehender Zahlungen Mahnkosten beansprucht, die über die tatsächlich anfallenden Kosten für Briefpapier und Porto hinausgehen. Nach ständiger Rechtsprechung ist dies jedoch unzulässig. In Verfahren gegen z.B. **Zalando**, **Breuninger** oder **Onesty Finance** konnten wir bereits erstinstanzlich Unterlassungsurteile erstreiten. Die Entscheidungen in Rechtsmittelinstanzen sowie weitere Verfahren, etwa gegen **HelloFresh**, stehen noch zur Entscheidung aus. Gegen HelloFresh gehen wir zusätzlich wegen nicht autorisierter Abbuchungen, nicht erfolgter Rückerstattung sowie Aufforderung zur Bezahlung nicht bestellter Lebensmittel gerichtlich vor.
- Immer wieder erreichen uns Beschwerden, nach denen von Anbietern Klauseln in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen verwendet werden, nach welchen sich die Verträge nach Ablauf der Erstlaufzeit automatisch wieder um die jeweilige Laufzeit verlängern. In Verfahren gegen die **Bauer Vertriebs KG** oder gegen **Primastrom** konnten wir bereits Unterlassungsurteile erstreiten. Primastrom hat Berufung eingelegt.
- Ebenfalls im Fokus standen Versicherungen, wie etwa die **BD24**, die **ADAC Versicherung**, die **HDI Versicherung** oder die **Inter Krankenversicherung**. Geklagt haben wir wegen irreführender Werbungen, Verweigerung von Versicherungsleistungen, Ignorieren von Sonderkündigungsrechten oder Irreführung über die Leistungs- und Kündigungsvoraussetzungen.
- Im Rahmen von Geldanlagen für Verbraucher:innen sind wir unter anderem gegen die Irreführung über Zinsen vorgegangen. In Klagen gegen z.B. **Trade Republic** oder **Ginmon** verfolgen wir die Unterlassung von Zinsversprechen, die Verbraucher:innen zur Geldanlage veranlassen, wenn diese Versprechen nicht eingehalten werden. Auch das Vorenthalten von Informationen zu Risiken einer Geldanlage greifen wir in gerichtlichen Verfahren, so z.B. gegen die **Naga Group**, an.
- Unzulässige Zahlungsaufforderungen trotz Widerruf bzw. Kündigung sind ein stetes Thema gerichtlicher Verfahren der Verbraucherzentrale. Im Vordergrund steht hier die **1N Telecom**, gegen welche wir bereits in einer Vielzahl von Verfahren wegen unlauterer Geschäftspraktiken vorgehen bzw. vorgegangen sind. Aber auch **Food Europe**, **Thermondo Energy** oder **H.M. Pallhuber** forderten Beträge ein, die ihnen nicht zustanden. ■



PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT UND MEDIENECHO

Nicht nur mit Pressemeldungen macht die Verbraucherzentrale Medien auf spannende Themen aus dem Verbraucheralltag oder bedeutende Verfahren aufmerksam. Die Mitarbeiter:innen sind als Ansprechpartner:innen bei Medien fest verankert. Das belegt die gleichbleibend hohe Anzahl an Presseanfragen, die an die Verbraucherzentrale gerichtet und von den Expert:innen beantwortet werden – entweder im persönlichen Gespräch oder als Interviewpartner:in vor Mikrofon oder Kamera. So konnte die Verbraucherzentrale auch im vergangenen Jahr täglich mit vielen verschiedenen Themen in den Medien vertreten sein.

Besonders gut aufgenommen wurden zwei prominente Verfahren, die 2024 mit Erfolgen für die Verbraucherzentrale endeten. Ein Urteil des Europäischen Gerichtshofs gegen Aldi Süd und eine Entscheidung des Bundesgerichtshofs gegen L'Oreal führten zu einer breiten, überregionalen Berichterstattung. Immer wieder waren die „Tricks mit den Preisreduzierungen“ Thema: In einem Artikel auf der Homepage und in einer Podcastfolge wurden aktuelle Verfahren und Probleme zusammengestellt und auch von Medien regelmäßig aufgegriffen. Dabei ging es nicht nur um Verfahren aus dem Lebensmittelhandel. Auch über eine Abmahnung der Verbraucherzentrale gegen Amazon wegen rechtswidriger Preiswerbung berichteten viele Journalist:innen.

Weitere Medien-Themen waren erfolgreiche Verfahren gegen Sparkassen wegen unzulässiger Riesterkosten, immer wieder das dubiose Geschäftsgebaren der 1N Telecom oder ein ausführlicher Artikel über die Arbeit der Verbraucherzentrale und weitere Themen im Bereich Energie.

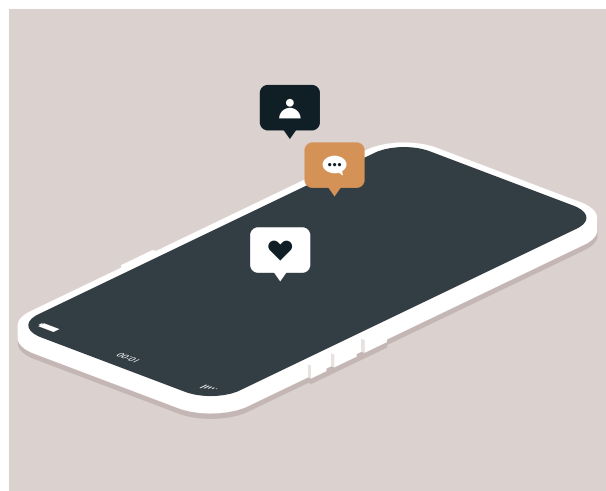
Digitale Information und Social Media

Nach einer kurzen Pause zum Jahresbeginn nahm die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg ihre Social-Media-Aktivitäten im März 2024 wieder auf. Zunächst erfolgte dies im Rahmen des Projekts „Nachhaltigkeit im Lebensmittelbereich“ mit Inhalten zu Saisonalität, Regionalität und Lebensmittelverschwendung. Ab Mai wurde der Instagram-Kanal wieder regelmäßig und themenübergreifend bespielt.

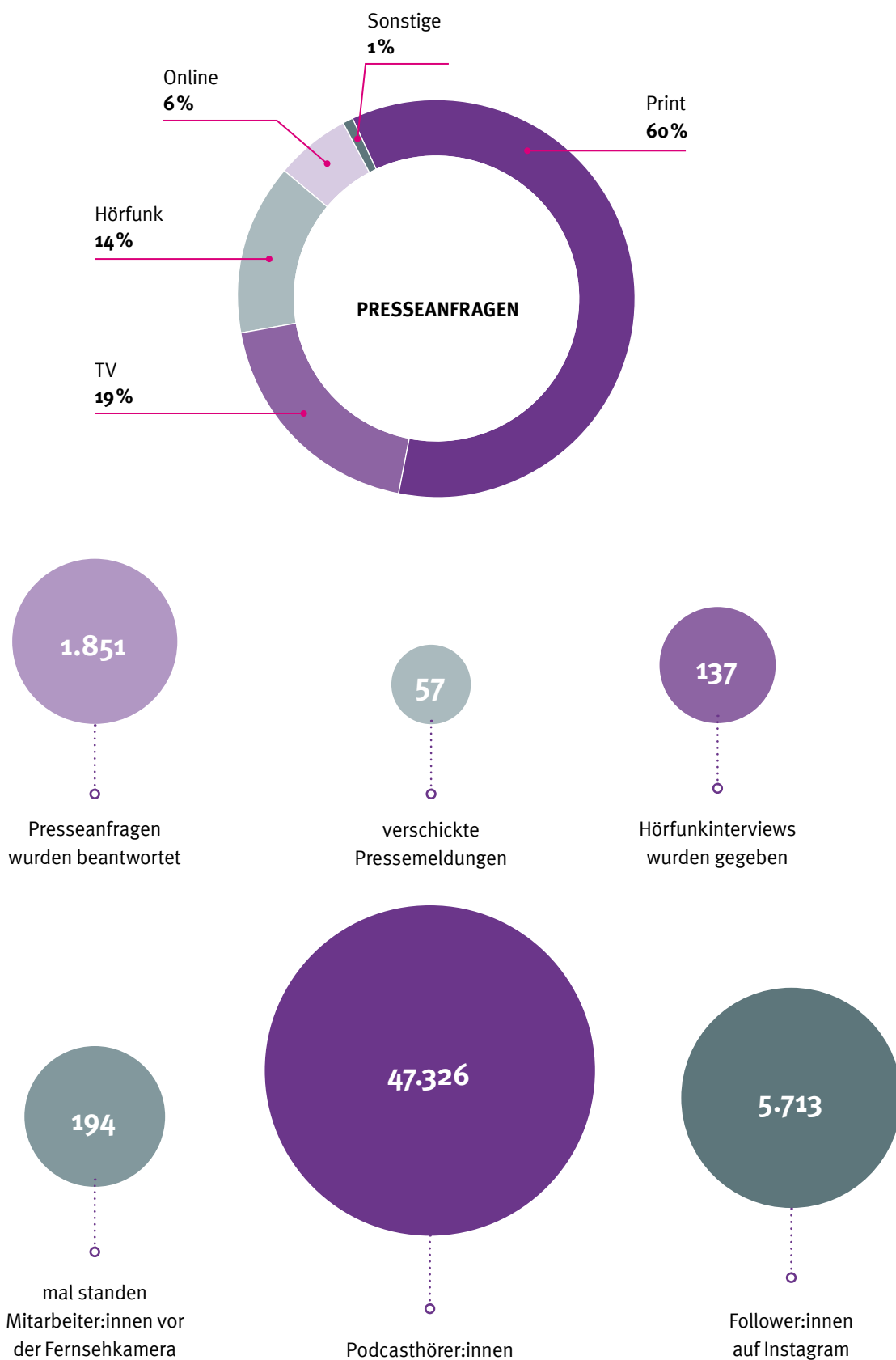
Mit insgesamt **120 veröffentlichten Beiträgen** (Posts und Reels) wuchs die **Followerzahl** im Jahr 2024 um 1.974 auf **5.713**. Die Beiträge erreichten rund **259.000 Konten** und erzielten mehr als 434.000 Impressionen sowie 9.430 Likes, 348 Kommentare und 7.520 Speicherungen.

Die Aktivitäten auf X wurden eingestellt, der Fokus der Social-Media-Arbeit liegt seitdem auf **Instagram**. Besonders erfolgreich etabliert wurden dabei zwei neue Formate: „**Wir für Euch**“ beleuchtet aktuelle Urteile und rechtliche Schritte gegen Unternehmen, während „**Aus unserer Beratung**“ echte Fallbeispiele aus der alltäglichen Arbeit aufgreift und so typische Verbraucherprobleme verständlich erklärt. Beide Formate erzielten regelmäßig **hohe Reichweiten** und stärken die Position der Verbraucherzentrale als verlässliche, alltagsnahe Informationsquelle im Netz.

Der bereits seit einigen Jahren etablierte **Podcast „Durchleuchtet – der Verbraucherfunk“** ist weiterhin fester Bestandteil des Informationsangebots der Verbraucherzentrale. 17 neue Folgen wurden 2024 produziert und veröffentlicht, insgesamt 47.326 Hörer:innen wurden mit den insgesamt 76 Folgen erreicht. **Online Seminare** sind ebenfalls fester Bestandteil des digitalen Informationsangebots der Verbraucherzentrale und werden sehr gut angenommen. ■



PRESE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT 2024 IN ZAHLEN



Rekordreichweite für Datenschutz-Post zu Meta

Mit über 37.000 erreichten Konten, mehr als 2.700 Likes und rund 6.300 Speicherungen war der Beitrag zur geplanten KI-Datennutzung durch Meta der erfolgreichste Instagram-Post des Jahres 2024. Die klare Anleitung zum Widerspruch fand großen Anklang bei der Community.



Urteil gegen Aldi Süd überzeugt auch auf Instagram

Ein Post zur erfolgreichen Klage gegen ein irreführend gestaltetes Gütezeichen bei Grana Padano erreichte über 18.500 Nutzer:innen, erhielt mehr als 600 Likes und wurde vielfach kommentiert. Der beworbene Beitrag zeigte: Rechtsdurchsetzung mit Signalwirkung kommt auch digital gut an.



Verbraucherfall „Frau B.“ macht Beratungsarbeit sichtbar

In unserem Format „Aus unserer Beratung“ berichteten wir über einen Fall von Bankhaftung nach einem Geldautomaten-Zwischenfall. Mit über 1.600 erreichten Konten und 118 Likes zeigte sich: Alltagsnahe Aufklärung kommt an.



ZAHLEN – DATEN – FAKTEN

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.

DIE VERBRAUCHERZENTRALE BADEN-WÜRTTEMBERG 2024

Verwaltungsrat

- Dr. Friedrich Bullinger (Vorsitzender)
- Udo Casper
- Dr. Michael Lesky
- Marie-Luise Linckh (bis 7. Mai 2024)
- Thomas Schärer
- Alexander Schoch MdL
- Armin Waldbüßer MdL
- Jonas Weber MdL

Vorständin: Cornelia Tausch

Beirat

- Prof. Dr. Anja Bonfig
- Martin Eisenmann
- Inge Eversberg
- Roswitha Geyer-Fäßler
- Prof. Dr. oec. Ingrid Gottschalk
- Dr. Iris Häuser
- Stefan Maier
- Thomas Rathgeb
- Daniel Schöffler
- Prof. Dr. Astrid Stadler
- Karen Wunderlich

110 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

(Stand: 31. Dezember 2024)

- 58 Teilzeitbeschäftigte
- 49 Vollzeitbeschäftigte
- 3 als Aushilfen

Außerdem 255 Honorarkräfte:

Energieberater:innen, Mietrechtsberater:innen des Mietervereins und Rechtsanwälte:innen für allgemeines Verbraucherrecht und Finanzrecht.

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

- Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE)
- Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. (vzbv)

Fördermitglieder

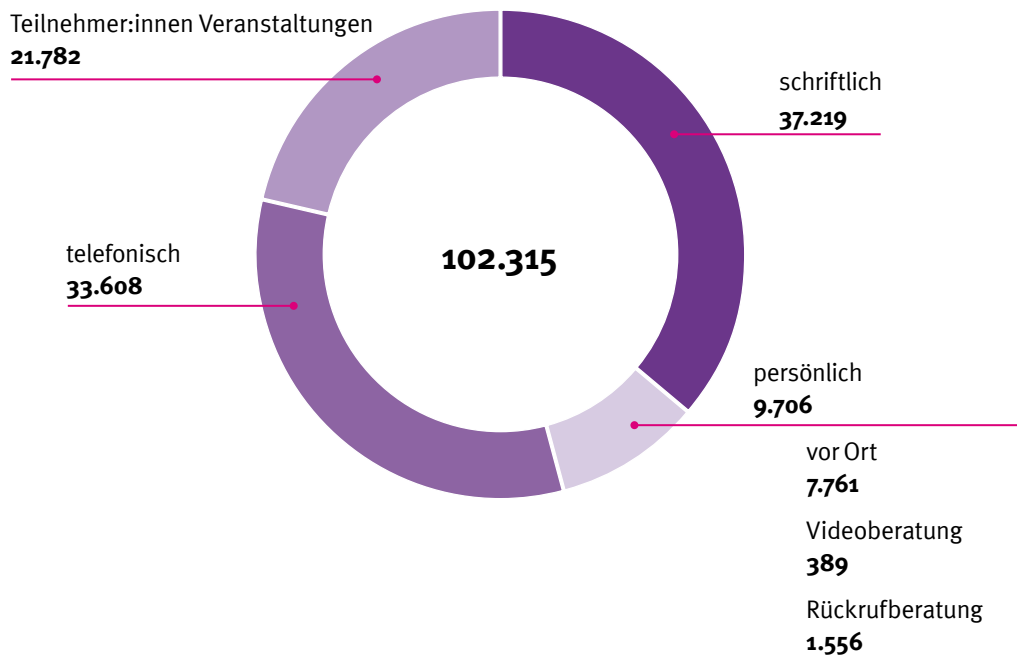
Am 31. Dezember 2024 hatte die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V. 2.387 Fördermitglieder.

Mitgliedsorganisationen

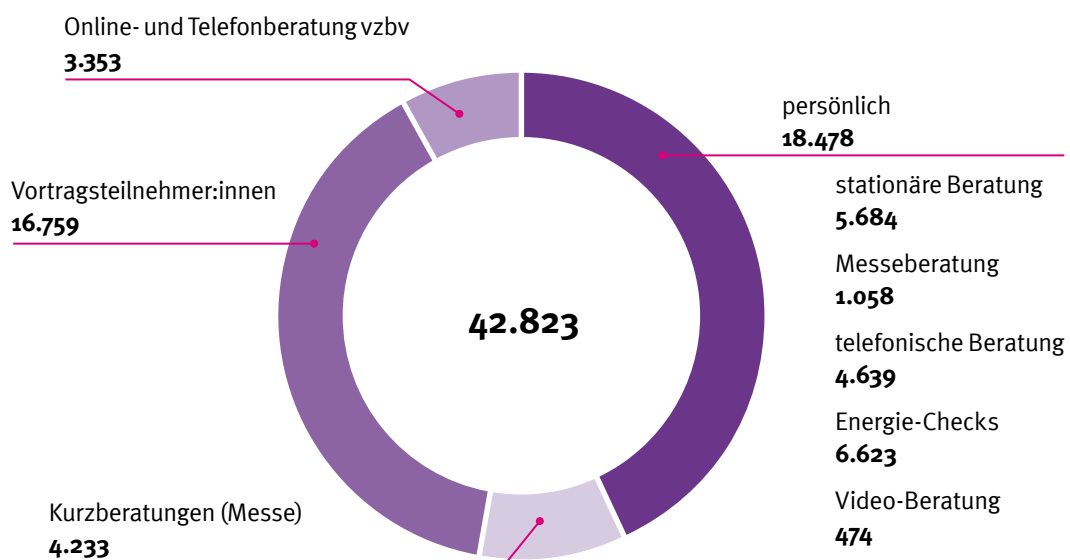
- Bündnis 90/Die Grünen, LV Baden-Württemberg
- CDU, LV Baden-Württemberg
- Deutscher Familienverband, LV Baden-Württemberg e. V.
- Deutscher Gewerkschaftsbund, Bezirk Baden-Württemberg
- Deutscher Mieterbund Baden-Württemberg e. V.
- Evangelisches Bauernwerk in Württemberg e. V.
- FDP, LV Baden-Württemberg
- Katholischer Deutscher Frauenbund e. V., Diözese Rottenburg-Stuttgart
- Katholischer Deutscher Frauenbund e. V., Diözesanverband Freiburg
- LandFrauenverband Württemberg-Baden e. V.
- LandFrauenverband Württemberg-Hohenzollern 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.



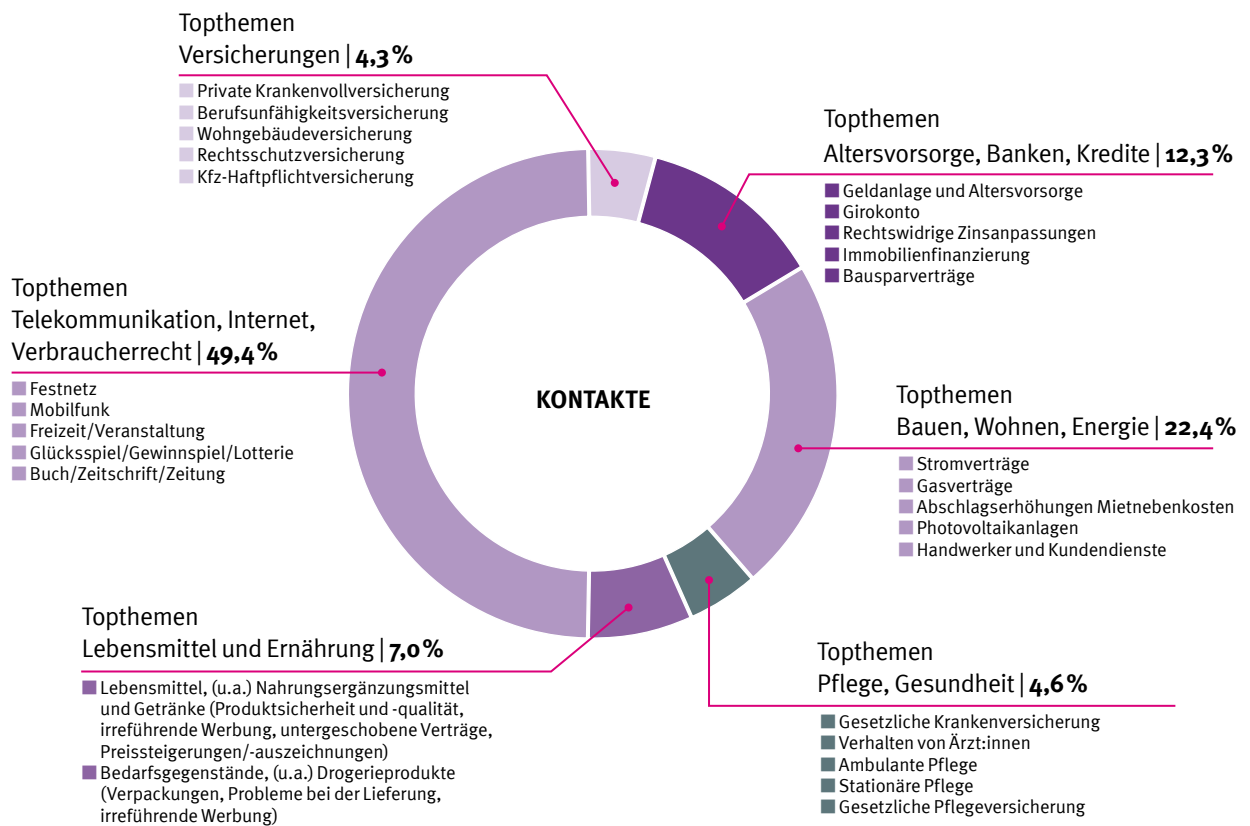
...❖ VERBRAUCHERKONTAKTE 2024 Ohne das Projekt Energieberatung



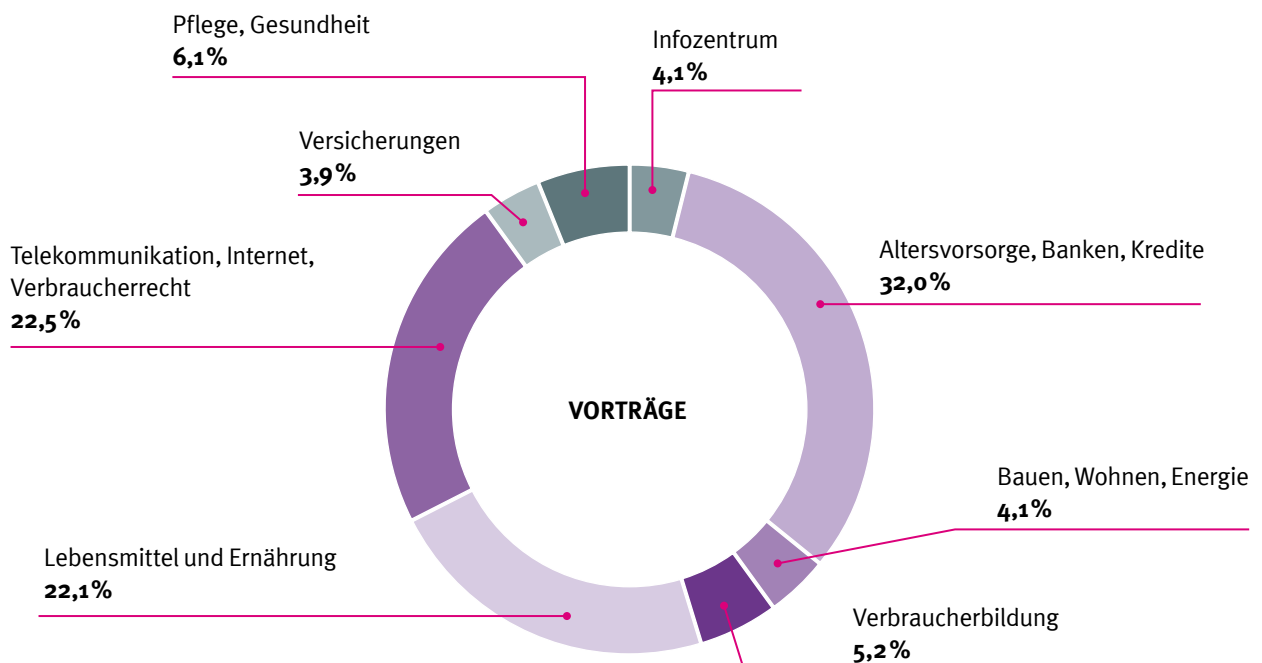
...❖ KONTAKTE PROJEKT ENERGIEBERATUNG 2024



ANTEIL VERBRAUCHERKONTAKTE NACH THEMEN 2024



VORTRÄGE: TEILNEHMER:INNEN NACH ABTEILUNGEN 2024



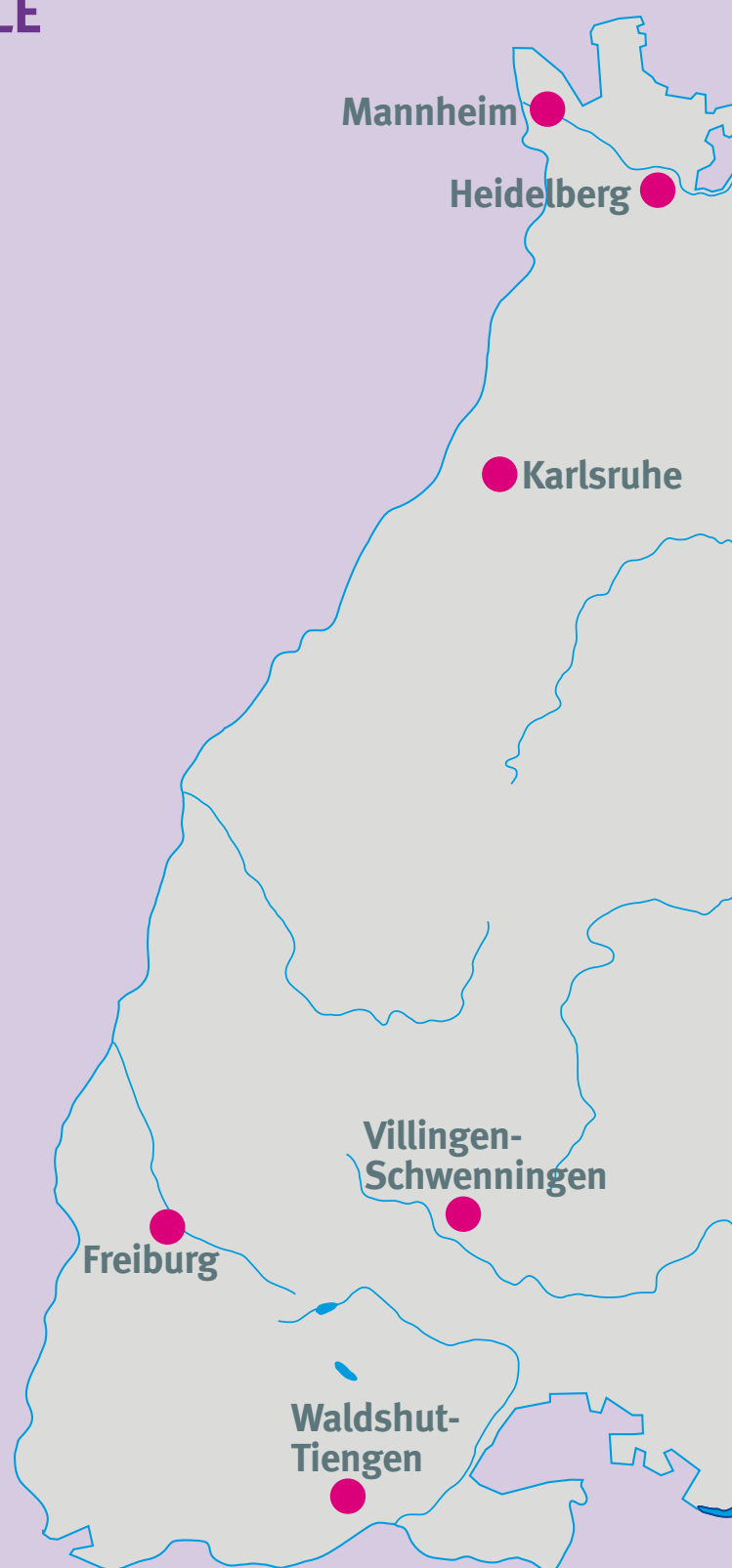
BILANZ 2024

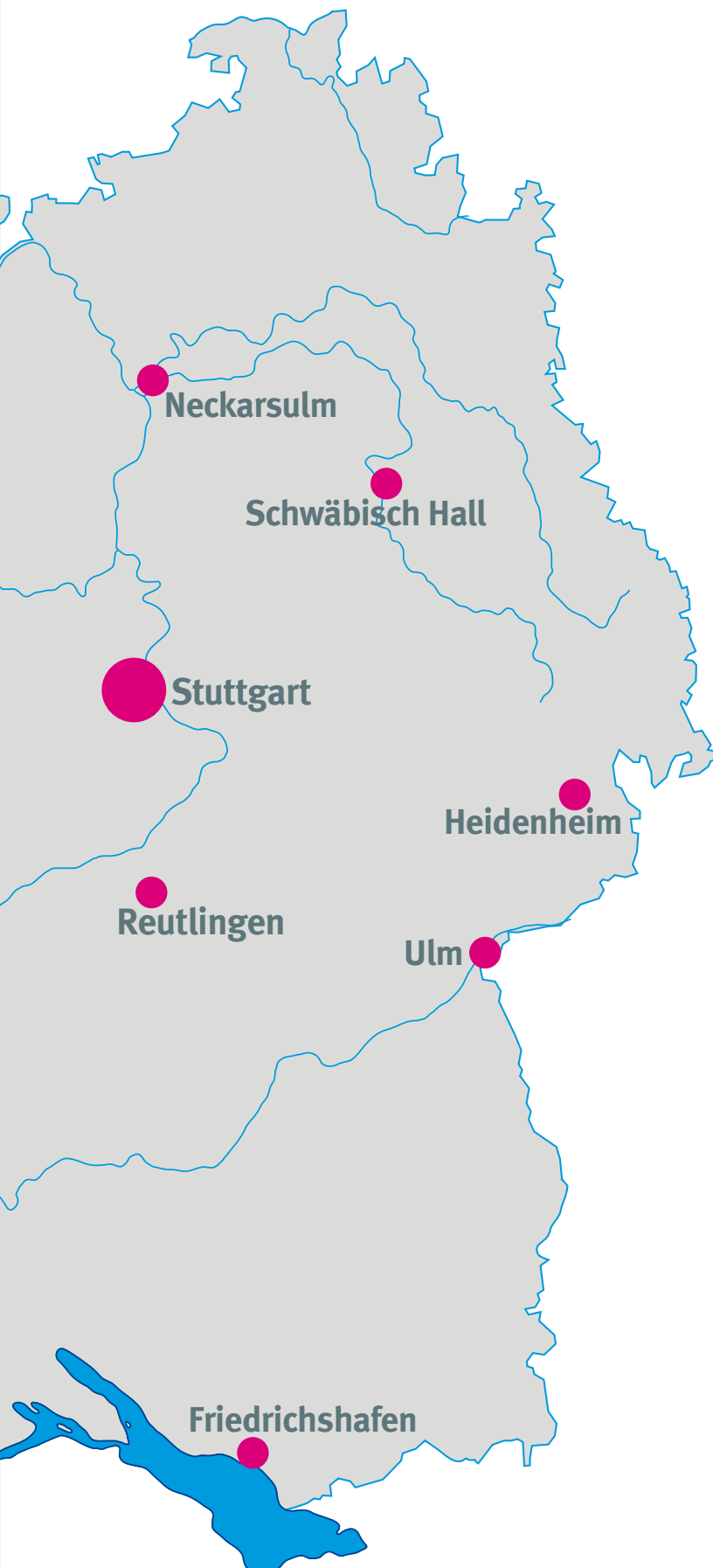
AKTIVA		€	€
Anlagevermögen			
Immaterielle Vermögensgegenstände			
Software		0,00	
Sachanlagen			
Mietereinbauten		45.662,00	
Betriebs- und Geschäftsausstattung		143.587,00	
Finanzanlagen			
Beteiligungen		130,12	
Summe Anlagevermögen			189.379,12
Umlaufvermögen			
Vorräte			
Fertige Erzeugnisse und Waren		6.978,50	
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände			
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		150.084,98	
Sonstige Vermögensgegenstände		112.188,99	
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten		2.156.334,63	
Summe Umlaufvermögen			2.425.587,10
Rechnungsabgrenzungsposten			184.750,88
SUMME AKTIVA			2.799.717,10
PASSIVA		€	€
Eigenkapital			
Vereinskapital		152.404,95	
Rücklagen LBBW Verbraucherfonds		8.124,35	
gebundenes Zuschusskapital		588.302,32	
Jahresüberschuss		375.655,08	
Summe Eigenkapital			1.124.486,70
Rückstellungen			
sonstige Rückstellungen			216.780,00
Verbindlichkeiten			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		165.743,50	
sonstige Verbindlichkeiten		54.086,90	
Summe Verbindlichkeiten			219.830,40
Rechnungsabgrenzungsposten			1.238.620,00
SUMME PASSIVA			2.799.717,10

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG 2024

Erhaltene Zuwendungen	€	€
Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz		
Institutionelle Förderung		
Allgemeiner Haushalt	4.090.890,42	
Bereich Lebensmittel & Ernährung	322.300,00	
Bereich Wirtschaftlicher Verbraucherschutz	278.300,00	
Bereich Verbraucherbildung	258.709,58	
Projekt Multimediale Verbreitung von Themen des Wirtschaftlichen Verbraucherschutzes (ab Dezember 2024)	0,00	
Projekt Nachhaltigkeit im Bereich Lebensmittel und Ernährung	130.000,00	
Projekt Abmahnung und Anrufung der Einigungsstellen	84.500,00	
Projekt Digitale Bildung (ab November 2024)	7.750,00	
Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft		
Projekt Lebensmittel & Ernährung	317.600,00	
Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz		
Projekt Wirtschaftlicher Verbraucherschutz	274.400,00	
Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft		
Marketing Energieeinsparberatung	112.000,00	
Ausbau der Energieberatung von einkommensschwachen Haushalten	273.917,86	
Verbraucherzentrale Bundesverband		
Netzwerkgruppen	6.281,54	
Projekt Energieeinsparberatung	824.810,00	
Projekt Verbraucher stärken im Quartier	52.577,10	
Weitere Zuwendungsgeber		
Bietergemeinschaft der Verbraucherzentralen Marktbeobachtung	201.870,92	
Verbraucherschutz für junge Menschen	3.714,10	
Projekt Gesund und nachhaltig essen mit kleinem Budget – gemeinsam Ernährungsarmut begegnen	36.580,00	
Kommunen	100.500,00	
Rückzahlungen Zuwendungen	- 35.217,74	
Summe Zuwendung		7.341.483,78
Umsatzerlöse (Einnahmen aus Beratungen, Vorträge und Ratgebern)		367.569,17
Fördermitglieder		56.041,21
sonstige betriebliche Erträge (Einnahmen aus Vertragsstrafen, Spenden und sonstige)		767.264,68
Aufwendungen	€	€
Materialaufwand		
Aufwendungen für bezogene Waren (Veröffentlichungen)	- 198.035,28	
Aufwendungen für bezogene Leistungen (Honorare, Veranstaltungen)	- 781.149,78	
Summe Materialaufwand		- 979.185,06
Personalaufwand		
Löhne und Gehälter	- 4.690.461,83	
soziale Abgaben und Aufwendungen für die Altersversorgung	- 1.188.806,53	
Summe Personalaufwand		- 5.879.268,36
Abschreibung auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		- 162.390,94
sonstige betriebliche Aufwendungen		
Büromaterial, Fachzeitschriften	- 26.121,09	
Post- und Telefonkosten	- 66.617,21	
Mieten und Pachten	- 349.786,85	
Bewirtschaftung betrieblicher Räume	- 202.084,52	
Reise-, Aus- und Fortbildungskosten	- 135.809,80	
Honorare, Rechts- und Beratungskosten	- 54.062,38	
Mitgliedsbeiträge	- 616,00	
sonstiger betrieblicher Aufwand	- 306.316,85	
Summe sonstige Aufwendungen		- 1.141.414,70
sonstige Zinsen und Erträge		5.733,12
Zinsen und ähnliche Aufwendungen		- 177,82
Jahresüberschuss		375.655,08

BERATUNGSSTELLEN DER VERBRAUCHERZENTRALE BADEN-WÜRTTEMBERG





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

❖ **Freiburg** | Kaiser-Joseph-Straße 271
79098 Freiburg
• Di 10–13 Uhr | Do 15–18 Uhr

❖ **Friedrichshafen** | Riedleparkstraße 1
88045 Friedrichshafen
• Mo 14–17 Uhr | Mi 10–13 Uhr

❖ **Heidelberg** | Poststraße 4
69115 Heidelberg
• Di 9–12 Uhr | Do 14–17 Uhr

❖ **Heidenheim** | Hintere Gasse 60
89522 Heidenheim
• Mi 9–12 Uhr | Do 14–17 Uhr

❖ **Karlsruhe** | Kaiserstr. 167 | 76133 Karlsruhe
• Mo 13–17 Uhr | Mi 10–14 Uhr

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

❖ **Neckarsulm** | Schindlerstraße 9
74172 Neckarsulm
• Di 10–14 Uhr | Mi 13–17 Uhr

❖ **Reutlingen** | Kanzleistraße 20
72764 Reutlingen
• Do 13–17 Uhr

❖ **Schwäbisch Hall** | Steinerner Steg 6
74523 Schwäbisch Hall
• Di 9–12 Uhr | Do 13–16 Uhr

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

❖ **Villingen-Schwenningen** | Winkelstraße 7
78056 Villingen-Schwenningen
• Di 10–14 Uhr | Do 13–17 Uhr

❖ **Waldshut-Tiengen** | Poststraße 2
Parkhaus Kornhaus
79761 Waldshut-Tiengen
• Di 15–17 Uhr | Do 10–12 Uhr

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

BERATUNGSTELEFON

1,99 Euro/Min. (inkl. MwSt.) aus allen Netzen
Infos zum Datenschutz: www.vz-bw.de/datenschutz

Montag bis Freitag 9–12 Uhr | Mittwoch 15–18 Uhr
Telekommunikation und allgemeines Verbraucherrecht
0900 5 77442 5

Bauen, Wohnen, Energieverträge
0900 5 77442 6

Altersvorsorge, Banken, Kredite
0900 5 77442 7

Versicherungen
0900 5 77442 9

Mittwoch 15–18 Uhr | Donnerstag 9–12 Uhr
Pflege und Gesundheit
0900 5 77442 8

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



@verbaucherzentrale.bw

Für den Inhalt verantwortlich:

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

Erscheinungsdatum: Juni 2025 | © Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.

Illustrationen: © Nadia Snopek / Adobe Stock