



Die Verbraucherzeitung

Unwirksame Rentenkürzung: BGH bestätigt Urteil gegen Allianz

Im Streit um die Kürzung von Rentenfaktoren in Riester-Verträgen haben wir einen wichtigen Sieg für Verbraucher:innen errungen. Der Bundesgerichtshof (BGH) hat Anfang Dezember 2025 entschieden, dass die von der Allianz genutzte Vertragsklausel zur Senkung des Rentenfaktors unwirksam ist (Az. IV ZR 34/25). Damit steht fest: Die Allianz durfte die vertraglich zugesagte Rentenhöhe nicht einseitig reduzieren.



© Aleksandr Fedosov / AdobeStock

Auslöser der Klage war, dass die Allianz in Riester-Verträgen die ursprünglich vereinbarten Rentenfaktoren abgesenkt hatte. Bereits das Oberlandesgericht Stuttgart hatte diese Praxis im Januar 2025 für rechtswidrig erklärt. Die Allianz focht diese Entscheidung an, scheiterte nun jedoch vor dem BGH. Die Richter kritisierten vor allem, dass die Klausel dem Versicherer ein „einseitiges Recht zur Neubestimmung der versprochenen Leistung“ gebe. Eine solche Klausel sei unzumutbar, wenn sie lediglich Kürzungen, aber keine Erhöhungen bei verbesserten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen vorsehe.

Zwar darf der Versicherer nach dem Versicherungsvertragsgesetz prinzipiell die Rente herabsetzen. Allerdings muss er sich dann spiegelbildlich in transparenter Weise dazu verpflichten, die Rente wieder zu erhöhen, wenn die Umstände, die zur Kürzung geführt haben, später entfallen. Genau das war in den Versicherungsbedingungen der Allianz nicht vorgesehen.

Die betroffene Treuhänderklausel ist nicht nur ein Einzelfall, sondern in der gesamten Versicherungsbranche seit Jahren verbreitet. In dem Fall, der der Klage zugrunde lag, reduzierte die Allianz den Rentenfaktor eines betroffenen Vertrags von 38,74 Euro auf 30,84 Euro je 10.000 Euro Policenwert – rund 20 Prozent weniger. Begründet wurde dies unter anderem mit

der Niedrigzinsphase. Doch inzwischen hat sich das Zinsniveau deutlich verändert; eine automatische Anhebung des Rentenfaktors sah die Allianz dennoch nicht vor. Dass der BGH dieser Praxis nun einen Riegel vorgeschoben hat, begrüßen wir ausdrücklich.

Der Fall zeigt einmal mehr, dass die Riester-Rente aus unserer Sicht dringend reformiert werden muss. Ein Blick auf den aktuellen Referentenentwurf des Bundesfinanzministeriums zeigt, dass dieser die bekannten Probleme zum Altersvorsorge-reformgesetz der privaten Altersvorsorge nicht löst.

Wir setzen uns deshalb bereits seit 2011 für ein standardisiertes, verbraucherfreundliches Basisprodukt ein – inspiriert vom schwedischen Modell, das sich ausschließlich an Verbraucherinteressen orientiert.

Betroffene können mithilfe unseres Musterbriefes (aufrufbar auf unsere Website unter vz-bw.de/node/82207) eine Korrektur des Rentenfaktors einfordern. Auf unserer Webseite stellen wir Informationen und den kostenlosen Musterbrief bereit.



Die Klausel, um die es geht

Die Allianz berief sich auf folgende Klausel in ihren Allgemeinen Versicherungsbedingungen, die ihr eine nachträgliche Herabsetzung des Rentenfaktors ermöglichen sollte:

„Wenn aufgrund von Umständen, die bei Vertragsabschluss nicht vorhersehbar waren, die Lebenserwartung der Versicherten sich so stark erhöht oder die Rendite der Kapitalanlagen (siehe § 25 Abs. 1 a Satz 4) nicht nur vorübergehend so stark sinken sollte, dass die in Satz 1 genannten Rechnungsgrundlagen voraussichtlich nicht mehr ausreichen, um unsere Rentenzahlungen auf Dauer zu sichern, sind wir berechtigt, die monatliche Rente für je 10.000 € Policenwert so weit herabzusetzen, dass wir die Rentenzahlung bis zu Ihrem Tode garantieren können.“



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

Liebe Leserin, lieber Leser,

ein starkes Signal für Verbraucherrechte: Der Bundesgerichtshof hat unsere Klage gegen die Allianz Lebensversicherungs-AG bestätigt – die Allianz darf sich nicht auf eine unzulässige Klausel berufen, mit der sie eine einseitige Kürzung des Rentenfaktors begründen wollte. Dieses Urteil ist nicht nur ein Erfolg in einem einzelnen Fall, sondern zeigt, wie wichtig es ist, dass die Verbraucherzentralen solche Missstände konsequent vor Gericht bringen. Viele Betroffene hätten ohne unsere Unterstützung kaum eine Chance, sich gegen große Unternehmen durchzusetzen. Mehr zum Fall, in dem die Allianz in Riester-Verträgen den ursprünglich zugesagten Rentenfaktor und damit die Rentenhöhe reduziert hatte, lesen Sie gleich hier nebenan.

Solche positiven Entscheidungen bestärken uns in unserer täglichen Arbeit, über die wir in der ersten Ausgabe des neuen Jahres wieder gerne berichten.

In der letzten Ausgabe haben wir Sie bereits eingestimmt auf die kommende Landtagswahl in Baden-Württemberg am 8. März 2025 und unsere Forderungen für eine verbraucherfreundliche Politik des Landes formuliert. Die Parteien haben inzwischen mehrheitlich ihre Wahlprogramme erstellt und einige haben uns bereits geantwortet. Leider passt dies zeitlich nicht mit dieser Ausgabe der Verbraucherzeitung zusammen. Besuchen Sie im neuen Jahr gerne unsere Website, die eine eigene Seite zur Landtagswahl erhalten wird. Unser Motto ist „Stärken, was alle stärkt: Verbraucherschutz!“

Viel Spaß beim Lesen und einen guten Start ins neue Jahr wünscht Ihnen

Ihre Cornelia Tausch

„Gratis testen“ oder „Cashback“ – nicht wirklich kostenlos

Ob Schokolade, Waschmittel oder Zahnpasta, immer wieder werden Produkte mit „Gratis testen“ – oder „Cashback“-Aktionen beworben. Was auf den ersten Blick nach einem kostenlosen Angebot klingt, entpuppt sich in der Umsetzung oft als kompliziert – teilweise auch als irreführend.

Wie funktionieren diese Aktionen überhaupt?

Zunächst müssen die Aktionsprodukte ganz normal gekauft und bezahlt werden. Anschließend sollen dann Fotos der Produkte und des Kassenbons auf einer Aktionsseite hochgeladen werden. Nach einer Prüfung erfolgt die Rückerstattung des Kaufpreises – so das Werbeversprechen.

Die Fallstricke

Viele Verbraucherinnen und Verbraucher haben sich bei der Verbraucherzentrale über Probleme beim Einlösen beschwert. Die Hauptgründe waren:

- **Teilnahmebedingungen nicht vollständig klar:** Auf der Verpackung wird mit einem Aufkleber für die Aktion geworben. Dabei ist der Platz begrenzt und die vollständigen Teilnahmebedingungen sind nur online über einen Link oder QR-Code abruf-

bar. Somit sind nicht alle wichtigen Informationen vor dem Kauf direkt ablesbar.

- **Begrenzte Kontingente:** Meist ist die Aktion nur für eine bestimmte Anzahl an Einlösungen vorgesehen. Ist das Kontingent erschöpft, gibt es keine Erstattung – selbst wenn der angegebene Aktionszeitraum noch läuft.
- **Gewinnspiel statt Garantie:** Manche „Gratis testen“-Aktionen sind in Wahrheit Gewinnspiele. Die Rückerstattung erfolgt dann per Zufallsauslosung und nicht je Registrierung.
- **Datenschutz:** Für die Teilnahme müssen oft umfangreiche persönliche Daten angegeben werden – vom Alter über Postanschrift bis hin zur Bankverbindung. Nicht immer ist nachvollziehbar, wozu derart umfangreiche Daten benötigt werden.

„Geld zurück“ ist nicht „Gratis“

Aus Sicht der Verbraucherzentrale ist die Werbung mit dem Begriff „Gratis“ in diesem Zusammenhang irreführend. Denn der Kaufpreis muss zunächst bezahlt werden und die Teilnahme ist mit einem hohen Aufwand verbunden. Spätestens wenn die Rückerstattung nicht erfolgt oder es sich tatsächlich um ein Gewinnspiel handelt, kann von „Gratis“ keine Rede sein.

Rechtliche Schritte

Ende 2025 hat die Verbraucherzentrale Klage gegen ein Lebensmittelunternehmen wegen irreführender Werbung mit „Gratis testen“ erhoben. Obwohl die Produktverpackung „Gratis testen“ und „100% Geld zurück“ versprach, war die Einlösung über

Wochen nicht möglich. Nun wird ein Gericht darüber entscheiden, ob die Werbeaktion in dieser Form irreführend war.

Was können Verbraucher:innen tun?

- **Kleingedrucktes lesen:** Prüfen Sie die Teilnahmebedingungen vor dem Kauf sorgfältig.
- **Fristen und Kontingente beachten:** Oft ist die Erstattung auf eine bestimmte Anzahl begrenzt, manchmal auch gestaffelt nach Wochen oder Monaten.
- **Datenschutz prüfen:** Lesen Sie die Datenschutzhinweise und überlegen Sie, ob die Rückerstattung Ihnen die geforderten Daten wert ist.

Fazit: „Gratis testen“ ist nicht kostenlos und darf aus Sicht der Verbraucherzentrale auch nicht so beworben werden. Unternehmen sollten die Teilnahmebedingungen direkt auf den Aktionspackungen deutlich machen, damit mögliche Einschränkungen bereits vor dem Kauf eindeutig erkennbar sind. Weiterhin sollten Unternehmen solche Werbeaktionen nicht zur Datensammlung und kostenlosen Marktforschung nutzen, sondern nur die Daten erheben, die für die Rückerstattung zwingend notwendig sind.

Gender Pricing – geschlechtsbezogene Preise

Wenn Frauen oder Männer für identische Produkte oder Dienstleistungen unterschiedliche Preise bezahlen müssen, ist das eindeutig unfair – dieses Phänomen bezeichnet man als „Gender Pricing“. Vor allem Frauen zahlen zum Beispiel für Drogerieartikel, die speziell für Frauen beworben werden, oft weit höhere Preise als Männer für ähnliche Produkte – die sogenannte „Pink Tax“.

Grundsätzlich können Hersteller und der Handel die Preise frei gestalten, allerdings verstößt es gegen das Diskriminierungsverbot, wenn eine Person nur aufgrund ihres Geschlechts mehr bezahlen muss. Eine Studie der Antidiskriminierungsstelle des Bundes hat im Jahr 2017 festgestellt, dass die meisten Produkte und Dienstleistungen für beide Geschlechter zum gleichen Preis angeboten werden. Deutlich aus dem Rahmen fielen jedoch Friseurleistungen: Fast 90 Prozent der Friseure verlangten für gleichartige Kurzhaarschnitte von Frauen höhere Preise als von Männern.

Diese Tatsache schilderte uns auch eine Verbraucherin, die sich die Mühe machte und 25 Preislisten von Friseursalons ausgewertet hat. In 20 von 25 Fällen wird für eine Leistung mit gleichem Umfang für Kurzhaar-Waschen, -Schneiden, -Föhnen ein deutlich höherer Preis für Frauen als für Männer verlangt. Die berechnete durchschnittliche Preisdifferenz lag bei 15,74 Euro, in einem Fall sogar bei 64,50 Euro.

Wir gingen der Sache nach und schrieben den Fachverband Friseure an. Die Antwort auf die Frage nach dem geschlechtsspezi-

fischen Preisunterschied lautete, dass Frauen modebewusster seien und beim Haarschnitt sowie der Beratung höhere Ansprüche stellen würden. Des Weiteren wären bei Frauenhaarschnitten spezielle Fertigkeiten und festigende Substanzen notwendig, wodurch der höhere Preis gerechtfertigt sei. Wir sind da anderer Meinung. Heute stehen Männer in Sache Modebewusstsein Frauen in nichts nach – ihre Haarschnitte sind oft sogar komplexer gestaltet. Hinzu kommt, dass zusätzliche Leistungen extra in der Preisliste aufgeführt werden müssen und somit je nach Bedarf abgerechnet werden sollten und nicht pauschal im Haarschnitt. Unterschiede sind auch nicht zwangsläufig auf das Geschlecht zurückzuführen, sondern auf die unterschiedlichen Menschen sowie deren Haare.

Zudem wollten wir wissen, was sich acht Jahre nach der 215-seitigen Studie zur „Preisdifferenzierung nach Geschlecht in Deutschland“ der Antidiskriminierungsstelle des Bundes getan hat und wandten uns zuerst an die Antidiskriminierungsstelle des Landes Baden-Württemberg. Die verwies uns darauf, dass die relevanten Fragen zur geschlechtsbezogenen Preis-



© amixstudio / AdobeStock

differenzierung an die Antidiskriminierungsstelle des Bundes zu richten seien. Die Antwort aus Berlin war ernüchternd: Eine neue Studie oder Umfrage zum Gender Pricing sei nicht geplant. Das Problem sei zwar weiterhin bekannt, besonders aus Medienberichten, aber aktuelle Daten lägen nicht vor. Auch politische Maßnahmen, um geschlechtsbezogene Preisunterschiede zu begrenzen, seien derzeit nicht in Sicht.

Und dies obwohl in der Studie des Bundes folgende Handlungsempfehlung ausgesprochen wurde:

„Das Phänomen der Preisdifferenzierung nach Geschlecht“ sollte „weiter im Blick behalten werden. „Wünschenswert wäre eine vergleichbare Erhebung in periodischen Abständen, um Veränderungen feststellen zu können. So könnte ein Monitoring von Waren und Dienstleistungen im Hinblick auf geschlechtsspezifische Preisdifferenzierung beim Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz fest etabliert werden.“

Damit zeigt sich, dass Gender Pricing auf politischer Ebene kein Thema ist und nichts getan wird. Es ist jedoch erfreulich, dass manche Friseurgeschäfte schon fortschrittlicher sind und nicht bei allen Haarschnitten nach dem Geschlecht differenzieren.

Was können Sie tun, wenn Sie von Gender Pricing betroffen sind?

Wenn Sie beim Friseur aufgrund ihres Geschlechts mehr zahlen müssen, dann können Sie sich auf das Gleichbehandlungsgesetz berufen und den günstigeren Preis einfordern. Zugleich sollten sie Gender Pricing der Antidiskriminierungsstelle melden und auch mit Politiker:innen bei Ihnen vor Ort sprechen, denn nur so kann sich auf Dauer etwas ändern.

Weitere Information zum Thema auf unserer Homepage:



Gesundheitsversprechen ohne Beleg: Magische Magnetfeldmatten

Ein Verbraucher wandte sich mit einer Anfrage zu einem Anbieter an uns, der in seinem Onlineshop Produkte zu erstaunlich hohen Preisen verkaufte – verbunden mit ebenso erstaunlichen Versprechen. Die angebotenen Magnetfeld- und Kristallmatten sollten unter dem Namen „Healymat“ gleich mehrere geheimnisvolle Heilwirkungen entfalten.

Unsere Prüfung des Angebots und der Verkaufspraktiken der Firma Redtherm Espana SL zeigte: Die Matten wurden mit „sechs Therapieformen für das körperliche Wohlbefinden“ beworben. Hinter diesen Therapieformen verbargen sich fantasievolle Begriffe wie „pulsierendes Magnetfeld“, „Infrarot-Tiefenwärme“, „Biophotonen-Lichttherapie“, „Chakra-Kristalle“, „negative Ionen“ und „Schumann-Resonanz“. Insgesamt sollte das Produkt, laut allgemeiner Darstellung, mehr Energie und Vitalität liefern.

An anderer Stelle wurde der Anbieter dann sehr konkret: Die Magnetfeldmatten sollten angeblich gesundheitsbezogene Wirkungen haben, etwa die Verbrennung von Kalorien, die Neutralisierung von Viren oder die Stärkung des Immunsystems. Darüber hinaus stellte er auch Heilversprechen in Aussicht: Die Matten sollten bei Krankheiten wie Krebs, Arthritis, chronischen Schmerzen oder Depressionen helfen. Ebenso sollten sie Allergiesymptome mindern und Heilungsprozesse im Körper beschleunigen. So fantastisch wie die Wirkungsbehauptungen waren auch die Preise: Sie lagen teils weit über 1.000 Euro.



© Barillo Images / AdobeStock

Allerdings wies das Angebot gravierende rechtliche Mängel auf – insbesondere einen klaren Verstoß gegen das Heilmittelwerbegesetz (HWG). Denn gesundheitsbezogene

Wirkungen dürfen nur beworben werden, wenn sie wissenschaftlich belegt sind. Der Anbieter konnte jedoch keinerlei belastbare Nachweise vorlegen. Und es ist äußerst zweifelhaft, dass solche Nachweise überhaupt möglich wären. Offenbar

war ihm das auch bewusst. Denn am Ende seiner Produktbeschreibung schränkte er ein, die angeblichen Wirkungsweisen beruhten lediglich „auf Erfahrungen, die wir und unsere Kunden gemacht haben“. Zudem räumte er ein, dass die Technologie „nicht der schulwissenschaftlichen Auffassung und Lehrmeinung“ entspreche und die behaupteten Effekte wissenschaftlich nicht anerkannt seien.

Wir informierten den Verbraucher über die Rechtslage und mahnten den Anbieter der Matten ab. Da dieser jedoch keine Unterlassungserklärung abgab, erhoben wir Klage beim Landgericht Köln. Das Gericht folgte unserer Auffassung und entschied in Urteilen vom März und September 2025 zugunsten der Verbraucherzentrale: Der Anbieter hat es zu unterlassen, Magnetfeldmatten mit den sechs angeblichen „Therapieformen“ und ihren gesundheitsfördernden Wirkversprechen zu bewerben – zumindest solange kein wissenschaftlicher Nachweis erbracht wird. Die Verbraucherzentrale hält einen solchen Nachweis für ausgeschlossen.

Zusätzlich beanstandete das Gericht, dass der Anbieter mit einem offenbar selbst entworfenen Prüfsiegel warb. Die darin enthaltenen Angaben waren weder vollständig lesbar noch wurde eine ausreichend deutliche Fundstelle angegeben, an der Informationen über die angeblichen Testergebnisse zu finden wären. Auch dies ist künftig verboten. Darüber hinaus muss der Anbieter seine Kundinnen und Kunden nun ordnungsgemäß über das gesetzliche Widerrufsrecht belehren – eine Pflicht, der er bisher ebenfalls nicht nachgekommen war.

Unfallversicherung: eine Alternative zur Berufsunfähigkeitsversicherung?

In Deutschland gibt es rund 25 Millionen private Unfallversicherungen – sie gehören damit zu den am häufigsten abgeschlossenen Policen überhaupt. Für Versicherer sind sie besonders lukrativ, denn kaum eine andere Sparte hat eine derart niedrige Schadensquote. Das bedeutet: Für Unternehmen bleibt viel Gewinn übrig. Da liegt die Frage nahe, ob die Unfallversicherung vielleicht eine günstigere Alternative zur deutlich teureren Berufsunfähigkeitsversicherung sein könnte. Ein genauer Blick zeigt: Das ist sie nicht.

Die Unfallversicherung zahlt – wenig überraschend – nur dann, wenn tatsächlich ein Unfall vorliegt. Die Bedingungen definieren genau, was darunter zu verstehen ist: eine „unfreiwillige Gesundheitsschädigung durch ein plötzlich von außen auf den Körper einwirkendes Ereignis“.

das Ereignis den Körper direkt treffen muss, führt zudem dazu, dass psychische Beeinträchtigungen weitgehend ausgeschlossen sind.

Zwar haben Versicherer ihre Tarife in den vergangenen Jahren erweitert; manche

Policen schließen heute auch allergische Reaktionen oder Infektionen nach Tierstichen ein; einige wenige decken sogar konkret benannte Infektionskrankheiten wie Masern oder Diphtherie ab; häufig versichert sind inzwischen auch Folgen erhöhter Kraftanstrengung wie verrenkte Gelenke oder gezerzte Muskeln. Entscheidend bleibt jedoch: Krankheiten sind grundsätzlich nicht versichert – in der Berufsunfähigkeitsversicherung hingegen schon. Diese leistet ausdrücklich sowohl bei unfallbedingter als auch bei krankheitsbedingter Berufsunfähigkeit.

Hier ist die Statistik eindeutig: Von zehn Fällen dauerhafter Invalidität beruht nur

einer auf einem Unfall, neun hingegen auf einer Krankheit. In der großen Mehrheit der Fälle würde die Unfallversicherung also gar nicht zahlen – die Berufsunfähigkeitsversicherung hingegen in allen zehn Fällen. Die Unfallversicherung deckt also nur einen sehr kleinen Ausschnitt des Risikos ab und kann deshalb keine echte Alternative sein.

Auch die Höhe der Leistungen unterscheidet sich deutlich. Die Auszahlung der Unfallversicherung berechnet sich aus der vereinbarten Grundsumme und einer möglichen Progression. Zwar lassen sich beide Faktoren hoch vereinbaren, dennoch sind Zahlungen im hohen sechsstelligen Bereich oder darüber hinaus selten. Die Berufsunfähigkeitsversicherung hingegen zahlt oft über viele Jahre oder sogar Jahrzehnte hinweg eine monatliche Rente – insgesamt meist weit höhere Beträge.

Dass freiwillige Selbstschädigung nicht versichert ist, versteht sich von selbst. Auch die Voraussetzung der „Plötzlichkeit“ entspricht unserem Alltagsverständnis: Ein Unfall passiert abrupt; Schädigungen, die sich langsam entwickeln, fallen damit aus dem Versicherungsschutz heraus.

Ebenso klar grenzt die Unfallversicherung Unfallfolgen von Krankheiten ab. Krankheiten wirken im Körper, nicht von außen. Deshalb besteht für Krankheitsfolgen bei Unfallversicherungen grundsätzlich kein Versicherungsschutz. Die Bedingung, dass



© Nanci / AdobeStock

Fazit: Eine Alternative zur Berufsunfähigkeitsversicherung ist die private Unfallversicherung nicht. Ihr fehlen sowohl der Schutz vor krankheitsbedingter Invalidität als auch regelmäßig die für den tatsächlichen Einkommensausfall notwendige finanzielle Absicherungshöhe.

Schluss mit einseitiger Werbung: Generali muss bei Rürup-Rente nachbessern

Die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg hat vor dem Landgericht München einen wichtigen Erfolg für Verbraucherinnen und Verbraucher erzielt. Mit dem Urteil vom September 2025 (Az. 4 HK O 412/25) untersagte das Gericht dem Versicherer Generali Deutschland AG, künftig im Internet für die sogenannte Rürup-Rente (Basisrente) an „zahlreichen Stellen“ damit zu werben, dass die Rürup-Rente „steuerlich gefördert“ sei und man mit ihr „Steuern sparen“ könne, ohne zugleich klarzustellen, dass im Rentenalter eine Besteuerung der Rentenzahlungen erfolgt. Wenn der Versicherer Steuervorteile beim Rentenaufbau als besondere Vorteile der Rürup-Rente werblich in den Vordergrund stellt und Steuerberechnungen anstellt, sei es ihm zuzumuten, dem Verbraucher vor Augen zu führen, dass der Steuervorteil beim Vermögensaufbau infolge der Steuerpflicht in der Rentenphase aufgezehrt werden könne und es sich letztendlich jedenfalls teilweise nicht um eine Steuerersparnis, sondern eine zeitliche Verschiebung der Versteuerung in die Auszahlungsphase handele, so das Gericht.

Generali hatte online für ihre Basisrente mit einer „Steuerersparnis“ von über 13.000 Euro und einer „steuerlichen Förderquote“ von 31,40 Prozent geworben, jedoch verschwiegen, dass die spätere Rente in der Auszahlungsphase – abhängig vom Rentenbeginn – voll zu versteuern ist. Diese sogenannte „nachgelagerte Besteuerung“ könne die in Aussicht gestellten Vorteile erheblich relativieren, so das Gericht. Diese Information sei für den Verbraucher aber wichtig, „um darüber zu entscheiden, ob er das von der Beklagten beworbene Modell wählt oder gegebenenfalls andere Modelle des Vermögensaufbaus zum Zwecke der Altersvorsorge wählt“, so die Begründung des Gerichts.

Vorsicht vor Werbung mit Steuervorteilen

Immer wieder werben Anbieter mit vermeintlichen Steuervorteilen für teure und unflexible Finanzprodukte, die gegen hohe Provisionen oder Vermittlungshonorare angeboten werden. Das Urteil ist ein wichtiger Erfolg, um die unseriöse einseitige Werbung zu beenden. Wenn

Vermittler und Versicherer vor allem mit Steuerersparnissen werben, sollten Verbraucherinnen und Verbraucher misstrauisch werden. Häufig sind die Produkte teuer, unflexibel und intransparent. Wer fürs Alter vorsorgen will, sollte nicht allein

auf Steuerargumente setzen, sondern bedarfsgerechte und kostengünstige Lösungen wählen. Die Verbraucherzentrale unterstützt dabei mit einem umfangreichen Angebot an Online-Seminaren, mit Beratung und Infos auf der Homepage.

Dauerwerbesendung auf YouTube? So nicht!

YouTube ist für viele Influencer längst ein lukratives Geschäftsmodell geworden. Sie verdienen ihr Geld mit Werbung, die geschickt in scheinbar selbstlose informative Inhalte eingebettet ist. Unternehmen zahlen dafür, dass ihre Produkte in Videos auftauchen – oft subtil, aber mit großer Wirkung. Doch den Zuschauer:innen wird dabei nicht klargemacht: Diese Videos sind Werbung. Dagegen geht die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg nun gerichtlich vor: Sie hat Klage gegen Google eingereicht, die die Videoplattform YouTube betreibt. Google muss dafür sorgen, dass Werbevideos richtig gekennzeichnet sind.

schlussfolgern: „Enthält bezahlte Werbung“. Dieser Hinweis erscheint aber nur für wenige Sekunden, danach folgen rund zehn Minuten Dauerwerbung.

Für Verbraucher:innen sind diese Werbepraktiken ein echtes Problem. Denn wer nicht erkennt, dass er gerade Werbung sieht, lässt sich leichter beeinflussen. Mit unserer Klage setzen wir ein Zeichen gegen diesen jüngsten Trend hin zu versteckter Werbung. Influencer-Videos sind in der Regel nichts anderes als Dauerwerbesendungen – und genau so müssen sie auch gekennzeichnet werden.



© bongkarn / AdobeStock

In der Klage geht es beispielhaft um ein Video des Finanz-Influencers „Flo Pharell“. Nachdem der Protagonist sich kurz vorgestellt hat, behauptet er „In diesem Video machen wir einen großen Broker-Test“. Ferner kündigt er an, auf Vor- und Nachteile des vorgestellten Brokers einzugehen und zieht nach rund 9 Minuten Bilanz, indem er ein „sehr sehr gutes“ Fazit zieht und ankündigt, sein Depot bei diesem Anbieter langfristig weiter auszubauen. Er ermuntert sein Publikum, auf den Link in der Videobeschreibung zu klicken, bei dem es sich um einen Affiliate-Link handelt. Das bedeutet: Der Influencer erhält Provisionen vom Broker für jedes vermittelte Depot. Dass das Video möglicherweise vom Broker gesponsert wurde, lässt sich aus einem Hinweis in einer Ecke des Videos



Die größten Fallstricke bei der Rürup-Rente

Kein Kapitalzugriff

Einmal eingezahltes Geld ist unwiderruflich gebunden. Es kann nicht ausgezahlt, vererbt oder übertragen werden – auch nicht bei finanziellen Engpässen. Die Auszahlung erfolgt ausschließlich als lebenslange Rente. Nur eine Beitragsfreistellung ist möglich, zieht aber weiterhin Verwaltungskosten des Vertrages mit sich.

Nur bei hoher Lebenserwartung rentabel

Die Versicherer kalkulieren vorsichtig – sie müssen langfristig Gewinne erzielen und sichern sich gegen Langlebigkeit ab. Oft muss man 94 Jahre und älter werden, bis das zu Rentenbeginn angesparte Kapital in Form von Renten garantiert ausgezahlt wurde.

Hohe Kosten

Viele Rürup-Verträge sind mit hohen Abschluss- und Verwaltungskosten verbunden. Besonders bei fondsgebundenen Varianten fallen laufende Gebühren an, die die Rendite erheblich schmälern.

Unrentable Anlagestrategien

Meist ist die Auswahl der Fonds begrenzt und es wird in unrentable aktiv verwaltete Fonds oder Fonds mit Garantien investiert. Wenn günstigere Fonds (Aktien-ETFs) angeboten werden, ist die Auswahl meist stark eingeschränkt.

Anbieterbindung

Einmal abgeschlossen, ist ein Wechsel des Anbieters kaum möglich. Die Verträge sind langfristig angelegt und lassen sich nicht übertragen. Wer sich für Jahrzehnte bindet, verliert Flexibilität, etwa, wenn sich die Geschäftspolitik des Anbieters ändert oder bessere Angebote verfügbar werden.

Vom Döner zum Depot

Viele junge Menschen starten mit einem schmalen Budget ins Berufsleben. Sparen für einen Notgroschen oder die Altersvorsorge scheint aussichtslos. Wirklich? Ein günstigerer Handyvertrag, ein gebrauchtes Handy statt eines neuen, ein Döner weniger pro Woche, Kaffee von zu Hause statt Coffee-to-go – all das summiert sich: 50 Euro im Monat – das klingt viel, ist aber machbar. Und es lohnt sich.

Was das für die Rente bedeuten kann? Wer 50 Euro monatlich in Aktien-ETFs investiert, kommt bei einer Rendite von 7,3 Prozent nach 40 Jahren auf ein Vermögen von 134.000 Euro. Wenn Sie Anspruch auf Vermögenswirksame Leistungen haben, bezahlt der Arbeitgeber sogar einen Teil der Beiträge. Außerdem erhalten die meisten Berufsanfänger:innen eine Arbeitnehmerersparzulage von bis zu 80 Euro jährlich vom Staat.

Bevor nun aber auf den ersten Döner verzichtet wird, um mit Depot und ETF-Sparplan zu starten, sollten folgende Regeln beachtet werden: Zuerst teure

Schulden tilgen! Der beste Konsumentenkredit ist der, den man nicht braucht! Wer einen ausreichenden Notgroschen aufgebaut hat, wird nicht mehr auf teure Kredite angewiesen sein. Drei Gehälter, geparkt auf einem Tagesgeldkonto, sind hierfür ein guter Anfang. Am besten nur Beträge in ETFs anlegen, die man mindestens fünf Jahre nicht benötigt. An den Börsen gibt es immer mal Phasen, die viel Geduld erfordern. Bislang hat sich diese Geduld aber stets ausgezahlt. Und schließlich: Berater:innen nicht blind vertrauen – egal, ob sie auf Provision oder Honorar arbeiten. Am Ende wollen sie alle nur etwas verkaufen.

Ein Jahr EU-Produktsicherheitsverordnung

Seit dem 13. Dezember 2024 findet die neue allgemeine EU-Produktsicherheitsverordnung (EU-ProdSVO) in allen Mitgliedstaaten der EU einheitliche und unmittelbare Anwendung. Wir erklären, was das bedeutet.

Was ist das Ziel?

Mit der neuen Produktsicherheitsverordnung soll ein einheitlicher europäischer Sicherheitsstandard für Waren erreicht werden. Alle Waren im stationären Handel sowie im Onlinehandel sollen für Verbraucherinnen und Verbraucher sicher sein.



© Andrey Popov / AdobeStock

Wer ist für die Sicherheit verantwortlich?

Verantwortliche Personen nach der Produktsicherheitsverordnung sind Hersteller, Importeure (wenn der Hersteller keine Niederlassung in der Union hat), vom Hersteller Bevollmächtigte und auch Fulfillment-Dienstleister (sofern sie mindestens zwei Dienstleistungen anbieten wie Ver-

packer, Logistiker, Lageristen). Wenn es in der EU keine niedergelassenen Hersteller, Einführer oder Bevollmächtigten gibt.

Die verantwortliche Person muss mit allen Kontaktdaten auf dem Produkt oder der Verpackung genannt sein.

Welche Pflichten haben die Verantwortlichen?

Die Verantwortlichen müssen prüfen, ob die Waren den technischen Unterlagen entspricht, entsprechende Kennzeichnungsmerkmale und die erforderlichen Anweisungen und Sicherheitsinformationen vorhanden sind. Produkte müssen bereits beim Anbieten gemeinschaftskonform sein und alle Sicherheitsanforderungen erfüllen. Dazu zählen auch mögliche Wechselwirkungen zwischen Produkten, wenn eine gemeinsame Nutzung vorhersehbar ist. Ein besonderes Augenmerk muss auch auf die Cybersicherheit von Produkten gelegt werden, welche während der üblichen Lebensdauer gewährleistet sein muss.

Die Verantwortlichen müssen verstärkt mit den Marktüberwachungsbehörden kooperieren und entsprechende Nachweise übermitteln. Hierzu gibt es ein EU-weites System zum Informationsaustausch und zu Warnungen bei unsicheren Produkten (Safety-Gate, vormals RAPEX). Wenn sich herausstellt, dass Produkte unsicher sind, müssen diese verbessert und Sicherheitswarnungen herausgegeben oder Produktrückrufe vorgenommen werden.

Vorteile und Kritik

Positiv sind nun erweiterte Melde- und Rückruffpflichten und das uneingeschränkte Recht von Verbraucher:innen auf Abhilfe im Falle eines Rückrufes. Auch nach Ablauf der gesetzlichen Gewährleistungsfristen besteht das Recht auf kostenfreie Reparatur, Ersatzlieferung oder Kaufpreistrückzahlung.

Problematisch ist jedoch die Durchsetzbarkeit dieser neu gewonnenen Rechte. Viele Händler bei Temu, Shein & Co bieten Produkte nur für kurze Zeit an, firmieren um und bescheinigen im Zweifel die Konformität ihrer Produkte. Bereits jetzt sind gefälschte Kennzeichnungen (CE-Kennzeichen, Glas-Gabel-Symbol) keine Ausnahme mehr. Ein verbesserter Haf-

tungsrahmen entsteht durch die EU-ProdSVO nicht unbedingt. Eine Pflicht zur Herstellerkennzeichnung bei kurzfristig am Markt agierenden Firmen greift nicht, auch ist eine Rechtsdurchsetzung in Ländern wie China aussichtslos.

Für einen wirksamen Verbraucherschutz sollte eine echte Plattformhaftung eingeführt werden. Betroffene könnten dann Ansprüche direkt gegen den ebenfalls verantwortlichen Wirtschaftsakteur, die Online-Plattform, geltend machen. Die Durchsetzung von Verbraucherrechten außerhalb der EU ist derzeit nur schwer und teilweise gar nicht möglich. Da ohnehin die Online-Plattform den gesamten Kauf abwickelt, eine Kundenhotline unterhält und als Vertragspartner wahrgenommen wird, sollte diese auch für Probleme aus dem Kaufvertrag haften. Die Plattform als der dominierende und profitierende Wirtschaftsakteur kann effektiv gegen unseriöse Anbieter vorgehen. Wenn eine Plattform von Verbraucher:innen aus einem Kaufvertrag in Anspruch genommen wird, kann die Plattform dies mit den Online-shops direkt klären.

Stress nach dem Fest: Weihnachtsgeschenke umtauschen

Kaum ist der Weihnachtsstress vorüber und man konnte die Festtage in Ruhe mit seinem Liebsten verbringen, beginnt nach den besinnlichen Tagen der Umtauschstress: Geschenke passen nicht oder sind womöglich defekt. Auch viele Gutscheine wollen eingelöst werden.

Geschenke passen nicht

Viele Händler bieten kulanter Umtauschmöglichkeiten für Geschenke, die nicht gefallen. Doch nicht alle Anbieter sind kulant, so dass es wichtig ist, seine Rechte beim Umtausch zu kennen.

Für die meisten online gekauften Geschenke besteht ein 14-tägiges Widerrufsrecht. Grund ist, dass Waren anders als im stationären Handel, nicht getestet oder anprobiert werden können. Wer ein Geschenk schon weit vor Weihnachten gekauft hat, ist somit auf eine Kulanzlösung des Händlers angewiesen. Der Händler muss richtig über das bestehende Widerrufsrecht belehren. Fehlt die Belehrung über das Widerrufsrecht, oder ist diese fehlerhaft, so verlängert sich die Widerrufsfrist auf ein Jahr und 14 Tage.

Bei Nichtgefallen gibt es im stationären Handel nach dem Gesetz keine Umtauschmöglichkeiten. Dennoch ist der Einzelhandel in der Weihnachtszeit besonders kulant: ob stationärer Handel oder Onlinehandel – gerade um Weihnachten gibt es deutlich ausgeweitete Umtauschregeln

der Händler. Da diese Umtauschregeln auf Kulanz aber freiwillig sind, zahlen Händler häufig den Kaufpreis nicht zurück, sondern geben stattdessen Gutscheine heraus.

Geschenke sind defekt

Ist ein Produkt beim Kauf mangelhaft, so müssen hierfür die Händler bis zwei Jahre nach Übergabe der Sache einstehen. Defekte Waren müssen dann repariert oder umgetauscht werden. Im ersten Jahr nach dem Kauf wird automatisch davon ausgegangen, dass der Mangel direkt beim Kauf schon vorlag und der Unternehmer den Mangel zu vertreten hat. Nach dem ersten Jahr müssen Kund:innen nachweisen, nicht selbst für den Mangel verantwortlich zu sein. Bei Waren mit digitalen Inhalten müssen Unternehmen dafür sorgen, dass die Geräte zukünftig alle notwendigen Updates bekommen. Erhalten die Geräte keine Updates, so ist auch dies ein Mangel.

Teilweise argumentieren Händler auch, dass „reduzierte Ware vom Umtausch ausgeschlossen“ sei. Unabhängig von



© Krakenimages.com / AdobeStock

einem Preis darf eine Ware nicht mangelhaft sein. Insofern müssen Händler für einen Mangel auch bei reduzierter Ware einstehen und diese reparieren oder umtauschen.

Gutscheine als Geschenk

Eines der beliebtesten Weihnachtsgeschenke ist der Gutschein. Normalerweise sind Gutscheine übertragbar, da Gutscheine nur einen Wert verkörpern. Ein Gutschein kann somit auch von einer anderen Person eingelöst werden.

Bei „Geschenkgutscheinen“ ist für die Geschäfte von vornherein klar, dass diese an Personen verschenkt werden, die das Unternehmen nicht kennt. Selbst wenn ein Name auf dem Gutschein geschrieben wäre, so soll das dem Gutschein nur eine persönliche Note geben. Das bedeutet aber nicht, dass nur der Beschenkte den Gutschein einlösen darf.

Ausnahmen gibt es, wenn die Leistung aus dem Gutschein auf eine ganz bestimmte Person zugeschnitten ist oder wenn die versprochene Leistung bestimmte Voraussetzungen erfordert, die nicht jeder erfüllt (zum Beispiel gesundheitliche Anforderungen bei einem Fallschirmsprung oder Gutschein für ein Damenfitnessstudio, in das Männer keinen Zutritt haben).

Teilweise werden Gutscheine befristet. Dies ist zulässig, wenn die Zeit ausreichend lang ist. Kann der Gutschein nicht in dieser Zeit eingelöst werden, so muss der Geldwert des Gutscheins abzüglich eines Gewinns ausgezahlt werden.

Eine Befristung ist auch möglich, wenn ein sachlicher Grund hierfür vorliegt. Dies wäre beispielsweise gegeben, wenn ein Konzert nur während einer bestimmten Phase stattfindet.

Generell gilt aber bei Gutscheinen eine Verjährungsfrist von drei Jahren. Deshalb müssen unbefristete Gutscheine spätestens innerhalb von drei Jahren eingelöst werden. Die Frist beginnt jedoch immer erst am Schluss des Jahres, in dem der Gutschein erworben wurde.

Unzulässige Werbung mit Preisreduzierungen

Die Werbepaxis von Lebensmittelhändlern und deren rechtliche Zulässigkeit ist auch weiterhin Thema in der Rechtsdurchsetzung der Verbraucherzentrale. Nach der Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) zur Frage der Auslegung der europäischen Preisangabenverordnung (EuGH C-330/23) konnte die Verbraucherzentrale eine Vielzahl von Urteilen im Sinne der Verbraucher:innen erstreiten.

Kern der Verfahren ist die Frage, unter welchen Voraussetzungen mit einem Preisvorteil, also einem Rabatt, geworben werden darf. Die Vorgaben des Gesetzgebers sagen dabei klar: Bei der Werbung mit einer Preisreduzierung muss der niedrigste Preis der letzten 30 Tage angegeben werden. Nach dem Urteil des EuGH steht auch fest, dass sich etwaige prozentuale Reduzierungen oder auch die Angabe einer konkreten Ersparnis nur auf diesen Preis beziehen dürfen.

Um diese Vorgaben durchzusetzen und die sich daraus ergebenden Detail-Fragen zu klären, führt die Verbraucherzentrale Gerichtsverfahren gegen verschiedene Anbieter.

In einem Verfahren gegen Edeka entschied das Landgericht Offenburg (Az. 5 O 1/23 KfH), dass die Angabe des niedrigsten Preises der letzten 30 Tage in der Fußnote nicht genügt, um eine Irreführung auszuschließen.

Edeka warb mit einem „Super-Knüller-Preis“ und einer Preisersparnis von 33 Prozent. Durch einen Sternchen-Hinweis fand sich in der Fußnote der niedrigste Gesamtpreis der letzten 30 Tage. Der war jedoch geringer als der vermeintliche Angebotspreis. Eine Ersparnis lag bezogen auf diesen Preis also gerade nicht vor. Das Landgericht stellte fest, dass die angegriffene Werbung nicht den Vorgaben der Preisangabenverordnung genüge und dabei eine unlautere, weil irreführende Werbung vorliege. In richtlinienkonformer Anwendung und unter Berücksichtigung



© anatolycherkas / AdobeStock

der Rechtsprechung des EuGH enthalte die Werbung Angaben, die zur Täuschung geeignet seien.

Es genüge demnach nicht, dass der niedrigste Gesamtpreis in der Fußnote zu finden ist, soweit sich der angegebene (prozentuale) Preisvorteil gerade nicht auf den niedrigsten 30-Tages-Preis bezieht und diesen als Berechnungsgrundlage nimmt. Das Urteil stellt dabei erneut klar: Ziel der europäischen Vorgaben ist es, die Verbraucherinformationen zu verbessern und Verbraucher:innen den Preisvergleich zu erleichtern. Vermeintliche Preissenkungen nach einer vorherigen Preiserhöhung – also Preisschaukeln – sollen nicht möglich sein. Edeka hat gegen dieses Urteil Berufung zum Oberlandesgericht Karlsruhe (Az. 14 U 83/25) eingelegt.

Auch ein Verfahren gegen Penny konnte die Verbraucherzentrale vor dem Landgericht Köln (Az. 84 O 92/24) für Verbraucher:innen gewinnen. Penny hatte mit Preisvorteilen geworben, die sich nicht auf den niedrigsten Preis der letzten 30 Tage bezogen, sondern auf eine Gegenüberstellung mit der unverbindlichen Preisempfehlung (UVP) des Herstellers. In einem weiteren Klageantrag beanstandete die Verbraucherzentrale die Werbung mit reduzierten Preisen, die nur für App-Nutzer gelten, wobei nur ein Grundpreis angegeben wurde.

Das Landgericht bestätigte die Ansicht der Verbraucherzentrale, dass dies nicht den Vorgaben des Gesetzgebers genüge und verurteilte das Unternehmen per Anerkenntnis- und Schlussurteil zur Unter-

lassung. Gegen die Verurteilung bezogen auf die Preisermäßigung gegenüber der UVP hat Penny Berufung zum OLG Köln (Az. 6 U 92/25) eingelegt.

Um Rabattangebote in der Kunden-App des Supermarktes ging es in dem Verfahren gegen Rewe vor dem Landgericht Köln (Az. 87 O 18/25). Verbraucher:innen konnten in der App einen Bonus aktivieren, der bei einem späteren Einkauf eingelöst werden konnte. Dabei wurde aber nur der Bonus klar ausgewiesen, nicht jedoch der tatsächliche Produktpreis. Bis zum Betreten des Ladenlokals, blieb der Preisvorteil somit unklar. Das Landgericht bestätigte auch hier die Ansicht der Verbraucherzentrale, dass darin eine Irreführung liegt und verurteilte Rewe zur Unterlassung. Die Werbung verleitet zu einer Kaufentscheidung, wobei wesentliche Informationen vorenthalten werden. Das Urteil ist noch nicht rechtskräftig.

Mit vorgetäuschten Preisvorteilen werden Verbraucher:innen nicht nur in die Ladengeschäfte gelockt. Hinsichtlich des Verkaufes von Waren im Internet wurde eine Klage gegen Amazon vor dem Landgericht München I (Az. 4 HK O 13950/24) bezogen auf die „Prima Deal Days“ eingelegt. Beanstandet wurde auch hier, dass sich die beworbenen Preisreduzierungen nicht auf den niedrigsten Verkaufspreis der letzten 30 Tage bezogen. Stattdessen wurde eine UVP des Herstellers und ein für Verbraucher:innen nicht nachvollziehbarer Vergleichspreis („mittleren Verkaufspreis“) herangezogen.

Das Landgericht verurteilte Amazon zur Unterlassung. Amazon hat hiergegen Berufung beim Oberlandesgericht München (Az. 29 U 2472/25 e) eingelegt.

Verbraucherbildung für alle – Angebote zur Grundbildung

Verbraucherthemen haben in vielen Fällen rechtliche Hintergründe und wirken deswegen oft zunächst einmal „sperrig“. Dabei ist ein Verständnis verbraucherrechtlicher Zusammenhänge für alle Verbraucher:innen wichtig: Es unterstützt sie dabei, ihre Rechte einzufordern, auch gegen etwaige Widerstände von Unternehmen.

Als Verbraucherzentrale vertreten wir die Interessen aller Verbraucher:innen, auch und insbesondere derer, die sprachliche oder andere Unsicherheiten in ihrem digitalen Verbraucheralltag haben. Uns ist es deshalb sehr wichtig, ein Angebot zu haben, das Verbraucherthemen leicht verständlich behandelt und damit allen Verbraucher:innen die „Sperrigkeit“ juristischer Sachverhalte nimmt.

Bereits in den Jahren 2024/25 entstanden gemeinsam mit der Technischen Akademie Schwäbisch Gmünd Lernhefte zum Thema

Online-Shopping in einfacher Sprache. Weitere Lernhefte sind derzeit in der Entstehung.

Im vergangenen Jahr hat die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg außerdem gemeinsam mit dem Bundesverband der Volkshochschulen ein Angebot zur Grundbildung im Themenbereich „Finanzen und digitale Welt“ erarbeitet und veröffentlicht.

In 14 Modulen beschäftigen sich Verbraucher:innen niederschwellig und interaktiv mit verbraucherrechtlichen Grundlagen,

mit Verkaufstricks bei Onlinegeschäften und vielen weiteren Inhalten.

Die genauen Lerninhalte orientieren sich am Lebensalltag der Nutzer:innen und arbeiten mit aussagekräftigen Beispielen. Diese werden einfach und anschaulich erklärt, zusätzlich sollen Erklärvideos und Abbildungen das Verstehen erleichtern. Alle Texte sind außerdem als Audios für Menschen mit Leseschwierigkeiten verfügbar und können mit einem Klick abgespielt werden. Darüber hinaus wird eine App, die Ende Januar verfügbar sein wird, den Zugang zu den Lerneinheiten weiter erleichtern.

Durch diese sprachliche und technische Umsetzung der Themen sind die Lernein-

heiten sowohl für Verbraucher:innen mit niedriger Lesekompetenz als auch für Verbraucher:innen mit Deutsch als Zweitsprache geeignet. Durch die klare Struktur und die grundlegenden Inhalte sind die Module für alle Verbraucher:innen geeignet.

Mit den Lernangeboten der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg kommen wir unserem Ziel näher, allen Menschen in unserer Gesellschaft einen Zugang zu wichtigen Verbraucherinformationen zu verschaffen und Konsumkompetenz aufzubauen.

Hier gibt's mehr Infos:
vz-bw.de/node/114265



Energieberatung in Wohnungseigentümergeinschaften: So gelingt die Sanierung im Team

Energetische Sanierungen gehören zu den größten Herausforderungen für Wohnungseigentümergeinschaften (WEGs). Am schwierigsten ist meist die Entscheidungsfindung im Kollektiv. Eine fundierte, neutrale Energieberatung kann deshalb der entscheidende erste Schritt sein: Sie schafft Transparenz, ordnet Optionen ein und liefert eine belastbare Grundlage für gemeinsame Beschlüsse.

Wer den energetischen Zustand seines Gebäudes einschätzen möchte, sollte zunächst eine unabhängige Beratung in Anspruch nehmen. Einen besonders niedrigschwelligen Einstieg bietet die Energieberatung der Verbraucherzentrale. Sie ist neutral, kostengünstig oder sogar kostenlos und hilft dabei, Einsparpotenziale, sinnvolle Maßnahmen und erste Prioritäten zu erkennen. Wer anschließend tiefer einsteigen möchte, kann eine Energieberatung für Wohngebäude nach den Kriterien des Bundesamts für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) beauftragen. Diese mündet in einen individuellen Sanierungsfahrplan, der zeigt, wie sich ein Gebäude Schritt für Schritt energetisch verbessern lässt.

Ein wesentlicher Vorteil dieser Beratung: Das BAFA übernimmt bis zu 80 Prozent der Beratungskosten. Gerade für Eigentümergemeinschaften entsteht so eine fundierte Entscheidungsbasis, ohne dass bereits hohe Ausgaben anfallen müssen.

In der Praxis ist die größte Hürde selten technischer Natur, sondern organisatorisch. Unterschiedliche finanzielle Spielräume, Informationsstände oder Vorbehalte verzögern viele Vorhaben. Erfahrungsgemäß

! Fördermöglichkeiten gezielt nutzen

Neben der Energieberatung der Verbraucherzentrale werden auch viele Sanierungsmaßnahmen staatlich unterstützt. Über die Bundesförderung für effiziente Gebäude (BEG) stehen Zuschüsse oder zinsgünstige Kredite für Dämmung, Heizungen, Fenster oder Photovoltaik zur Verfügung. Für Effizienzhaus-Standards bietet die KfW Kredite mit Tilgungszuschüssen an. Ergänzt werden diese Programme häufig durch kommunale Förderungen, etwa für Solarenergie oder Dachbegrünung. Eine qualifizierte Energieberatung hilft dabei, den passenden Fördermix zu finden und den Überblick im „Förderdschungel“ zu behalten.

Gerade in größeren Wohnungseigentümergeinschaften ist eine gute Organisation entscheidend. Ein kleines Sanierungsteam aus engagierten Eigentümerinnen und Eigentümern, Beirat und Hausverwaltung kann Informationen bündeln, Angebote einholen und den Kontakt zu Fachleuten koordinieren. Das beschleunigt Entscheidungen und erhöht die Erfolgschancen erheblich.

Energetische Sanierungen steigern nicht nur den Wohnkomfort, sondern sichern auch den Wert der Immobilie. Modernisierte Gebäude sind langfristig besser vermietbar und attraktiver im Verkauf. Kurz gesagt: Wer heute investiert, profitiert morgen – finanziell, energetisch und rechtlich.

steigt die Zustimmung jedoch deutlich, wenn Nutzen und Kosten transparent dargestellt werden. Energieberater können die Ergebnisse so aufbereiten, dass sie in Eigentümerversammlungen nachvollziehbar präsentiert werden.

! Beratung für WEGs: Jetzt informieren und Termin sichern

Wohnungseigentümergeinschaften können sich direkt bei der Energieberatung der Verbraucherzentrale zu allen Fragen rund um Energieeffizienz, Sanierung und Fördermöglichkeiten beraten lassen.

So melden Sie Ihre WEG an:

Online-Terminvereinbarung unter:
<https://verbraucherzentrale-energieberatung.de/beratung/energieberatung-fuer-wohnungseigentuemergemeinschaften/>

Hier können Verwalter, Beiräte oder einzelne Eigentümer eine gemeinsame Beratung anstoßen – der erste Schritt zu einer erfolgreichen Sanierungsstrategie.





Ihr Weg zu uns

Beratung mit Termin

Vor Ort

Sie vereinbaren einen Termin in einer unserer Beratungsstellen – wir beraten Sie in einem persönlichen Gespräch vor Ort.

Telefonische Rückruf-Beratung

Viele Fragen lassen sich auch telefonisch klären. Vereinbaren Sie einfach einen Termin – wir rufen Sie an.

Video-Beratung

Beratung mit Bild und bequem von zu Hause? Buchen Sie einen Termin für unsere Video-Beratung via Microsoft Teams.

Terminvereinbarung

- Vor Ort in einer unserer Beratungsstellen
- Telefonisch: 0711 6691-10
- Online: vz-bw.de/beratung/terminvereinbarung



Unsere Preise

www.vz-bw.de/preise

Beratung ohne Termin

Schriftliche Online-Beratung

Sie schildern uns Ihr Anliegen oder Ihre Fragen über unser Online-Tool und bekommen eine schriftliche Antwort unserer Beratungskräfte. Die Bearbeitung kann mehrere Tage dauern.

Zum Beratungsportal: service.verbraucherzentrale-bawue.de



Telefonische Express-Beratung

Die Beratung eignet sich für einfache Rechtsfragen, die sich ohne Unterlagen klären lassen. Unsere telefonische Express-Beratung kostet 1,99 Euro/Minute (inkl. Mehrwertsteuer, aus allen Netzen). Infos zum Datenschutz: www.vz-bw.de/datenschutz

Mo bis Fr 9 – 12 Uhr und Mi 15 – 18 Uhr

Telekommunikation, Reise,	
allgemeines Verbraucherrecht	0 900 5 77 44 25
Bauen, Wohnen, Energieverträge	0 900 5 77 44 26
Altersvorsorge, Banken, Kredite	0 900 5 77 44 27
Versicherungen	0 900 5 77 44 29

Mi 15 – 18 Uhr und Do 9 – 12 Uhr

Pflege und Gesundheit	0 900 5 77 44 28
-----------------------	------------------

Kontakt und Information

Info und Termintelefon

0711 6691-10

Kontaktformular

www.vz-bw.de/kontakt

Instagram

[verbraucherzentrale.bw](https://www.instagram.com/verbraucherzentrale.bw)

Podcast

www.vz-bw.de/Podcast

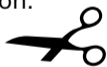
Ihre Verbraucherzentrale online

vz-bw.de



Unterstützen Sie uns!

Mit Ihrem Mitgliedsbeitrag – mindestens 20 Euro im Jahr, gern auch mehr – unterstützen Sie die Verbraucherarbeit in Baden-Württemberg. So hätten wir in der Vergangenheit viele wichtige Prozesse ohne die Beiträge unserer Fördermitglieder nicht führen können. Wenn durch unsere Verfahren Allgemeine Geschäftsbedingungen kundenfreundlicher formuliert werden müssen oder unlautere Werbemaßnahmen verboten werden, kommen diese Ergebnisse allen Verbraucherinnen und Verbrauchern zugute. Natürlich sollen Sie als Fördermitglied auch persönlich profitieren: Wir bieten Ihnen regelmäßig aktuelle Informationen in unserer VerbraucherZeitung, die Sie als Mitglied frei Haus erhalten. Und nicht vergessen: Der Mitgliedsbeitrag kann auch steuerlich geltend gemacht werden, denn die Verbraucherzentrale ist eine gemeinnützige Organisation.



Beitrittserklärung

Ich werde Fördermitglied bei der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V. Meine Mitgliedschaft ist immer mit einer Frist von drei Monaten zum Ende eines Kalenderjahres kündbar. Mein Jahresbeitrag beträgt _____ Euro (mindestens 20,00 Euro)

Name	
Vorname	Titel
Straße, Hausnummer	
PLZ	Wohnort
Telefon	
E-Mail	
Datum	Unterschrift

Mitgliedsbeiträge für die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V. können steuerlich als Sonderausgaben geltend gemacht werden: Die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V. ist vom Finanzamt Stuttgart – Körperschaften wegen ausschließlicher und unmittelbarer Förderung der Verbraucherberatung als besonders förderungswürdig anerkannt (Freistellungsbescheid vom 13.2.2025, Nr. 99018/06485). Wir speichern die für unsere Mitgliederverwaltung erforderlichen personenbezogenen Daten elektronisch. Eine Weitergabe an Dritte erfolgt nicht. Weitere Hinweise zum Datenschutz finden Sie hier: www.vz-bw.de/datenschutz

Bitte abschicken an:

Verbraucherzentrale
Baden-Württemberg e.V.
Mitgliederbetreuung
Paulinenstraße 47
70178 Stuttgart

oder per
E-Mail: mitglieder@vz-bw.de
Fax: (0711) 66 91 50

Aktuelle Informationen erreichen mich am besten unter

☐ meiner Postanschrift

☐ meiner E-Mail Adresse

☐ meiner Faxnummer

Beitragszahlung

Sie können den Mitgliedsbeitrag per Überweisung, Dauerauftrag oder Einzugsermächtigung (SEPA-Lastschriftmandat) bezahlen. Wenn Sie uns ein SEPA-Lastschriftmandat erteilen, buchen wir den Mitgliedsbeitrag einmal im Jahr von ihrem Konto ab.

Bitte teilen sie uns Ihre Entscheidung mit und kreuzen Sie an:

☐ Ich möchte, dass der Mitgliedsbeitrag jährlich abgebucht wird. Senden Sie mir hierfür ein Formular für die Erteilung eines SEPA-Lastschriftmandats zu.

☐ Ich überweise den Mitgliedsbeitrag nach Erhalt der Rechnung auf folgende Bankverbindung:

SozialBank AG

IBAN: DE13 3702 0500 0008 7201 01
BIC/SWIFT: BFSWDE33XXX
oder richte einen Dauerauftrag auf das oben genannte Konto ein.

Mitgliedsnummer/Mandatsreferenz
(auszufüllen von der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg)

IMPRESSUM

Herausgeber: Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V. | Paulinenstraße 47 | 70178 Stuttgart | Telefon 0711 6691-10 | Fax 0711 6691-50 | E-Mail info@vz-bw.de | vz-bw.de |
V.i.S.d.P.: Cornelia Tausch, Vorständin | **Redaktion:** Niklaas Haskamp | **Gestaltung, Herstellung, DTP:** Bernhard Bausch (Burn&Art) | **Druck:** Senner Druckhaus GmbH, 72622 Nürtingen
Die in der Verbraucherzeitung veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt | Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit Zustimmung des Herausgebers.
Gefördert durch das Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg.

Kostenlose Online-Seminare

Anmeldung zu diesen Veranstaltungen online auf
www.vz-bw.de/onlineseminare-bw



© Drobot Dean / AdobeStock

Altersvorsorge, Banken, Kredite

- 15. Januar 18 Uhr | Geldanlage mit ETFs
(Kooperation mit der VHS Freiburg)
- 5. Februar 18 Uhr | Immobilienfinanzierung
- 30. April 18 Uhr | Schritt für Schritt zum ETF
- 11. Juni 18 Uhr | Private Altersvorsorge, Einführung ins Thema
(bisheriges Seminar)
- 2. Juli 18 Uhr | Geförderte Altersvorsorge, neues Seminar
- 16. Juli 18 Uhr | ETF – warum sie die erste Wahl sind
- 23. Juli 18 Uhr | Schritt für Schritt zum ETF

Versicherungen, Pflege, Gesundheit

- 8. Januar 18 Uhr | Richtig versichert
- 22. Januar 18 Uhr | Berufsunfähigkeitsversicherung
- 19. März 18 Uhr | Pflegezusatzversicherung
- 23. April 18 Uhr | Berufsunfähigkeitsversicherung

Lebensmittel und Ernährung

- 10. Februar 14 Uhr | Dem Süßen auf der Spur:
Zucker, Süßungsmittel und Zuckeralternativen

Unser Verbraucherpodcast

Hier geht es um Verbraucherthemen: Altersvorsorge und Stromanbieterwechsel, Fakeshops und Versicherungen, energetische Sanierung und Nahrungsergänzungsmittel. Wir geben Tipps, leuchten Hintergründe aus und klären, was sich dringend ändern muss.

Ein Podcast der Verbraucherzentrale
Baden-Württemberg.

Schauen Sie doch mal vorbei unter
vz-bw.de/podcast!

**Durchleuchtet
der Verbraucherfunk**



Telekommunikation, Internet, Verbraucherrecht

- 15. Januar 18 Uhr | AI – Künstliche Intelligenz: Einsatzbereiche und Risiken
- 28. Januar 18 Uhr | Smart Home und digitale Assistenzsysteme –
Neue digitale Anwendungen im Wohnbereich
(Kooperation mit der VHS Freiburg)
- 29. Januar 18 Uhr | Verträge beenden – Schuldenfallen beenden?
- 12. Februar 18 Uhr | Dating – Das Geschäft mit der Liebe
- 5. März 18 Uhr | Von Abflug bis Zugticket: Reiserecht für Verbraucher
- 16. April 18 Uhr | Mobile und Online Payment
- 21. Mai 18 Uhr | AI – Künstliche Intelligenz und Chatbots
sinnvoll nutzen
- 25. Juni 18 Uhr | Social Media – (un)-soziale Netzwerke
- 9. Juli 18 Uhr | Online-Kauf & Online-Payment

Bauen, Wohnen, Energie

- 22. Januar 18 Uhr | Energierechnungen richtig verstehen
(Kooperation mit der VHS Bad Urach-Münsingen)
- 12. März 18 Uhr | Fernwärme
- 26. März 18 Uhr | Energieanbieterwechsel
- 18. Juni 18 Uhr | Wichtige Rechtsfragen zur Energiewende
für Wohnungseigentümergeinschaften

Fokuswoche Geld: kostenlose Online-Vorträge rund um Ihre Finanzen

Dass man über Geld nicht redet, halten wir für ein falsches Sprichwort. Denn es ist nötig und wir tun es wieder! Nämlich in unserer Fokuswoche Finanzen! Hier sprechen wir in vielen kostenlosen Online-Seminaren über Private Altersvorsorge, Geldanlage, Versicherungen und vieles mehr. Schauen Sie doch mal auf unserer Website vorbei und melden sich unverbindlich für Seminare für mehr Durchblick an!

vz-bw.de/node/88307



Ab jetzt finanziell unabhängig
Ein nachhaltiger Finanzplaner für Frauen

Immobilienfinanzierung ist eine komplexe Angelegenheit. Gerade deshalb ist es wichtig, sich umfassend zu informieren und zu wissen, welche Konsequenzen bestimmte Entscheidungen nach sich ziehen. Denn nur dann können Sie die Angebote der Finanzinstitute beurteilen und das Beste für sich herausholen.

Ob Sie kaufen, bauen oder sanieren wollen – auf die kluge Immobilienfinanzierung kommt es an

Hauskauf und Finanzierung: Den Traum von den eigenen vier Wänden zu verwirklichen ist für viele Menschen ein wichtiges Lebensziel.

Dies berücksichtigt auch der Gesetzgeber, indem er die selbst genutzte Immobilie mit der Einführung des sogenannten Wohn-Riesters in den Kreis der Anlageformen aufgenommen hat, für die es im Rahmen der staatlich geförderten privaten Altersvorsorge Zulagen und Steuervorteile gibt. Denn wer im Alter keine Miete zahlen muss, hat unterm Strich mehr Geld, um seine Lebenshaltungskosten zu bestreiten.



200 Seiten | 16,5 x 22,0 cm | 2. Auflage 2021 |
Buch 16,90 € | ISBN: 978-3-86336-122-8 |
E-Book 13,99 € | ISBN: 978-3-86336-301-7



216 Seiten | 16,5 x 22,0 cm
Buch 24,00 € | 1. Auflage 2023 | Bestell-Nr. BW66-01
E-Book 19,99 € | Bestell-Nr. EB143-01 |
ePub (6,84 MB) PDF 19,99 € | Bestell-Nr. EB130-01 |
PDF (9.53 MB)

Ratgeber Wärmepumpe
Klimaschonend, effizient, unabhängig

Dieser Ratgeber unterstützt Immobilienbesitzer von Bestandsgebäuden beim Wechsel der Heizungsanlage. Und er richtet sich auch an diejenigen, die eine neue Immobilie bauen oder kaufen:

- Welche Techniken stehen zur Verfügung und welche eignet sich für mein Haus?
- Was kostet eine Wärmepumpe, wie wird die Anschaffung gefördert und wie hoch sind die Betriebskosten?
- Eignet sich mein Haus überhaupt für eine Wärmepumpe? Reicht die Wärmedämmung, muss ich Heizkörper austauschen?
- Wie gehe ich Schritt für Schritt vor, wenn ich eine Wärmepumpe anschaffen möchte?
- Wie Sorge ich für einen optimalen Betrieb der Wärmepumpe?



192 Seiten | 1. Auflage 2025 |
16,5 x 22 cm |
€ 19,90 | ISBN: 978-3-86336-179-2
E-Book € 15,99 (ePub) | ISBN:
978-3-86336-366-6

Fit und gesund – für Frauen ab 50
Physiologie, Bewegung, Ernährung – für mehr Lebensqualität

- Menopause, Hormonhaushalt, Knochenbau, Nährstoffbedarf: Was verändert sich im weiblichen Körper?
- Sport – Muskelaufbau statt Muskelabbau, Ausdauer und Stressmanagement: Warum Bewegung so wichtig ist

Wir werden 100

Eine heute 50-jährige Frau wird im Durchschnitt 88,2 Jahre alt. Sie kann mit einer 13-prozentigen Wahrscheinlichkeit überdies auch noch ihren 100. Geburtstag erleben. Doch wie sieht das Leben im vermeintlichen Alter aus, das noch so weit weg scheint? Wie können eine ausreichende Versorgung mit Nährstoffen, besseres Stressmanagement und ein achtsamer Lebensstil Symptome lindern? Geht mehr Bewegung auch im Alter? Was bringen Nahrungsergänzungsmittel oder bioidentische Hormone? Wechseljahre dauern im Schnitt siebeneinhalb Jahre, es können aber in Einzelfällen auch bis zu 15 Jahre sein, bis sich der weibliche Körper „umgebaut“ hat. Belastende Beschwerden müssen dabei keineswegs ein dauerhafter Begleiter sein. Denn für viele gibt es Behandlungsmöglichkeiten – was nicht zwangsläufig Hormontherapie heißen muss

Allgemeine Geschäftsbedingungen der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e.V. mit Kundeninformationen für Bestellungen per Telefon, Fax, E-Mail

1. Geltungsbereich

Für Ratgeberlieferungen der Verbraucherzentrale NRW e.V. gelten diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

2. Vertragspartner

Der Kaufvertrag kommt zustande mit der Verbraucherzentrale NRW e. V., vertreten durch den Vorstand, Mintropstraße 27, 40215 Düsseldorf, Vereinsregister Amtsgericht Düsseldorf VR 4130, Tel.: (02 11) 3 809 555, Fax: (02 11) 3 809 235, E-Mail: ratgeber@vz-nrw.de

3. Angebot und Vertragsschluss

Ihre Bestellung stellt ein Angebot an die Verbraucherzentrale NRW e.V. zum Abschluss eines Kaufvertrages dar. Der Kaufvertrag über gedruckte Ratgeber kommt erst dann zustande, wenn wir die bestellten Ratgeber an Sie absenden. Sie sind vier Werktage an Ihr Angebot gebunden.

4. Widerrufsrecht

Für gedruckte Ratgeber gilt: Verbraucher haben ein Widerrufsrecht von vier Wochen. Verbraucher ist jede natürliche Person, die ein Rechtsgeschäft zu Zwecken abschließt, die überwiegend weder ihrer gewerblichen noch ihrer selbstständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet werden können (§ 13 BGB).

Widerrufsbelehrung

Widerrufsrecht

Sie haben das Recht, binnen vier Wochen ohne Angabe von Gründen diesen Vertrag zu widerrufen. Die Widerrufsfrist beträgt vier Wochen ab dem Tag, an dem Sie oder ein von Ihnen benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, Waren in Besitz genommen haben beziehungsweise hat.

Um Ihr Widerrufsrecht auszuüben, müssen Sie uns **Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e.V. Versandservice der Verbraucherzentralen, Mintropstraße 27, 40215 Düsseldorf, Tel (0211) 3809-215, Fax: (0211) 3809-235, E-Mail: ratgeber@vz-nrw.de** mittels einer eindeutigen Erklärung (z. B. ein mit der Post versandter Brief, Telefax oder E-Mail) über

Ihren Entschluss, diesen Vertrag zu widerrufen, informieren. Sie können dafür das nebenstehende Muster-Widerrufsfomular verwenden, das jedoch nicht vorgeschrieben ist. Zur Wahrung der Widerrufsfrist reicht es aus, dass Sie die Mitteilung über die Ausübung des Widerrufsrechts vor Ablauf der Widerrufsfrist absenden.

Folgen des Widerrufs

Wenn Sie diesen Vertrag widerrufen, haben wir Ihnen alle Zahlungen, die wir von Ihnen erhalten haben, einschließlich der Lieferkosten (mit Ausnahme der zusätzlichen Kosten, die sich daraus ergeben, dass Sie eine andere Art der Lieferung als die von uns angebotene, günstigste Standardlieferung gewählt haben), unverzüglich und spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag zurückzuzahlen, an dem die Mitteilung über Ihren Widerruf dieses Vertrags bei uns eingegangen ist. Für diese Rückzahlung verwenden wir dasselbe Zahlungsmittel, das Sie bei der ursprünglichen Transaktion eingesetzt haben, es sei denn, mit Ihnen wurde ausdrücklich etwas anderes vereinbart; in keinem Fall werden Ihnen wegen dieser Rückzahlung Entgelte berechnet. Wir können die Rückzahlung verweigern, bis wir die Waren wieder zurückerhalten haben oder bis Sie den Nachweis erbracht haben, dass Sie die Waren zurückgesandt haben, je nachdem, welches der frühere Zeitpunkt ist. Sie haben die Waren unverzüglich und in jedem Fall spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag, an dem Sie uns über den Widerruf dieses Vertrages unterrichten, an die Firma Sigloch Distribution GmbH & Co. KG, Tor 6–10, Am Buchberg 8, 74572 Blaufelden, zurückzusenden oder zu übergeben. Die Frist ist gewahrt, wenn Sie die Waren vor Ablauf der Frist von vierzehn Tagen absenden. Sie tragen die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren. Sie müssen für einen etwaigen Wertverlust der Waren nur aufkommen, wenn dieser Wertverlust auf einen zur Prüfung der Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise der Waren nicht notwendigen Umgang mit Ihnen zurückzuführen ist.

5. Preise und Versandkosten

Alle Preise enthalten die gesetzliche Mehrwertsteuer und sonstige Preisbestandteile und verstehen sich zuzüglich der Versandkosten. Für die Lieferung von gedruckten Ratgebern innerhalb Deutschlands berechnen wir eine Pauschale für Versand- und Portokosten wie folgt:

Bestellwert	Versand- und Portokosten (Inland)	
bis 19,99 €	2,50 €	
ab 20,00 €	versandkostenfrei	
Bei Lieferung von gedruckten Ratgebern per Post in die Länder Belgien, Frankreich, Liechtenstein, Luxemburg, Niederlande, Österreich, Schweiz berechnen wir eine Pauschale für Versand- und Portokosten wie folgt:		
Bestellwert	Versand- und Portokosten (Ausland)	
bis 10,00 €	5,00 €	
bis 20,00 €	8,50 €	
bis 40,00 €	14,00 €	
bis 60,00 €	20,00 €	
über 60,00 €	30,00 €	

6. Lieferung

Die Lieferung von gedruckten Ratgebern erfolgt nur innerhalb Deutschlands sowie in die unter Ziffer 5 genannten Länder mit DHL. Die Lieferzeit beträgt für das Inland ca. vier Tage, für das Ausland ca. acht Tage.

7. Nutzungsrechte

Die Inhalte der Ratgeber unterliegen generell dem Schutz des Urheberrechts.

8. Verpackungen

Unsere Verpackungen werden gemäß § 6 Abs. 3 Verpackungsverordnung (VerpackV) beim dualen System Eko-Punkt lizenziert.

9. Zahlung

Die Zahlung erfolgt per Rechnung. Der Rechnungsbetrag ist binnen acht Tagen auf unser Konto zu überweisen.

10. Beanstandungen

Sollten Sie Beanstandungen haben, wenden Sie sich bitte an die in Ziffer 4 angegebene Adresse.

11. Gewährleistung

Für sämtliche Lieferungen bestehen die gesetzlichen Gewährleistungsrechte.

12. Datenschutzhinweis

Wir haben Ihre persönlichen Daten zur Abwicklung des Bestell- und Zahlungsverkehrs sowie für unsere Kundenbetreuung gespeichert und erlauben uns, Sie fortan über unsere Publikationen schriftlich zu informieren. Wenn Sie damit nicht einverstanden sind, können Sie jederzeit dieser Nutzung Ihrer personenbezogenen Daten widersprechen. Ihren Widerspruch richten Sie bitte an die in Ziffer 4 angegebene Adresse.

..... ✂

• **Muster-Widerrufsfomular**

•

• An: Verbraucherzentrale NRW e.V.

• Versandservice der Verbraucherzentralen

• Mintropstraße 27 | 40215 Düsseldorf

• Fax: 02 11/3 809 235

• E-Mail: ratgeber@vz-nrw.de

• Hiermit widerrufe(n) ich/wir^{*)} den von mir/uns^{*)}

• abgeschlossenen Vertrag über den Kauf der

• folgenden Waren:

•

• Titel der Ratgeber

•

• bestellt am erhalten am

•

• Mein Name

•

• Meine Anschrift

•

•

• Datum, Unterschrift

•^{*) Unzutreffendes streichen}



184 Seiten | 16,5 x 22,0 cm | Klappenbroschur | 1. Auflage 2023 | Buch 20,00 € | Bestell-Nr. ET46-01 | E-Book 15,99 € | Bestell-Nr. EB138-01 | (8,29 MB) | PDF 15,99 € | Bestell-Nr. EB137-01 | (6.81 MB)

Wie ernähre ich mich bei Arthrose?

Praktische Hilfen für den Alltag

- Medizinische Einordnung zu Ursache, Erscheinen und Behandlung
- Makro- und Mikronährstoffe, Ballaststoffe, Verdauung und Stoffwechsel
- Was Gewicht mit Arthrose zu tun hat
- Wie kann kochen leicht gehen?

Rezepte – gesund, vielseitig, lecker:

Mit der richtigen Vorbereitung zum Erfolg

Wer die Diagnose „Arthrose“ erhält, der weiß, dass diese nicht über Nacht wieder verschwindet, sondern langer Begleiter bleiben wird. Der Ratgeber erläutert die gesundheitlichen und medizinischen Zusammenhänge und beleuchtet, was Essen und Trinken mit Arthrose zu tun haben. Das Autorenteam stärkt die eigenen Handlungskompetenzen der Betroffenen, indem es alltags-taugliche Anreize gibt und mit einer Vielzahl von Ernährungstipps und Rezepten den Fokus auf Machbarkeit und Zeiteffizienz setzt.



Feuchtigkeit und Schimmelbildung

Erkennen, beseitigen, vorbeugen

- So wirkt sich Schimmel auf die Gesundheit aus
- Typische Ursachen für einen Feuchte- oder Schimmelschaden
- Was tun bei einem Schaden?
- So gehen Sie Schritt für Schritt vor
- Wenn Selbsthilfe nicht reicht: So finden Sie qualifizierte Experten
- Wer zahlt? Mietrecht, Baurecht und Versicherungsrecht kompakt erläutert
- Schimmelbefall vermeiden: Tipps zum Umbau und zur Nutzung

Schimmel und Feuchtigkeit in der Wohnung?

Schimmel kann zu Schäden am Haus führen, sich negativ auf das Raumklima auswirken und sogar die Gesundheit gefährden – und zudem eine aufwendige Sanierung und einen aufreibenden Rechtsstreit nach sich ziehen. Doch es gibt Lösungen. Dieser Ratgeber informiert umfassend, kompetent und praxisorientiert.

Besonders praktisch: Ein Erste-Hilfe-Kapitel gibt kurz und knapp Antworten auf die zehn wichtigsten Fragen



224 Seiten | 16,5 x 22,0 cm | 2. Auflage 2023 | Buch 24,00 € | ISBN: 978-3-86336-178-5 | E-Book 19,99 € | ISBN: 978-3-86336-341-3 | PDF 19,99 € | ISBN: 978-3-86336-325-3



168 Seiten | 16,5 x 22,0 cm | 23. Auflage 2025 | Buch 12,00 € | ISBN: 978-3-86336-414-4 | E-Book 9,99 € | ISBN: 978-3-86336-361-1

Patientenverfügung

Vorsorgevollmacht und Betreuungsverfügung

- Rechtssicherheit für alle notwendigen Dokumente
- Die verschiedenen Möglichkeiten der Vorsorge
- Textbausteine und Muster als Formulierungshilfen

Nur, wer eine Patientenverfügung aufgesetzt hat, kann sicher sein, dass seine Wünsche zum Beispiel zu lebensverlängernden Maßnahmen auch umgesetzt werden. Wie diese klar, eindeutig und rechtssicher formuliert wird, erläutert der Ratgeber mit Formulierungshilfen und vielen Beispielen. Mit dieser **Patientenverfügung**, einer **Vorsorgevollmacht** und einer **Betreuungsverfügung** legen Sie Ihre persönlichen Wünsche und Vorstellungen fest. Sie sind sofort auf der sicheren Seite, wenn Sie diese schriftlich verfassen. Mithilfe unseres Ratgebers, den Textbausteinen und Musterformularen ist das kein Problem. Diese Patientenverfügung entspricht den aktuellen Anforderungen des Bundesgerichtshofes (BGH): Eine Patientenverfügung ist nur dann bindend, wenn sie ausreichend konkret formuliert ist – ansonsten gibt es zu viele Interpretations- und somit Handlungsspielräume für Ärzte und Angehörige.

ETF als Geldanlage und Altersvorsorge
Bequem und rentabel investieren

1. Auflage 2025 | ca. 276 Seiten | 16,5 x 21,0 cm | Broschur | Buch 28,00 € | Bestell-Nr. ?? | ISBN: 978-3-86336-421-2

Das in ETF verwaltete Vermögen ist in den letzten Jahren rasant gewachsen und beträgt mittlerweile über 1,4 Billionen Euro. Allein an der Frankfurter Wertpapierbörse werden über 2.000 verschiedene ETF gehandelt. Auch in der Beratungspraxis der Verbraucherzentralen nimmt das Interesse an ETF seit Jahren zu.

Eine erfolgreiche Anlagestrategie muss einfach und intelligent sein. Aktien-ETF spielen dabei eine zentrale Rolle, denn sie ermöglichen es auch Kleinanlegern, zu einem Bruchteil der Kosten anderer Fonds und privater Versicherungen langfristig gewinnbringend und dank breiter Streuung mit begrenztem Risiko am Aktienmarkt zu investieren.

- Basiswissen: Was sind ETF und wie funktioniert der Aktienmarkt?
- Vorteile nutzen: Warum ETF die erste Wahl sein sollten
- Vorsicht: Auch bei der Anlage in ETF gibt es Fallstricke
- Praxiswissen: In fünf Schritten zum ETF
- Extra: Aus der Beratungspraxis der Verbraucherzentralen – typische Beispiele und Musterfälle

Alles, was man wissen muss, um den Vermögensaufbau in die eigene Hand zu nehmen: Der Ratgeber erklärt, was ETF sind und warum sie die erste Wahl bei Geldanlage und Altersvorsorge sein sollten. Und er zeigt, wie sich gute und günstige ETF finden lassen und worauf es dabei ankommt. Praxisnah werden alle Schritte von der Auswahl über den Kauf bis hin zum Verkauf und lebenslangem Entnahmeplan erläutert.