

D A S
J A H R



verbraucherzentrale

Bayern

**BERATUNG. INFORMATION. BILDUNG.
INTERESSENVERTRETUNG.**

Unsere Arbeit für die Verbraucher

INHALT



INTERVIEW	4	MARKTBEOBACHTUNG	16
mit Marion Zinkeler, Vorständin der Verbraucherzentrale Bayern			
GRUSSWORT	5	LEBENSMITTEL UND ERNÄHRUNG	17
Michaela Kaniber, Bayerische Staatsministerin für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten		Lebensmittel mit Vitamin D-Zusatz	17
		Lebensmittelverschwendung stoppen	18
		„Mahlzeit for Future“	19
		Neues Lebensmittel-Forum zu Verbraucherfragen	20
DAS JAHR IN ZAHLEN	6	Herstellerbefragung: Kaum Herkunfts- kennzeichnung auf Tiefkühlprodukten	21
EREIGNISSE IM ÜBERBLICK	7		
MARKT UND RECHT	8	ENERGIE, UMWELT UND NACHHALTIGKEIT	22
Verbraucherärger in der Coronapandemie	8	Bildungsarbeit mit Qualitätssiegel	22
Rechte durchsetzen und Verbraucher stärken	8	Neues Ausstellungsmodul:	
Neue Rechte für Verbraucher	10	CO ₂ im Einkaufswagen	22
Achtung Abzocke – 3 Beispiele	10	Infostand zur Vermeidung von Verpackungsmüll	22
		Anbieterbefragung zu Einwegpackungen	22
PROJEKT „WIRTSCHAFTLICHER VERBRAUCHERSCHUTZ“	11	Nachhaltiger Umgang mit Spielsachen	23
Digitale Verbraucherarbeit	11	Energieberatung im Allzeithoch	23
Bike-Sharing: Neue Promotion-Aktion	11	BERATUNG – MODERN UND SERVICEORIENTIERT	25
PROJEKT „VERBRAUCHERSCHUTZ IN LÄNDLICHEN RÄUMEN“	12	Beratung in Zeiten der Pandemie	25
Veranstaltungen, Erklärfilme und Social Media-Kampagne	12	Umzug Beratungsstelle Augsburg	27
		Verbraucherschutz im Quartier – trotz Corona nah bei den Menschen	27
FINANZEN UND VERSICHERUNGEN	13	MEDIEN- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT	28
Die Beratungen im Überblick	13	Feste Größe für die Medien	28
Erhöhte Bankgebühren zurückfordern	14	Homepage ist gefragtes Internetportal	29
Negativzinsen und Verwarentgelte	14	Social Media ausgeweitet	29
Prämien Sparverträge: Musterfeststellungsklage und Zinsnachberechnungen	14	FINANZEN, PERSONAL, ORGANISATION	30
Altersvorsorge: Auf der Suche nach Orientierung	15		
Beitragssteigerungen und Tarifwechsel in der privaten Krankenversicherung	15		
Altersrückstellungen beim Wechsel in die gesetzliche Krankenkasse	16		

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen die männliche Sprachform verwendet. Sämtliche Bezeichnungen gelten grundsätzlich für alle Geschlechter.

INTERVIEW

Interview mit Marion Zinkeler,
Vorständin der Verbraucherzentrale Bayern



Das zweite Jahr der Coronapandemie liegt hinter uns. Wie hat die Verbraucherzentrale diese erneute Herausforderung bewältigt?

Die Coronapandemie war eine Herausforderung: Ja, das stimmt. Wir haben die Zeit aber genutzt, um unsere Angebote für die Verbraucherinnen und Verbraucher weiter zu modernisieren. 2020 als erstes Coronajahr war die Zeit des Testens. Die Erfahrungen haben wir genutzt, einiges zu verändern: Die telefonische Erreichbarkeit wurde verbessert, die Videoberatung eingeführt und Online-Veranstaltungen gehörten zur neuen Normalität. Für die Beratung bauten wir ein internes Datenmanagementsystem auf – wir nennen es Beraterportal. Über eine einheitliche Nutzeroberfläche können unsere Beraterinnen und Berater Unterlagen teilen und von Verbrauchern bereitgestellte Dokumente vor der Beratung prüfen. Auf gleichem Weg lassen sich Dokumente zurücksenden. Das ist ein wichtiger Schritt hin zu einer modernen und effizienteren Arbeitsgestaltung.

Durch Ihre Beratung auf verschiedenen Kanälen sind Sie dicht dran an den Problemen der Menschen. Über welche Themen haben sich Verbraucher im Jahr 2021 besonders oft beschwert?

Viel Ärger gab es mit Reiseveranstaltern, besonders bei der Rückerstattung schon bezahlter Reisen. Leider waren auch Abzocke-Maschen im Netz, Vertragsprobleme mit Fitnessstudios und Fakeshops an der Tagesordnung.

Und zahlreiche Fragen zur Berufsunfähigkeits- und Rechtsschutzversicherung kamen bei uns an.

Unsere Statistik zeigt auch, dass sich sehr viele Bürgerinnen und Bürger Gedanken über ihr eigenes Zuhause machen. Energiesparen, ein Heizungswechsel und die Installation von Photovoltaikanlagen standen hier im Mittelpunkt.

Ein Schwerpunkt Ihrer Arbeit ist der Einsatz für eine nachhaltige Lebensmittelproduktion und bewusster Konsumentenscheidungen. Was meinen Sie damit?

Es geht um verschiedene Aspekte, die mit der Landwirtschaft, der Produktion und der Kennzeichnung von Lebensmitteln zusammenhängen. Ein Ziel unserer Arbeit war es, die Lebensmittelverschwendung privater Haushalte zu verringern. Das ist eine Aufgabe, die viel Engagement braucht, da das Ziel nicht von heute auf morgen zu erreichen ist. Jeder von uns kann dazu etwas beitragen. Unser neues Info-Portal „Genießen statt wegwerfen“ liefert allerlei Wissenswertes für eine wertschätzende Behandlung von Lebensmitteln.

In Bezug auf die Lebensmittelkennzeichnung lassen wir nicht nach, etwas voranzubringen. In einer Stichprobe mit 52 Tiefkühlprodukten wollten wir wissen, inwieweit Hersteller die Herkunft freiwillig kennzeichnen. Das schlechte Ergebnis hat uns nicht überrascht. Solche Fakten nutzen wir für die politische Arbeit.

Die Umgestaltung der Landwirtschaft hin zu einer tierwohl-gerechten, zukunftsfähigen Lebensmittelproduktion ist eine Herkulesaufgabe. Die Zeit ist gekommen, dies mit aller Kraft anzugehen. Im politischen Prozess vertreten wir die Interessen der Verbraucher. Damit sich wirklich etwas ändert, braucht es konkrete, von der Politik gesetzte Rahmenbedingungen für Wirtschaft und Handel, höhere Produktionsstandards und eine transparente Kennzeichnung der Lebensmittel. Wir glauben, dass bestehende Probleme sich nicht allein durch Konsumentenscheidungen von Verbrauchern lösen lassen.

Mein Dank gilt allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die mit ganzer Kraft und hohem Engagement ihr Bestes für die Verbraucherinnen und Verbraucher in Bayern gegeben haben.

GRUSSWORT



Michaela Kaniber
Bayerische Staatsministerin
für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten

Sehr geehrte Verbraucherinnen und Verbraucher,

die Verbraucherzentrale Bayern begann vor mehr als 60 Jahren ihre Arbeit als ehrenamtlicher Verein. Bereits damals bestimmten die Fragestellungen rund um Ernährung und Hauswirtschaft das Tagesgeschäft. Während der zurückliegenden sechs Jahrzehnte ist das Themenspektrum der Verbraucherzentrale erheblich breiter geworden. Dennoch sind auch heute unsere Lebensmittel und unsere Ernährung Schwerpunkte der Arbeit der Verbraucherzentrale und aktueller als je zuvor.

Die Verbraucherzentrale Bayern und der Freistaat Bayern sind als starke Partner seit Jahrzehnten gemeinsam tätig. Ausdruck dieser erfolgreichen Zusammenarbeit ist die langjährige staatliche Förderung der Verbraucherzentrale im Ernährungsbereich.

Ernährung ist und bleibt das zentrale Zukunftsthema für unsere Gesellschaft. Galt lange Zeit der Preis als entscheidendes Kaufkriterium bei Lebensmitteln, so ist heute ein grundlegender Bewusstseinswandel erkennbar. Die Coronapandemie hat den Fokus der Menschen für eine regionale Erzeugung unserer Lebensmittel geschärft. Heimische, saisonale und regional erzeugte Lebensmittel genießen eine mehr und mehr steigende gesellschaftliche Wertschätzung.

Staatlicherseits haben wir Vieles angestoßen, um im Ernährungsbereich den Klimaschutz voranzubringen. Bayern hat sich dazu verpflichtet, deutlich mehr regionale und ökologische Lebensmittel in staatlichen Kantinen einzusetzen, Regionaltische in ganz Bayern zur Bündelung von Vermarktungsinitiativen vor Ort einzurichten und regionale Bündnisse auszubauen.

Zuversichtlich stimmt mich, dass auch die Eindämmung der Lebensmittelverschwendung zunehmend im Bewusstsein der Gesellschaft ankommt: Gemeinsam gehen der Freistaat und die Verbraucherzentrale diese Daueraufgabe an, damit auch bei uns in Bayern zukünftig der Anteil der weggeworfenen Lebensmittel abnimmt.



© Foto: Astrid Schmidhuber

Neben dem Thema Lebensmittelverschwendung verzahnen sich staatliches und nichtstaatliches Ernährungshandeln auch bei den Bildungsangeboten für die Zielgruppen Junge Familie, Generation 55plus und Verantwortliche in der Gemeinschaftsverpflegung.

Die Gesellschaft fordert uns aktuell auf, Umsetzungskonzepte zu Tierwohl, Herkunftskennzeichnung und gerechte Preise für unsere Lebensmittel auf den Weg zu bringen. Auch wenn dies die Landwirtschafts- und Ernährungsbranche vor Herausforderungen stellt, ist es mir ein wichtiges Anliegen, aus der Sicht der Verbraucher Lösungen anzudenken. In diesem Prozess wissen wir die Verbraucherzentrale Bayern als einen starken Partner an unserer Seite.

Michaela Kaniber

Bayerische Staatsministerin
für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten

DAS JAHR IN ZAHLEN

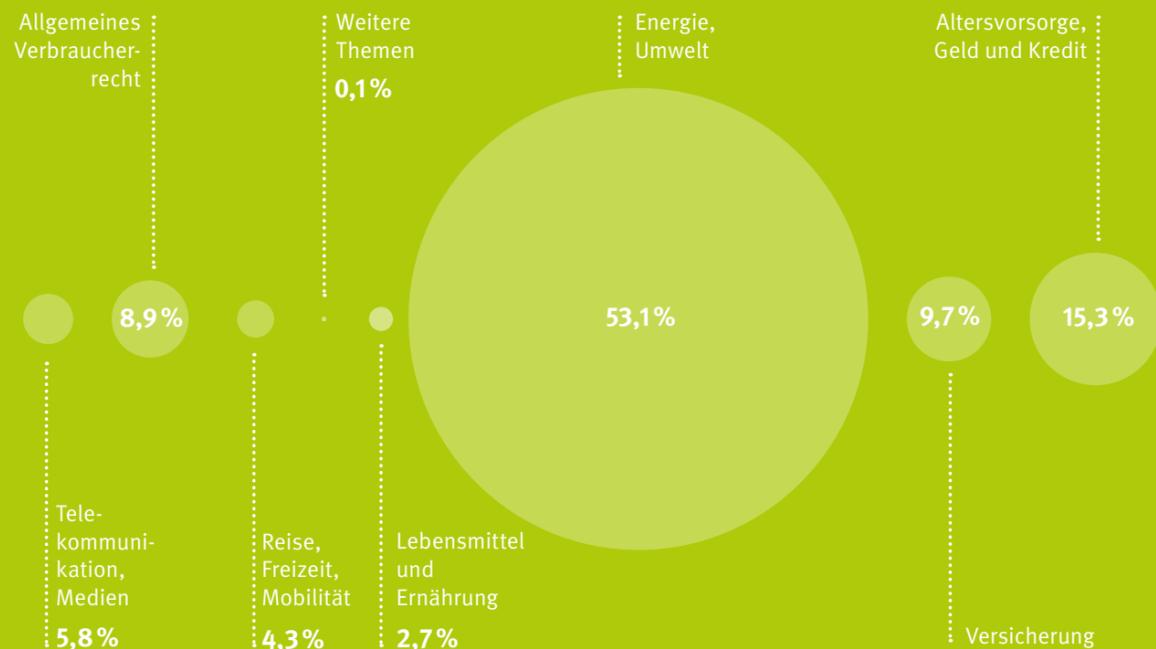
RESONANZ 2021

Beratungen	35.573
Auskünfte (u. a. Kurzinfos, Verweise)	61.534
Medienkontakte	2.160
Teilnehmer an Veranstaltungen	40.781
Newsletter-Abonnenten	7.166
Internetkontakte ¹⁾	2.307.607

¹⁾ Die Zahl gibt die Besuche auf www.verbraucherzentrale-bayern.de wieder.

Kumuliert mit Nutzern der Seite www.verbraucherzentrale.de (38.126.022 Besuche), die die Verbraucherzentrale Bayern gemeinsam mit weiteren Verbraucherzentralen betreibt, sind es insgesamt 40.433.629 Besuche.

BERATUNGSIHALTE 2021



EREIGNISSE IM ÜBERBLICK



Januar:
Prämiensparen: Musterfeststellungsklage gegen die Stadtparkasse München eingereicht. Auslöser sind fehlerhafte Zinsberechnungen und Kündigungen.



März:
Weltverbrauchertag 2021 zum Thema „Reisen in Coronazeiten – Vorauskasse bei Reisebuchungen vermeiden“.

Stadtparkasse München: Klageregister ist jetzt eröffnet – Prämiensparer können sich ab sofort anmelden.



April:
Neues Lebensmittel-Forum zu Verbraucherfragen geht an den Start.

Jedes zehnte Cookie-Banner ist rechtswidrig. Gemeinsame Aktion aller Verbraucherzentralen und Mitgliedsverbände des Verbraucherzentrale Bundesverbandes.

Oktober:
Wie sieht die Ernährung der Zukunft aus?

Die Verbraucherzentrale Bayern zeigt erstmals ihre neue Ausstellung „Mahlzeit for Future“ auf der neuntägigen Verbrauchermesse „Consumenta“ in Nürnberg.

Das neue Gesetz für faire Verbraucherverträge wird eingeführt.



Juli:
Ab dem 3. Juli 2021 dürfen EU-weit Einwegverpackungen wie Einwegbesteck und -geschirr aus Plastik, Trinkhalme und Rührstäbchen aus Kunststoff nicht mehr produziert werden. Gleiches gilt für To-go-Getränkebecher, Fast-Food-Verpackungen und Wegwerf-Essenbehälter aus Styropor.

Nach der langen Coronapause öffnet die Verbraucherzentrale Bayern ihre Beratungsstellen ab dem 20. Juli wieder für Verbraucherinnen und Verbraucher. Die Beratung findet nur nach vorheriger Terminvereinbarung statt.

Im Landkreis Berchtesgadener Land verursacht ein so noch nie dagewesenes Unwetter Schäden in Millionenhöhe. Für betroffene Bürger richtet die Verbraucherzentrale Bayern eine kostenlose Beratungshotline ein. Geschädigte erhalten unbürokratisch Unterstützung bei Fragen zur Regulierung ihrer Hochwasserschäden durch Versicherungen.

Dezember:
Aufgrund der aktuellen Coronalage in Bayern findet ab dem 1. Dezember in sämtlichen Beratungsstellen der Verbraucherzentrale Bayern kein Publikumsverkehr mehr statt.



MARKT UND RECHT

VERBRAUCHERÄRGER IN DER CORONAPANDEMIE

... Corona sorgte auch 2021 bei Reisen für Probleme

... Viele Beschwerden zu Fitnessstudios

... Ungelöste Fragen bei Zutrittsregelungen

2021 war ein schwieriges Urlaubsjahr

Urlaub machen war auch im zweiten Jahr der Pandemie nicht einfach. Über 880 Ratsuchende wandten sich wegen ihres Reiseärgers an die Verbraucherzentrale Bayern.

Zu Beginn des Jahres warteten viele Reisende noch auf die Erstattung der Kosten ihrer ausgefallenen oder abgesagten Reisen und Flüge. Als nach dem Ende des zweiten Lockdowns das Reisen wieder möglich wurde, veränderten sich die Anfragen. Verbraucher waren nun häufig mit Abweichungen von den gebuchten Reisen durch den Reiseveranstalter konfrontiert. Oder die Airline verlegte die Flugzeiten. Auch ständig geänderte Ein- und Rückreisevorschriften beschäftigten viele Menschen.

Die Verbraucherzentrale half Betroffenen mit persönlicher Beratung. Wer sich informieren wollte, fand zahlreiche Informationen, Musterbriefe und Lösungswege auf der Webseite unter

www.verbraucherzentrale-bayern.de/corona

Beschwerden zu Fitnessstudios

Kann ich meinen Vertrag mit dem Fitnessstudio aufgrund der coronabedingten Umstände vorzeitig kündigen? Mit dieser Frage wandten sich viele Ratsuchende an die Verbraucherzentrale.

Auf ihrer Homepage richtete die Verbraucherzentrale einen Corona-Vertrags-Check ein. Dieser liefert eine Ersteinschätzung zum jeweiligen Fall. Damit konnte vielen Betroffenen bereits an dieser Stelle schnell weitergeholfen werden:

www.verbraucherzentrale-bayern.de/coronavertragscheck

Aber auch in der individuellen Beratung erhielten Verbraucher Unterstützung bei ihren Auseinandersetzungen.

Schwierigkeiten gab es bei der Auslegung des Gesetzes über Zwangsgutscheine.

Unklar war, wie mit bereits gezahlten Beiträgen für den Zeitraum der Schließungen umgegangen werden kann. Darf das Fitnessstudio die nicht genutzten Zeiten an die Verträge anhängen, diese also einseitig verlängern? Oder kann der Verbraucher das Geld wegen der Schließung zurückverlangen?

Die Verbraucherzentrale informierte bei Anfragen über die aktuelle Entwicklung in der Rechtsprechung und half, die Risiken einer Rechtsverfolgung richtig einzuschätzen.

Zur Unterstützung standen Musterbriefe zur Verfügung, mit denen sich Verbraucher erfolgreich gegen die einseitige Vertragsverlängerung wehren konnten.

Rechtsklarheit herrschte 2021 hier leider noch nicht. Erst im Mai 2022 hat der Bundesgerichtshof hierzu entschieden und die Rechtsauffassung der Verbraucherzentrale Bayern bestätigt. Fitnessstudios müssen demnach ihren Kunden die Beiträge der Monate zurückzahlen, in denen das Studio coronabedingt geschlossen war. Der Vertrag könne nicht stattdessen wegen „Störung der Geschäftsgrundlage“ verlängert werden.

Ungelöste Fragen wegen 2-G und 2-G-Plus Regelungen

Was gilt, wenn jemand keinen Zugang zu Freizeitveranstaltungen oder Fitnessstudios hat? Besteht dann Anspruch auf Erstattung? Auch zu diesen Fällen erhielt die Verbraucherzentrale etliche Anfragen.

Die Expertinnen und Experten leisteten Hilfestellung durch eine erste rechtliche Einschätzung, wie sich Verbraucher verhalten können. Denn auch in dieser Frage war die Rechtslage unsicher und es ist abzuwarten, wie die Gerichte entscheiden.

RECHTE DURCHSETZEN UND VERBRAUCHER STÄRKEN

... Im Jahr 2021 hat die Verbraucherzentrale Bayern 34 Abmahnungen wegen Verstößen gegen das Wettbewerbs- oder AGB-Recht ausgesprochen. 21 dieser Verfahren konnten bereits erfolgreich abgeschlossen werden.

Jedes zehnte Cookie-Banner ist rechtswidrig

Die meisten Abmahnungen wurden im Rahmen einer bundesweiten Aktion ausgesprochen. Im Fokus standen Unternehmen unterschiedlicher Branchen, die auf ihren Webseiten Cookie-Banner einsetzten, die klar unzulässig waren. Dabei handelte es sich um Banner, die keine

Eingriffs- und Entscheidungsmöglichkeit des Nutzers zuließen. Vielmehr wurde lediglich angegeben, der Nutzer stimme durch Weitersurfen dem Setzen aller Cookies zu.

An der Aktion waren Verbraucherzentralen und Mitgliedsverbände des Bundesverbandes der Verbraucherzentralen beteiligt. Insgesamt wurden 949 Cookie-Banner überprüft.



ERFOLGE VOR GERICHT

Drei Gerichtsverfahren wurden 2021 zugunsten der Verbraucherzentrale Bayern entschieden.

Eine Verbraucherin hatte ihren Abonnement-Vertrag bei der Burda Senator GmbH gekündigt. Daraufhin teilte ihr das Unternehmen mit, dass dem Kündigungswunsch erst entsprochen werden könne, wenn alle offenen Forderungen beglichen seien. Die Kündigung müsse nach Zahlung erneut an den Verlag gesandt werden. Darüber hinaus hielt der Verlag eine kostenpflichtige 0180-Rufnummer als Kundenhotline bereit. Wird Kunden eine Hotline zur Verfügung gestellt, dürfen keine Zusatzkosten verlangt werden.

Im Berufungsverfahren gegen die Apple Distribution International unterlag die Verbraucherzentrale Bayern vor dem Oberlandesgericht München. Das Gericht entschied, wie bereits die erste Instanz, dass es lediglich eine Rechtsmeinung darstelle, wenn das Unternehmen gegenüber einem Kunden angibt, ein defektes Gerät könne im Rahmen der Gewährleistung nur gegen ein neuwertiges und nicht gegen ein neues Gerät ausgetauscht werden. Verbraucher würden dies auch erkennen.

Jeder zehnte verstieß eindeutig gegen gesetzliche Vorgaben. Aber auch die übrigen Seiten befanden sich vielfach im Graubereich.

Die Verbraucherzentralen bündelten bei dieser Aktion ihre juristischen Kräfte. Die Verbraucherzentrale Bayern übernahm die Aufgabe, sich gezielt mit Reiseanbietern auseinanderzusetzen. Im Ergebnis sprach die Verbraucherzentrale Bayern 21 Abmahnungen aus. In 16 Fällen gaben die Reiseanbieter eine Unterlassungserklärung ab. In drei Fällen wurde ins Klageverfahren übergegangen. Mehr unter:

www.vzbv.de/pressemitteilungen/jedes-zehnte-cookie-banner-ist-klar-rechtswidrig

Zwei weitere Verfahren betrafen den Bezahlsender Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG. Zum einen erhielten Verbraucher nach einer Kündigung ihres Pay-TV-Vertrags ein Schreiben, sie mögen zur Klärung unter der kostenlosen 0800-Rufnummer anrufen. Unter dieser Nummer war eine Bandansage zu hören, die angab, die Nummer hätte sich geändert. Es solle nun eine 01806-Rufnummer angerufen werden, ein Kostenhinweis erfolgte nicht. Zum anderen verwendete das Unternehmen AGB-Klauseln, die eine Minderung bei einem geringfügigen Programmausfall ausschlossen. Geringfügig sei der Programmausfall, wenn er nicht mehr als 60 Stunden pro Jahr je individuellem Kanal betrage.

In allen drei Fällen folgte das Gericht der Rechtsauffassung der Verbraucherzentrale Bayern und untersagte den Unternehmen das rechtswidrige Verhalten.

Die Verbraucherzentrale bewertet eine solche Aussage – anders als das Gericht – als **klare Verbrauchertäuschung**. Denn Verbraucher kennen ihre Rechte nicht immer im Detail und verlassen sich auf die Aussagen vermeintlich rechtskundiger Mitarbeiter. So werden sie – gegebenenfalls bewusst – davon abgehalten, ihre Rechte geltend zu machen und durchzusetzen.

NEUE RECHTE FÜR VERBRAUCHER

Interview mit Tatjana Halm, Referatsleiterin Markt und Recht, zu neuen Gesetzgebungsverfahren



Frau Halm, Sie haben die Umsetzung der Digitale-Inhalte-Richtlinie und der Warenkaufrichtlinie mit Stellungnahmen begleitet. Worum geht es hier?

Beide Richtlinien haben das Ziel, die Rechte der Verbraucher in der digitalen Welt zu stärken. Für digitale Inhalte und Dienstleistungen, wie etwa Software, Apps und Streamingdienste, werden verbindliche Regelungen für das Vertragsverhältnis getroffen. Hier gibt es zahlreiche Änderungen und Verbesserungen für Verbraucher. So sind Unternehmer jetzt verpflichtet, ihren Kunden Updates zur Verfügung zu stellen. Zugleich wird die gesetzliche Vermutung, dass ein Mangel der Kaufsache bereits beim Kauf vorlag, von sechs Monaten auf ein Jahr verlängert. Wie sich die Anwendung der neuen Regelungen in der Praxis entwickeln wird, bleibt abzuwarten. Gerade im Hinblick auf die Dauer der Update-Pflicht gibt es noch offene Fragen.

Zum 1. Oktober 2021 wurde das Gesetz für faire Verbraucherverträge eingeführt. Wie schätzen Sie die Wirkung ein?

Wir begleiteten auch diesen Gesetzgebungsprozess intensiv mit Blick auf die Interessen der Verbraucher. Im letzten Moment wurden die geplanten kürzeren Laufzeiten von Verträgen leider nicht durchgesetzt. Positiv zu bewerten ist, dass sich die Regierungsparteien auf einen Kündigungsbutton einigten. Damit wurde ein wichtiger Schritt getan, um Verbrauchern bei der Kündigung von Verträgen mehr Sicherheit zu geben. Eine Verbesserung gab es im Bereich der Telefonwerbung: Am Telefon geschlossene Verträge müssen vom Verbraucher bestätigt werden. Leider gilt diese Regelung nur im Bereich der Telekommunikations- und Energieverträge. Die seit Jahren geforderte allgemeine Bestätigungslösung wurde nach wie vor nicht umgesetzt.

Bei der EU-Modernisierungsrichtlinie konnten Sie als Sachverständige im Bundesausschuss für Recht und Verbraucherschutz die Belange der Verbraucher einbringen. Was verbirgt sich hinter dieser Richtlinie?

Diese Richtlinie soll unter anderem Verbraucherschutzvorschriften der Union modernisieren und sie damit besser

durchsetzbar machen. Im Zivil- und im Wettbewerbsrecht enthalten die überarbeiteten Gesetze beispielsweise neue Informationspflichten für Online-Marktplätze. Zudem besteht jetzt ein eigener Schadensersatzanspruch für Verbraucher im Wettbewerbsrecht. Durch den Einsatz der Verbraucherzentralen und des vzbv konnte hier die Verlängerung der Verjährung auf ein Jahr erreicht werden. Ursprünglich waren nur sechs Monate vorgesehen.

ABZOCKE UND ALLTAGSÄRGER – 3 BEISPIELE

... BETRÜGERISCHE WEBSEITEN

Sogenannte **Fake Shops** sind weiterhin ein großes Thema und können erheblichen finanziellen Schaden anrichten. Dahinter verbergen sich betrügerische Webseiten, die Online-Einkäufer abzocken wollen. In 2021 konnte man eine deutliche Verlagerung feststellen. Verbraucher meldeten weniger Online-Shops, bei denen sie Vorkasse geleistet haben und nie wieder etwas von dem Shop hörten. Vielmehr wurden **minderwertige Waren oder gänzlich andere Artikel verschickt**, häufig aus Nicht-EU-Staaten wie China. Eine Rückabwicklung erschwerten die Anbieter systematisch oder verweigerten diese gänzlich.

... LOCKANGEBOTE IM ONLINEHANDEL

Früher waren Lockangebote nur im stationären Handel bekannt: Supermärkte und Discounter lockten mit günstigen Wochenangeboten. Vor Ort mussten die Kunden feststellen, dass das **gewünschte Produkt nicht vorrätig** war. Im Onlinebereich kämpfen Verbraucher inzwischen mit ganz ähnlichen Problemen: Aufgrund von **Lieferengpässen** halten die Unternehmen häufig ihre zugesicherten Lieferzeiten nicht ein. Betroffen sind vor allem die Bereiche **Unterhaltungselektronik** und **Einrichtungsgegenstände**. Verwundert stellen die Online-Käufer fest, dass der gewünschte Artikel weiterhin als „vorrätig und sofort lieferbar“ auf der Seite des Online-Shops angeboten wird, obwohl sie gerade erst auf Lieferzeiten von mehreren Wochen vertröstet wurden.

... „SMISHING“ GREIFT UM SICH

Ein weiteres häufiges Ärgernis waren sogenannte „Smishing“-Fälle, ein **Kofferwort aus SMS und Phishing**. Per SMS kam die Nachricht, ein Paket sei angeblich immer noch nicht abgeholt. Hinter einem Link in der SMS lauerte **Schadsoftware**, die massenhaft SMS versendete und dadurch hohe Kosten auf der Mobilfunkrechnung hervorriefen konnte. Die Verbraucherzentrale Bayern warnte auf ihrer Homepage eindringlich vor dieser Betrugsmasche.

PROJEKT „WIRTSCHAFTLICHER VERBRAUCHERSCHUTZ“



Wie funktionieren Cookies und wie kann man sie löschen? Wer ist mein Vertragspartner bei einem Vermittlungsportal? Was muss ich bei Sharing-Verträgen beachten und wie prüfe ich, ob eine Inkassoforderung berechtigt ist? Das bundesweite Projekt „Wirtschaftlicher Verbraucherschutz“ beschäftigt sich mit verbraucherrechtlichen Fragestellungen, die Verbrauchern im Alltag und bei Vertragsschlüssen immer wieder begegnen. Über unterschiedlichste Formate werden Antworten auf die drängenden Fragen gegeben.

Das Projekt, an dem alle Verbraucherzentralen mitarbeiten, wurde zunächst gefördert vom Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz. Die Zuständigkeit für die Projektförderung liegt inzwischen beim Bundesministerium für Umwelt und Verbraucherschutz.

DIGITALE VERBRAUCHERARBEIT

Digitale Informationswege haben in der Coronapandemie enorm an Bedeutung gewonnen. Daher entwickelten die Verbraucherzentralen im Jahr 2021 neue digitale Vorträge zu verschiedenen Projektthemen wie Vergleichsportale, Cookies und Inkasso.

Besonders nachgefragt waren die Online-Vorträge zum Thema **„Digitaler Nachlass“**. Mitunter nahmen bis zu 80 Interessierte an den Veranstaltungen teil. Auch das **„Cryptotocafé“**, das in Kooperation mit dem Verein Digitalcourage stattfand, stieß auf großes Interesse. Die Veranstaltung fand einmal im Quartal statt und die Teilnehmenden bekamen **wertvolle Tipps zum sicheren Surfen im Internet**.

Legal Tech-Tools liegen im Trend

Mit Legal Tech-Tools können Ratsuchende schnell herausfinden, welche Rechte ihnen zustehen, und sich **Musterbriefe** oder sogar eine **Patientenverfügung** erstellen lassen. Das Interesse an diesen Tools ist im Jahr 2021 weiter gestiegen.

Auch die Zugriffszahlen auf den **Inkasso-Check**, den die Verbraucherzentrale Bayern mitentwickelte, wachsen stetig. Wurde die Seite 2019 noch von rund 106.000 Verbrauchern aufgerufen, waren es 2020 bereits 128.000 und **2021 sogar 152.000**.

In 2021 startete das Legal Tech-Tool „Selbstbestimmt“. Damit können sich Interessierte kostenlos ihre Patientenverfügung online erstellen. In den ersten beiden Wochen gab es 20.000 Zugriffe auf das Tool und es wurden 2.000 individuelle Verfügungen erstellt.

Links zu Legal Tech-Tools:

www.verbraucherzentrale-bayern.de/umtausch-check

www.verbraucherzentrale-bayern.de/inkasso-check

www.verbraucherzentrale-bayern.de/patientenverfuegung-online

BIKE-SHARING: NEUE PROMOTION-AKTION

In Würzburg, Bamberg und Augsburg führte die Verbraucherzentrale Aktionen durch, in denen Passanten Informationen über das Thema Bike-Sharing erhielten. Bei den Aktionen wurden rund **2.600 nachhaltig produzierte Fahrradsattelschoner** verteilt. In Gesprächen mit etwa 650 Interessierten wurden auch zahlreiche allgemeine Fragen zum Verbraucherschutz beantwortet.



PROJEKT „VERBRAUCHERSCHUTZ IN LÄNDLICHEN RÄUMEN“

Das Kooperationsprojekt mit dem Deutschen LandFrauenverband e.V. ging in das letzte gemeinsame Projektjahr. Ziel des Projektes war es, Wissen zu wirtschaftlich-rechtlichen Verbraucherthemen vor allem durch Präsenzveranstaltungen im ländlichen Raum zu vermitteln. Jedoch konnten auch 2021 bedingt durch die Coronapandemie viele Veranstaltungen nicht vor Ort stattfinden.

VERANSTALTUNGEN, ERKLÄRFILME UND SOCIAL MEDIA-KAMPAGNE

Die ehrenamtlich tätigen LandFrauen stellten die Projektarbeit zügig auf Online-Veranstaltungen um. In 2021 organisierten sie **56 Veranstaltungen mit über 1.300 Teilnehmern**. Abgehalten wurde diese von den Fachreferenten der Verbraucherzentralen. Im Ergebnis fanden somit sogar mehr Aktivitäten statt als ursprünglich in der Planung vorgesehen.

Die Experten der Verbraucherzentralen informierten vor allem zu Themen aus der digitalen Welt und Finanzen. Schwerpunkte waren der **Datenschutz im Internet, sichere Passwörter, mobiles Bezahlen** sowie Fragen zur Altersvorsorge, der Geldanlage und den wichtigsten Versicherungen.

Ein weiteres Ziel des Projekts war es, verbraucherrechtliche Probleme weiten Teilen der Bevölkerung in ländlichen Räumen über Social Media-Kanäle zugänglich zu machen.



Dafür wurden vier neue Erklärfilme produziert:

- ... Sind Soziale Medien wirklich kostenlos?
- ... Wann müssen Influencer ihre Postings als Werbung kennzeichnen?
- ... Wie behalte ich meine Finanzen im Blick?
- ... Was sind vermögenswirksame Leistungen?

Alle Filme, die 2020 und 2021 im Projekt entstanden, waren Teil einer umfangreichen Social Media-Kampagne. Anzeigen bewarben die Filme erfolgreich auf YouTube und im Google Netzwerk – jeweils bei jungen Menschen in Orten unter 20.000 Einwohnern.

Die Videos erhielten über 1,1 Millionen Aufrufe. Die verlinkte Website verzeichnete rund 112.000 Klicks.

Alle Videos wurden zudem zwei Monate auf Instagram beworben. Damit ließ sich ein weiterer Kommunikationsweg erschließen, um junge Menschen im ländlichen Raum noch besser zu erreichen.

FINANZEN UND VERSICHERUNG

- Die Wirtschaft nahm im zweiten Corona-Krisenjahr 2021 wieder leicht Fahrt auf und die Börsen feierten Allzeithochs. Viele nahmen dies zum Anlass, ihre Finanzen und Versicherungen auf den Prüfstand zu stellen. Homeoffice und Quarantäne schienen die Umsetzung solcher Vorsätze zusätzlich zu begünstigen.



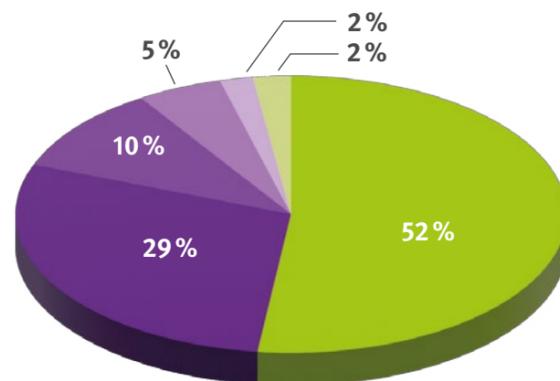
DIE BERATUNGEN IM ÜBERBLICK

Ob Altersvorsorge, Geldanlage, Kredit oder Versicherungen – das Beratungsangebot der Verbraucherzentrale Bayern unterstützte die Ratsuchenden auch online, per Telefon oder Video-Telefonie.

- ... Es fanden 5.509 Beratungen statt. Dabei wurden rund 10.000 individuelle Finanzthemen behandelt. Es ging sowohl um rechtliche als auch wirtschaftliche Aspekte.
- ... Ein Schwerpunkt lag auf der Beratung zur Berufsunfähigkeits- und Rechtsschutzversicherung. Insgesamt waren die Versicherungsthemen 4.000-mal gefragt.
- ... In 1.000 Fällen galten die Anfragen dem Bereich Gesundheit.



Beratungen zu Finanzthemen



- Geldanlage/ Altersvorsorge
- Versicherung
- Gesundheit und gesetzliche Krankenversicherung
- Zahlungsverkehr
- Immobilienfinanzierung
- Sonstige Finanzdienstleistungen

ERHÖHTE BANKGEBÜHREN ZURÜCKFORDERN

Banken und Sparkassen teilten auch 2021 ihren Kunden mit, dass sie die Entgelte erhöhen. Die Verbraucherzentrale befürchtete, dass manche Verbraucherinnen und Verbraucher gar nicht bemerkt hatten, dass die Kontoführung teurer geworden ist. Denn an die Informationspflichten wurden geringe Anforderungen gestellt. Ein Hinweis auf dem Kontoauszug genügte. Wer das übersehen hatte, konnte sich kaum noch dagegen wehren. Die Vertragsklauseln vieler Banken sahen vor, dass die Zustimmung der Verbraucher als erteilt galt, wenn sie nicht widersprechen.

Diesem Vorgehen erteilte der Bundesgerichtshof (BGH) in seiner Entscheidung vom 27.04.2021 eine Absage.

Der BGH erklärte die intransparenten Klauseln mit der sogenannten Zustimmungsfiktion für unwirksam. Die Folge ist: **Die Kunden haben Rückforderungsansprüche**, die in vielen Fällen bis zu drei Jahren zurückreichen.

165 Verbraucher unterstützte die Verbraucherzentrale bei der Klärung individueller Ansprüche und der Rechtsdurchsetzung. Noch mehr Ratsuchende haben ihre Ansprüche mithilfe des interaktiven Musterbriefs geltend gemacht.

NEGATIVZINSEN UND VERWAHRENTGELTE

Fast alle Banken und Sparkassen wollten Negativzinsen beziehungsweise Verwahrentgelte auf sogenannte Sichteinlagen einführen. Das ist Geld, das der Kunde eingezahlt hat und über das er jederzeit verfügen kann. In der Regel betrifft es Guthaben auf dem Girokonto und Tagesgeldkonto.

Vielen Kunden wurde hierzu eine „Individualvereinbarung“ vorgelegt, die sie unterschreiben sollten. Wenn sie das nicht taten, drohten manche Banken mit der Kündigung der Geschäftsbeziehung. Verbraucher gerieten dadurch sehr unter Druck und wussten oft nicht, wie sie sich verhalten sollten.

Zahlreiche Ratsuchende wandten sich an die Rechtsberatung der Verbraucherzentrale. Die Gerichte bewerten die Thematik bislang noch uneinheitlich. Bankenfreundlich fiel zum Beispiel das Urteil des Landgerichts Leipzig vom 8. Juli 2021 aus, kundenfreundlich dagegen das des Landgerichts Berlin vom 28. Oktober 2021.

PRÄMIENSPARVERTRÄGE: MUSTERFESTSTELLUNGSKLAGEN UND ZINSNACHBERECHNUNG

Der Ärger mit Prämiensparverträgen setzte sich im Jahr 2021 fort. Immer wieder kündigten Sparkassen solche Verträge. Im Raum standen dann Fragen wie: War die Kündigung wirksam? Wie erfolgte die Anpassung des variablen Zinssatzes und hat der Kunde Zinsnachzahlungsansprüche?

Der Bundesgerichtshof hat im Oktober 2021 richtungweisende Aussagen getroffen, wie Banken variable Zinsen in Sparverträgen anpassen müssen. Auch die Musterfeststellungsklagen gegen die Sparkasse Nürnberg und Stadtsparkasse München sollen zu mehr rechtlicher Klarheit führen. Die Klagen reichte der Verbraucherzentrale Bundesverband in Kooperation mit der Verbraucherzentrale Bayern ein.

Für alle Fragen rund um die Klagen und die Anmeldung **schaltete die Verbraucherzentrale ein kostenfreies Infotelefon**. Es wurde von Ratsuchenden gerne in Anspruch genommen.

Eine Nachberechnung der Zinsen bietet die Verbraucherzentrale Bayern in Kooperation mit einem Kreditsachverständigenbüro an. Knapp **600 Zinsnachberechnungen** wurden durchgeführt.



„Wir wollen noch mehr Verbraucher davon überzeugen, dass die Beteiligung an den Musterfeststellungsklagen sinnvoll ist, auch um die Verjährung im Einzelfall zu hemmen“, sagt Sascha Straub, Referatsleiter Finanzdienstleistungen der Verbraucherzentrale Bayern.

Mehr zum aktuellen Stand der Musterfeststellungsklagen: www.verbraucherzentrale-bayern.de/sparkasse

ALTERSVORSORGE: AUF DER SUCHE NACH ORIENTIERUNG

Über **1.900 Ratsuchende** wandten sich an die Finanzexperten der Verbraucherzentrale Bayern, um Orientierung für ihre Altersvorsorge von unabhängiger Stelle zu erhalten. Die Beratungsgespräche fanden teils telefonisch, per Video oder zeitweise auch in Präsenz statt.

Gemeinsam mit den Ratsuchenden wurden bestehende **Vorsorge- und Geldanlageverträge analysiert und optimiert**. Die Erkenntnisse daraus sind ernüchternd: Der überwiegende Teil der in der Vergangenheit von Vermittlern und Banken verkauften Produkte war vollkommen überteuert und riskant. Das betraf vor allem fondsgebundene Rentenversicherungen und aktiv gemanagte Investmentfonds.

Insbesondere bei Älteren zeigten sich **beim Übertritt in den Ruhestand die Tücken der Riester-Verträge**. Obwohl es mit Nachteilen verbunden ist, wollten viele diese am liebsten kündigen. Denn ihre Vertragspartner offerierten ihnen im Verhältnis zu ihren Beitragseinzahlungen teilweise absurd niedrige Rentenzahlungen. Die Berater der Verbraucherzentrale mussten einzelne Verträge genau bewerten, um zu **sachgerechten Ratschlägen** zu gelangen.

Für junge Familien mit Kindern, für die sich das „Riestern“ aufgrund der staatlichen Zulagen tatsächlich lohnt, war es 2021 fast unmöglich, überhaupt einen neuen Riester-Vertrag zu finden. Im Jahresverlauf hatte sich ein nennenswerter Teil der Anbieter von der Riester-Rente verabschiedet.

Ein weiteres Schwerpunktthema war, individuelle Vorsorge- oder auch Geldanlagekonzepte für die Altersvorsorge zu erstellen. Die Planung des Versorgungsbedarfs, Auswahl und Kauf von renditestarken ETF-Indexfonds wie auch die Bestimmung des eigenen ethisch-ökologischen Anlegerprofils bestimmten hier die Inhalte der Gespräche. **Die Anzahl dieser strategischen Beratungen hat sich im Vergleich zu früher nahezu verdoppelt.**

Für Unternehmen und Volkshochschulen hielten die Finanzexperten der Verbraucherzentrale sechs Online- und sieben Präsenz-Vorträge mit über 500 Teilnehmenden. Die Themen waren „Altersvorsorge nach Maß“ und „Effiziente langfristige Geldanlage“.

BEITRAGSSTEIGERUNGEN UND TARIFWECHSEL IN DER PRIVATEN KRANKENVERSICHERUNG

Privat Krankenversicherte klagten auch im Jahr 2021 über hohe Beitragssteigerungen. Auffällig war, dass nicht nur Angestellte und Selbständige, sondern vermehrt auch Beamte über deutliche Beitragszuwächse berichteten. **Teilweise lagen diese im zweistelligen Prozentbereich**. Dies ist ungewöhnlich, denn in der Vergangenheit entwickelte sich die Tarifsparte für Beamten preislich eher moderat.

Angesichts der Beitragsdynamik stellten sich viele Versicherte die Frage, ob es zu ihrem bisherigen Tarif geeignete günstigere Alternativen gibt. **Abhilfe versprach das Tarifwechselrecht nach § 204 VVG**, das einen Umstellungsanspruch in andere Tarife desselben Versicherers vorsieht. Die Fachberater unterstützten Verbraucher zielgerichtet mit einer Analysesoftware bei der Suche nach bedarfsgerechten Tarifalternativen. Diese enthält über 80 Leistungskriterien.

ALTERSRÜCKSTELLUNGEN BEIM WECHSEL IN DIE GESETZLICHE KRANKENKASSE

Mit 315 Beratungen stellt das Thema Wechsel von privat Versicherten in das gesetzliche Krankenversicherungssystem einen erheblichen Teil der Beratungsarbeit in diesem Sektor dar.

Privat Krankenversicherte erkundigten sich häufig, **was nach dem Übertritt mit den Altersrückstellungen passiert**, die sie im privaten System angespart haben. Diese sollen unter anderem die altersbedingt steigenden Krankheitskosten vorfinanzieren.

Diese Rücklagen verbleiben bei einem Wechsel ins gesetzliche System grundsätzlich beim privaten Krankenversicherer. Ausnahmen gibt es, wenn Versicherungsnehmer stattdessen bei derselben Versicherung einen Zusatztarif für das Kassensystem wählen. Dann können die Altersrückstellungen häufig beitragsmindernd bei den ergänzenden Policen angerechnet werden.

In den anderen Fällen zeigten sich Versicherer kulant und boten eine Beitragsminderung an. Die Fachberater der Verbraucherzentrale rieten dazu, ein solches **Angebot der Versicherung stets kritisch zu prüfen**. Denn in manchen Situationen kündigte die Versicherung eine Beitragsminderung zwar an, verlangte aber in Wirklichkeit den herkömmlichen Neukundenbeitrag für die Zusatzversicherung. Hier konnte in der Beratung eine **Berechnung mit der Tarifanalysesoftware** die Diskrepanz zwischen dem Anrechnungsversprechen und der tatsächlichen Beitragshöhe zutage fördern.

MARKTBEOBACHTUNG

„Sie haben eine Beschwerde oder einen Hinweis zu einem Unternehmen oder einem Produkt? Bitte nutzen Sie unser kostenloses Kontaktformular und helfen Sie uns damit bei der bundesweiten Marktbeobachtung.“

Diese Aufforderung ist auf der Homepage der Verbraucherzentrale Bayern zu finden unter dem Button „Beschwerde“.

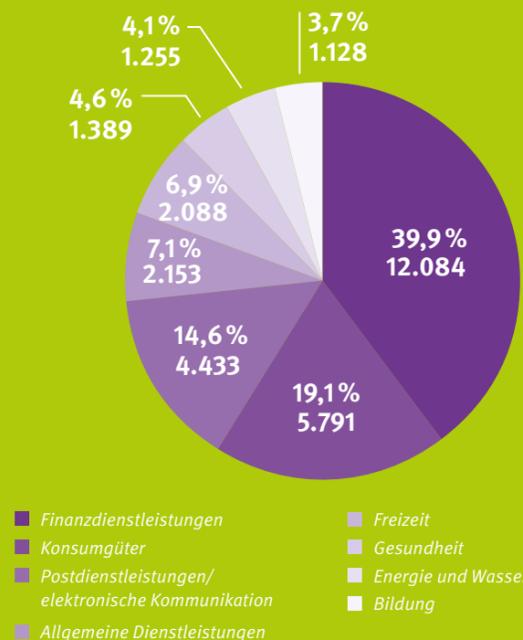
Gemeinsam mit den weiteren Verbraucherzentralen und dem Bundesverband (vzbv) nimmt die Verbraucherzentrale Bayern eine **gezielte Erfassung und Analyse von Verbraucherbeschwerden** vor. Diese gehen über die Homepage ein sowie über weitere Kanäle wie etwa das Beratungsgeschehen.

Spezialisierte Teams sammeln auf Basis der Verbraucherhinweise bundesweit Daten über das Marktgeschehen in den Bereichen Digitales, Energie und Finanzen. Der vzbv wertet diese aus, um **frühzeitig Probleme und Missstände** auf diesen Märkten **aufzudecken**.

Oft werden **Verbraucher dann gezielt gewarnt** – etwa vor ungewollten Verträgen nach Werbeanrufen oder angeblichen Handelsplattformen, die Verbraucher mit falschen Renditen locken.

Erkenntnisse werden auch Aufsichts- und Regulierungsbehörden gemeldet wie der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungen oder der Bundesnetzagentur. Zudem erfolgt ein Austausch mit Politik, Wissenschaft und Anbietern.

In 2021 erfasste die Verbraucherzentrale Bayern im Rahmen der Marktbeobachtung 30.321 Anfragen und Beschwerden.



Der größte Teil (39,9 %) betrifft den Themenkomplex **Finanzdienstleistungen**. Auch die Bereiche **Konsumgüter** sowie **Postdienstleistungen** und **elektronische Kommunikation** waren häufig Anlass für Anfragen und Beschwerden.

LEBENSMITTEL UND ERNÄHRUNG



LEBENSMITTEL MIT VITAMIN D-ZUSATZ

Viele Hersteller halten sich nicht an die Vorgaben

Milchersatzprodukte, Streichfette oder Getränke: Im stationären Handel gibt es zahlreiche Lebensmittel, die mit Vitamin D angereichert sind. Viele Produkte haben dafür jedoch keine Zulassung. Das zeigte ein bundesweiter Marktcheck der Verbraucherzentralen. **Untersucht wurden 112 mit Vitamin D angereicherte Lebensmittel** von Discountern, Supermärkten, Drogeriemärkten und Reformhäusern.

Nahrungsmittel mit Vitamin D-Zusatz dürfen nur dann verkauft werden, wenn die Anreicherung durch eine Allgemeinverfügung oder Ausnahmegenehmigung erlaubt wurde. Grundsätzlich zugelassen ist der Zusatz von Vitamin D **in Deutschland nur für Margarine und Streichfette**.

Lebensmittel wie Brot, Milch und Pilze, die durch UV-Bestrahlung mit Vitamin D angereichert werden, müssen die Vorgaben der Verordnung über neuartige Lebensmittel erfüllen.

Von den 112 untersuchten Produkten hatten 68 keine Erlaubnis zur Anreicherung mit Vitamin D. Bei zehn weiteren Lebensmitteln war nicht klar, ob vorhandene Allgemeinverfügungen gelten.

Eine zu hohe Aufnahme von Vitamin D kann zu gesundheitlichen Problemen wie Nierenschäden und Herzrhythmusstörungen führen.

Für Milchprodukte, Brot und Backwaren, Streichfette, Speiseöle und Cerealien schlägt das Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR) **Höchstmengen** vor. Diese **wurden jedoch bei 13 Produkten überschritten**. Lebensmittel, die mittels UV-Bestrahlung angereichert wurden, hielten die Höchstmengen ein.

Beim Marktcheck stießen die Verbraucherzentralen auch auf Lebensmittel, denen laut den Empfehlungen des BfR gar kein Vitamin D zugeführt werden soll. Dazu gehörten Getränke, Smoothies, Tees und Süßigkeiten.

Die Verbraucherzentralen fordern von den Lebensmittelunternehmen, dass sie die rechtlichen Vorgaben einhalten. Zudem sollten die Lebensmittelüberwachungsbehörden stärker kontrollieren, ob sich die Hersteller an das Verbot der Anreicherung halten.

Mehr Informationen zum Marktcheck gibt es hier:

www.verbraucherzentrale-bayern.de/marktcheck-vitamin-d

Die Verbraucherzentrale Bayern war für den Marktcheck federführend verantwortlich.

Marktcheck der Verbraucherzentralen: Mit Vitamin D angereicherte Lebensmittel

Ergebnisse des Marktchecks

112 Vitamin D-angereicherte oder UV-behandelte Produkte im stationären Handel (Discounters, Supermärkte, Drogeriemärkte und Reformhäuser) wurden erfasst:



* Mehr als die vorgeschlagenen Höchstmengen des Bundesinstituts für Risikobewertung

LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG STOPPEN

Genießen statt wegwerfen

Wer beim Einkaufen bewusst auswählt, sich von Werbeversprechen nicht blenden lässt und Lebensmittel richtig lagert, kann Abfälle deutlich reduzieren. So lautet die Botschaft, mit der ein neues Informationsangebot der Verbraucherzentralen pünktlich zum Tag der Lebensmittelverschwendung am 2. Mai online ging.

Statistisch gesehen landen jedes Jahr alle Lebensmittel, die von Januar bis zum 2. Mai produziert werden, im Müll.

Unter dem Motto „Genießen statt wegwerfen“ finden Interessierte auf der Website www.verbraucherzentrale-bayern.de/geniessen-statt-wegwerfen allerlei Wissenswertes für eine wertschätzende Behandlung von Lebensmitteln.

Lehrkräften und Eltern bietet das Informationsportal Hilfestellung, um Kinder und Jugendliche für den **bewussten nachhaltigen Umgang mit Lebensmitteln** fit zu machen.

Wer sich durch die Seiten klickt, erfährt viel über Hintergründe und kann spielerisch das eigene Wissen testen. Auch Fragen, wie etwa der Unterschied zwischen Mindesthaltbarkeitsdatum und Verbrauchsdatum, werden geklärt.

Die Verbraucherzentrale wirkte unter anderem beim Aufbau des neuen Internetangebots und der Erstellung der Texte mit.

Muss Obst und Gemüse immer makellos aussehen?

Im Handel werden nur das schönste Obst und Gemüse angeboten. Für Umwelt und Klima ist das aber schädlich.

Brokkoli gibt es beispielsweise nur nach Einheitsgewicht oder Äpfel müssen immer eine makellose Schale haben. Das hat einen enormen Einfluss auf **Lebensmittelverluste in der Produktion**. Entsprechen Obst und Gemüse nicht den Handelsvorgaben, bleiben die Erzeugerbetriebe in der Regel darauf sitzen. Im besten Fall wird es zu Saft weiterverarbeitet oder verfüttert.

Für die Produktion von optisch perfektem Obst und Gemüse müssen Erzeuger oft zusätzliche Pflanzenschutz- und Düngemittel einsetzen.

In einer bundesweiten Stichprobe haben die Verbraucherzentralen die Obst- und Gemüseabteilung von 25 Märkten des Einzelhandels untersucht. Darunter befanden sich Supermärkte, Discounter und Bio-Supermärkte. Erfasst wurde, inwiefern Äpfel und Möhren in verschiedenen Handelsklassen im Sortiment vorkamen, ob der Preis nach Gewicht oder Stück berechnet und ob das Blattwerk mit angeboten wurde.

Die Stichprobe ergab:

- **Nur rund ein Viertel der Äpfel und 18 Prozent der Möhren stammte aus Klasse II.**
- **Kohlrabi, Blumenkohl, Eisbergsalat und Brokkoli waren fast ausschließlich zum Stückpreis statt nach Gewicht im Sortiment.**
- **Kohlrabi und Radieschen verkauften die Märkte fast immer mit Blättern, obwohl diese nur als „Frischemerkmal“ dienen.**

Preisreduziertes Obst und Gemüse nur in einem Viertel der Geschäfte

Der Marktcheck analysierte auch, inwieweit die Händler Obst und Gemüse preisreduziert anbieten, wenn es durch **längere Lagerung im Markt an optischer Qualität verloren** hatte. Es zeigte sich, dass es solche Angebote nur in rund einem Viertel der Geschäfte gab.

Die Verbraucherzentralen sehen ein großes Potential im Lebensmittelhandel, die Lebensmittelverschwendung zu verringern.

Diese Maßnahmen werden vorgeschlagen:

Es ist notwendig, dass der Handel auf eigene Anforderungen an Größe, Einheitlichkeit und Aussehen verzichtet und die Spielräume der gesetzlichen Vermarktungsnormen nutzt.

Wo eine Klassen-Kennzeichnung vorgeschrieben ist, sollte Klasse II zum neuen Standard werden.

Die Verbraucherzentralen regen zudem an, **Obst und Gemüse grundsätzlich nach Gewicht und nicht nach Stück zu verkaufen. Gemüse wie Kohlrabi, Radieschen und Möhren sollte ohne Blätter angeboten werden.**

Die Verbraucherzentralen veröffentlichten ihre Ergebnisse in einer gemeinsamen Pressemitteilung mit dem Umweltbundesamt, das parallel eine Publikation mit Lösungen für umwelt- und klimafreundlichere Vorgaben herausgegeben hatte. Mehr Informationen zum Marktcheck sind zu finden unter:

www.verbraucherzentrale.de/marktcheck-obst-gemuese

„MAHLZEIT FOR FUTURE“

Das Lebensmittelangebot in den Supermärkten ist riesig und bleibt rund ums Jahr konstant. Daran hat man sich mittlerweile gewöhnt und hinterfragt oft gar nicht, welche **Auswirkungen das auf die Umwelt** hat.

→ Die Ausstellung „MAHLZEIT FOR FUTURE“ der Verbraucherzentrale informiert über die Zusammenhänge und gibt wertvolle Tipps für eine zukunftsfähige Ernährung.

Bisher gab es die Ausstellung digital. Seit 2021 steht diese auch als Präsenzversion zur Verfügung. Auf der neuntägigen Verbrauchermesse „Consumenta“ in Nürnberg Ende Oktober wurde sie zum ersten Mal erfolgreich eingesetzt.

Bio, regional, saisonal und nachhaltig: Im Idealfall sieht so eine zeitgemäße Ernährung aus. Doch was bedeuten diese Begriffe eigentlich genau? Und welche Lebensmittel gehören auf einen klimaschonenden und zukunftsfähigen Speiseplan? Zu Fragen wie diesen informierten sich etwa **6.000 „Consumenta“-Besucher** bei den einzelnen Stationen.

Die vielen Gespräche vor Ort zeigten, dass das Interesse und der Informationsbedarf für diese Themen groß sind.

www.verbraucherzentrale-bayern.de/bildung-by/ausstellungen

verbraucherzentrale *Bayern* Kontakt Beratung Termin Beschwerde Shop Presse Menü

Geld & Versicherungen Digitales Lebensmittel Umwelt Gesundheit & Pflege Energie Reise Verträge



Foto: exclusive-design / stock.adobe.com

Genießen statt wegwerfen: Lebensmittelverschwendung stoppen

Was tun mit Resten oder übriggebliebenem Essen? Kann ich den Joghurt mit abgelaufenem Mindesthaltbarkeitsdatum noch essen? Wir informieren Sie über Fakten und geben Tipps worauf Sie bei Einkauf, Lagerung und Zubereitung von Lebensmitteln achten können.

Link zur interaktiven Weltkarte:
<https://www.verbraucherzentrale-bayern.de/lebensmittel-reise>

Herkunft unklar

Obst und Gemüse haben in verarbeiteten Produkten oft eine weite Reise hinter sich. Wo es herkommt, muss nicht angegeben werden.

Hauptanbauländer Weltmarktanteil in Prozent

Produkt	China	USA	sonstige Länder
Äpfel	46%	5%	49%
Tomaten	34%	11%	55%
Mandarinen	56%	6%	38%
Spargel	88%	4%	8%
Sauerkirschen	15%	14%	71%

Pilze

China	74%
USA	5%
sonstige Länder	21%

Erdbeeren

China	36%
USA	16%
sonstige Länder	48%

Tipp Besser frisches als verarbeitetes Obst und Gemüse, denn hier ist die Herkunftskennzeichnung Pflicht.

verbraucherzentrale Bayern

Wie sieht die Ernährung der Zukunft aus?

Um Schülerinnen und Schüler für dieses Thema zu interessieren, hat die Verbraucherzentrale den neuen interaktiven Workshop „MAHLZEIT FOR FUTURE“ konzipiert. Geeignet ist er für die 7. bis 9. Jahrgangsstufe.

Im Workshop erfahren die Jugendlichen sehr anschaulich, wie unsere Ernährung die Umwelt und das Klima beeinflusst. An vier Lernstationen setzen sie sich interaktiv und fächerübergreifend mit diesen aktuellen Themen zur Nachhaltigkeit auseinander:

- Bio und konventionell erkennen
- Regionalität und Saisonalität verstehen
- Klima schützen
- Lebensmittelverschwendung vermeiden

NEUES LEBENSMITTEL-FORUM ZU VERBRAUCHERFRAGEN

Das seit 2014 bestehende Lebensmittel-Forum der Verbraucherzentrale Bayern wurde optisch aufgefrischt und mit neuen Funktionen ausgestattet. Seit April 2021 ist das erfolgreiche Format in Kooperation mit allen Verbraucherzentralen unter neuem Namen bundesweit am Start.

www.lebensmittel-forum.de/



Die Verbraucherzentrale Bayern brachte den Relaunch und die Kooperation mit den anderen Verbraucherzentralen auf den Weg. Sie hat die Federführung im laufenden Betrieb und verantwortet die Veröffentlichungen auf der Homepage.

Warum ist Ingwer innen lila verfärbt? Sind gekeimte Zwiebeln noch essbar? Was ist beim Bio-Honig bio? Fragen wie diese können Verbraucher direkt online stellen.

Die Verbraucherzentralen beantworten jede Anfrage individuell per Mail. Beiträge von allgemeinem Interesse sind für alle Interessierten online zu lesen und können kommentiert werden.

Insgesamt verzeichnete das Lebensmittel-Forum im Jahr 2021 **1.172.645 Seitenansichten**.

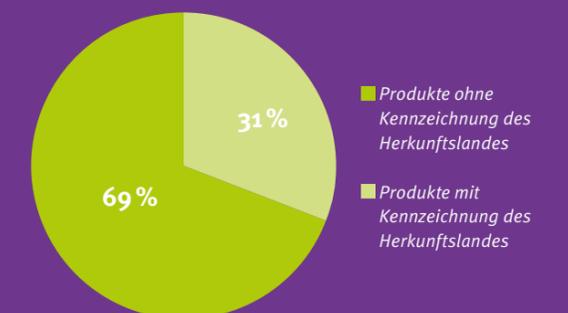
HERSTELLERBEFRAGUNG: KAUM HERKUNFTSKENNZEICHNUNG AUF TIEFKÜHLPRODUKTEN

Tiefgekühlte Lebensmittel sind in vielen deutschen Haushalten ein fester Bestandteil der täglichen Ernährung.

Für tiefgekühltes Obst und Gemüse gibt es im Gegensatz zur Frischware **keine Pflicht zur Kennzeichnung des Ursprungslandes**. Ebenso ist eine Herkunftsangabe bei verarbeitetem Fleisch nicht zwingend.

Mit einer Stichprobe von 52 Tiefkühlprodukten wollte die Verbraucherzentrale Bayern klären, inwieweit Hersteller die Herkunft **freiwillig kennzeichnen**. Dafür wurden exemplarisch Erdbeeren, Erbsen und ein Fertiggericht mit Hähnchenfleisch gewählt.

Angabe des Herkunftslandes auf der Verpackung



Das Ergebnis:

Zwei Drittel der erfassten 52 Tiefkühlprodukte trugen keine Angabe zum Herkunftsland der Rohstoffe auf der Verpackung.

Der überwiegende Teil der Anbieter hat laut der Herstellerbefragung auch in Zukunft nicht vor, seine Produkte genauer zu kennzeichnen.

Für Menschen, die beim Einkauf Wert auf kurze Transportwege der Lebensmittel legen, ist die Angabe des Herkunftslandes jedoch auch bei Tiefkühlprodukten wichtig.



„Wir fordern bei verarbeiteten Lebensmitteln, dass die Herkunft der Primärzutat gekennzeichnet wird. Das betrifft Zutaten, die mehr als 50 Prozent eines Lebensmittels ausmachen“, sagen Jutta Saumweber und Antje Feigl, Referatsleiterinnen Lebensmittel und Ernährung.

www.verbraucherzentrale-bayern.de/herkunft-tiefgekuehltes

ENERGIE, UMWELT UND NACHHALTIGKEIT

BILDUNGSARBEIT MIT QUALITÄTSSIEGEL

Die Verbraucherzentrale Bayern ist seit 2018 Trägerin des Qualitätssiegels „Umweltbildung Bayern“. Das Bayerische Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz bestätigte in 2021 die **hohe Qualität der Bildungsangebote** mit der erfolgreichen Verlängerung für weitere drei Jahre. Die Verbraucherzentrale erhält diese Auszeichnung für ihre **Angebote im Bereich „Umweltbildung/Bildung für Nachhaltige Entwicklung“**.

NEUES AUSSTELLUNGSMODUL: CO₂ IM EINKAUFSWAGEN

Coronabedingt musste die Wanderausstellung „Rette die Welt ... zumindest ein bisschen“ im ersten Halbjahr pausieren. Diese Zeit nutzte die Verbraucherzentrale, um die Ausstellung zum Ressourcenschutz um eine neue interaktive Themenstation zu erweitern.

Die Station trägt den Titel „CO₂ im Einkaufswagen“. Die Besucher können dort virtuell einkaufen und mit einem Handscanner den **CO₂-Fußabdruck von 17 Alltagsprodukten** ermitteln. Darunter sind verschiedene Lebensmittel, Smartphones und Jeans. So lässt sich erkennen, wie unterschiedlich der **CO₂-Fußabdruck je nach Produktauswahl** ausfällt. Interessierte erhalten an der Station Tipps, wie sie beim Einkauf Klimagase einsparen können.

Im zweiten Halbjahr war die erweiterte Wanderausstellung in Amberg, Augsburg, Gilching, Haar und Hilpoltstein zu sehen. Die gut besuchten Einsätze zogen **rund 9.500 Besucher** an.

www.rette-die-welt.bayern/



INFOSTAND ZUR VERMEIDUNG VON VERPACKUNGSMÜLL

Wie lässt sich beim Einkauf, im Büro und in der Freizeit Verpackungsmüll vermeiden? Welche Mehrwegalternativen gibt es zu Getränkedosen, Plastiktüten und Co? Antworten darauf gibt der Infostand „Nimm den Mehrweg!“ mit vielen **Beispielen für ressourcenschonende Alternativen**.

Als Besuchermagnet erwies sich das neu gestaltete Glücksrad. Erstmals zum Einsatz kam es auf der Landeshortensschau in Ingolstadt. Weitere folgten auf der Gartenschau in Lindau und anderen Außenveranstaltungen. Beim **Verpackungsquiz** können Besucher mit der richtigen Antwort umweltfreundliche Preise gewinnen wie Mehrwegbeutel für Obst, Gemüse oder Semmeln.

Bei sechs Einsätzen besuchten über 8.000 Menschen den Infostand.

ANBIETERBEFRAGUNG ZU EINWEGVERPACKUNGEN

Immer mehr Menschen konsumieren Essen außer Haus oder lassen es sich liefern. Doch bieten bislang nur wenige Firmen Mehrwegbehältnisse als umweltfreundliche und nachhaltige Transportmöglichkeit an.

Zu diesem Ergebnis kommt eine gemeinsame Umfrage von Verbraucherzentrale Bayern, Verbraucherzentrale Hamburg und dem Verbraucherzentrale Bundesverband. Befragt wurden im Frühjahr die umsatzstärksten Anbieter für To-go-Verpflegung.

Die Abfrage erfolgte vor dem Hintergrund, dass **ab dem 3. Juli 2021 EU-weit Einwegverpackungen** wie Einwegbesteck und -geschirr aus Plastik sowie Trinkhalme und Rührstäbchen aus Kunststoff **nicht mehr produziert werden dürfen**. Gleiches gilt für To-go-Getränkebecher, Fast-Food-Verpackungen und Wegwerf-Essenbehälter aus Styropor.



„Um Ressourcen zu schützen und Abfall zu vermeiden, müssen bundesweit einheitliche und praktikable Mehrweglösungen etabliert werden“ sagt Heidemarie Krause-Böhm, Referatsleiterin Energie, Umwelt und Nachhaltigkeit.

NACHHALTIGER UMGANG MIT SPIELSACHEN

Die Umweltbildungsaktion „Juki sucht ein Spielzeug“ richtet sich an Kinder, Erziehende und Eltern. Um zu einem nachhaltigem Umgang mit Spielzeug anzuregen, kommen zielgruppengerechte Module zum Einsatz.

Wegen Corona mussten die Einsätze in Erziehungseinrichtungen mehrere Monate ruhen. Nach Pfingsten entspannte sich die Lage. Seitdem hat die Verbraucherzentrale 165 Kinder aus fünf Kindertageseinrichtungen und 252 Schulkinder aus vier Grundschulen **spielerisch über die Themen Nachhaltigkeit und Spielzeug informiert**.

Im Einsatz war auch der Infostand zum nachhaltigen Umgang mit Spielsachen. Die Verbraucherzentrale nahm an drei Veranstaltungen teil: dem Puchheimer Ökomarkt, dem Klimatag in Dießen und der Mitmachmesse FORSCHA in München. Insgesamt informierten sich etwa 1.900 Besucher.

ENERGIEBERATUNG IM ALLZEITHOCH

❖ Förderprogramme und gesetzliche Neuerungen zu energetischer Gebäudesanierung, insbesondere zum Einbau neuer Heizungen – diese Themen ließen, wie schon im Vorjahr, die Beratungsnachfrage stark ansteigen.

Mit 27.841 war die Zahl der Menschen, die bei der Verbraucherzentrale Rat suchten zu Themen der Energieeinsparung und der erneuerbaren Energien, so hoch wie nie zuvor.

Um die große Nachfrage zu bedienen, setzte die Verbraucherzentrale verstärkt die Beratung per Telefon und Video ein. Diese Möglichkeit wurde sehr gut angenommen. Sowohl die Energieberater als auch die Ratsuchenden schätzten diese Beratungsform für viele Themen, bei denen kein Vor-Ort-Termin notwendig ist.

Das Jahr über wurden laufend weitere Beratungskräfte akquiriert. **Ende 2021 waren insgesamt 120 Energieexperten freiberuflich für die Verbraucherzentrale Bayern tätig.**

Neu: Eignungs-Check Heizung

Wer seine Heizung austauschen möchte, dem bietet die Verbraucherzentrale seit 2021 den Eignungs-Check Heizung an. Das neue Beratungsformat **richtet sich an Hauseigentümer und Vermieter**.

Der Eignungs-Check Heizung informiert vor einem anstehenden Heizungswechsel über die besten Möglichkeiten. Die Energiefachleute analysieren vor Ort oder per Video die Ausgangssituation und prüfen, welche Heiztechniken infrage kommen. Auf dieser Grundlage empfehlen sie am Ende die drei besten Varianten anhand der CO₂-Emission, der Anschaffungskosten (inklusive Förderung) sowie der zu erwartenden laufenden Kosten.

Landrat Klaus Peter Söllner, Kulmbach, Regierungspräsidentin Heidrun Piwernetz, Oberbürgermeister Thomas Ebersberger, Bayreuth, Marion Zinkeler, Vorständin Verbraucherzentrale, Wolfgang Böhm, Energieagentur Oberfranken, Staatsminister Thorsten Glauber, Oberbürgermeisterin Eva Döhla, Hof, Landrat Peter Berek, Wunsiedel i. F., Sigrid Goldbrunner, Verbraucherzentrale

© Foto: Energieagentur Oberbayern



ENERGIEBERATUNG IN ZAHLEN:

Insgesamt 27.841 Ratsuchende wandten sich an die Verbraucherzentrale Bayern. Im Mittelpunkt standen Fragen zur Heizungserneuerung und zu Photovoltaikanlagen inklusive Batteriespeicher sowie zu staatlichen Förderungen für Sanierungen.

1.028 persönliche Beratungsgespräche wurden in 16 Beratungsstellen und über 100 Energieberatungsstützpunkten durchgeführt.

8.635 Gespräche erfolgten als telefonische Beratung, 133 als Video-Beratung.

5.055 Vor-Ort-Beratungen (Energie-Checks) sowie Vertiefungsberatungen und Investitionsberatungen gab es zu den Themen Energieverbrauch, Gebäudehülle, Heizung, Solarwärme, Photovoltaik sowie Schimmel, davon 1.649 im neuen Format des Eignungs-Check Heizung.

3.346 Kontakte entfielen auf Beratungen bei Messen.

4.725 Personen nahmen an Fachvorträgen teil.

5.076 Anrufer informierten sich am Energie-Servicetelefon/VCC Telefonberatung.

779 Beratungen fanden online statt.

Neue Kooperation mit der Energieagentur Oberfranken

Die Verbraucherzentrale Bayern und die Energieagentur Oberfranken bündelten Mitte des Jahres ihre Kräfte und arbeiten seither bei der Bürgerberatung im Regierungsbezirk eng zusammen. Mit dieser Kooperation entstand für die Menschen in der Region ein einheitliches, flächendeckendes und neutrales Beratungsangebot zu Energiefragen.

An der Eröffnungsveranstaltung in Bayreuth nahm der Bayerische Staatsminister für Umwelt und Verbraucherschutz, Thorsten Glauber, teil. Er betonte in seinem Grußwort, dass klimaverträgliches und energieeffizientes Bauen und Sanieren wesentliche Bausteine sind für das Erreichen der Klimaschutzziele.

Beratungsstellen bestehen bereits in Bamberg und Hof und Stützpunkte gibt es im Landkreis Wunsiedel im Fichtelgebirge sowie in Coburg und Lichtenfels. In 2021 wurden weitere Beratungsstützpunkte in den Landkreisen Kronach, Kulmbach und Bayreuth eröffnet.

Online-Vorträge boomen

Die Online-Vorträge waren stark nachgefragt. Die Verbraucherzentrale bot kurzfristig Zusatztermine an und erhöhte die Begrenzung für Teilnehmende auf bis zu 500.

88 Vorträge führte die Verbraucherzentrale durch, teilweise gemeinsam mit Kooperationspartnern wie Volkshochschulen. 4.725 Personen aus Bayern nutzten dieses Angebot zu Themen der energetischen Sanierung, des Heizungstauschs und des Einsatzes von Photovoltaik.

BERATUNG – MODERN UND SERVICEORIENTIERT

Abzocke im Netz und Probleme mit Fitnessstudios – diese Themen standen ganz oben auf der Liste der Verbraucherbeschwerden in den Beratungsstellen. Ohne Frage spiegeln sich hier das geänderte Konsumverhalten und das eingeschränkte Freizeitangebot während Corona wider.

- Beratungsstelle
- Energiestützpunkt



16 Beratungsstellen

Amberg, Augsburg, Bamberg, Deggendorf, Germering, Gröbenzell, Hof, Kempten, Landshut, Memmingen, München, Nürnberg, Rosenheim, Schweinfurt, Weiden, Würzburg

BERATUNG IN ZEITEN DER PANDEMIE

Im zweiten Jahr der Pandemie baute die Verbraucherzentrale Bayern ihre digitalen Kanäle weiter aus. Verstärkung erhielt auch das Team am landesweiten Servicetelefon. Trotz Kontaktbeschränkungen war so die ständige

Erreichbarkeit für Verbraucherinnen und Verbraucher gewährleistet. Individuelle Termine zeitnah und unkompliziert vereinbaren zu können, verbesserte den Service für Ratsuchende weiter und trug zu ihrer Zufriedenheit bei.

Rechtliche Beratung stark gefragt

In mehr als 9.400 Fällen standen die qualifizierten Beraterinnen und Berater den Menschen mit rechtlichem Rat zur Seite. Coronabedingt wurde vorwiegend telefonisch und online beraten.

Rechtliche Beratung vor Ort

- Telefonische Beratung
- Online-Beratung
- Persönliche Beratung

Die Schließung der Beratungsstellen im ersten Halbjahr hat gezeigt, dass diese Alternativen zur persönlichen Beratung funktionieren und die Ratsuchenden damit gut zurechtkommen.

Dennoch herrschte große Erleichterung, als die Beratungsstellen im Juli wieder für den Publikumsverkehr geöffnet werden konnten. Denn die **direkte persönliche Kommunikation lässt sich nicht vollständig ersetzen**. Bei komplexen und umfangreichen Beratungen ist es weiterhin besser, mit den Verbrauchern vor Ort sprechen zu können.

LOBENDE WORTE WIE DIESE FREUEN UNS:

... ich kann nur danke sagen und "Vergelts Gott". SIE haben so schnell gearbeitet. Mir scheint es wie ein Wunder, dass die Firma prompt reagiert hat. Sie haben halt doch ein anderes Gewicht wie ich ...Nochmal ganz herzlichen Dank, Sie haben mir eine große Last abgenommen.



Alles in allem gelang es, über das gesamte Jahr hinweg eine **durchgehend hohe Erreichbarkeit für Ratsuchende** zu gewährleisten. Entscheidend dafür war die große Flexibilität der Beraterinnen und Beratern und die **optimale Nutzung der digitalen und telefonischen Kanäle**. So konnten zum Beispiel Termine unkompliziert und ohne lange Wartezeiten online auf der Homepage oder per Telefon vereinbart werden.

Mehr als 47.900 Auskünfte

Wo kann man verdorbene Lebensmittel melden? Wer hilft bei Fragen zur Pflege? Was ist bei Haushaltshilfen zu beachten? Bei Fragen wie diesen benötigten Ratsuchende oft keine individuelle rechtliche Beratung. Vielmehr zeigte sich hier die **Bedeutung der Beratungsstellen als Alltags-helfer und Lotse**. In 2021 haben die Beratungsstellen mit 47.931 Auskünften und Verweisen auf andere zuständige Stellen schnell und unkompliziert geholfen.

468 Rechtsvertretungen

Was tun, wenn man nach einer Beratung doch nicht zu seinem Recht kommt? In solchen Fällen bietet die Verbraucherzentrale eine weiterführende Rechtsvertretung an.

Ist die Hilfe zur Selbsthilfe an ihre Grenzen gestoßen, können sich die Beratungskräfte im Namen des Ratsuchenden mit der Konfliktpartei in Verbindung setzen.

Gerade bei fachlich komplexen Fällen oder uneinsichtigen Anbietern gelingt es so häufig, den Betroffenen zu ihrem Recht zu verhelfen. Im Jahr 2021 hat die Verbraucherzentrale Bayern in 468 Fällen eine Rechtsvertretung übernommen.

966 Anfragen zum Rundfunkbeitrag

Ist der Rundfunkbeitrag auch für Camper fällig? Was müssen Studienanfänger beachten? Kann der Beitrag in bar bezahlt werden? Fragen wie diese bearbeiteten die Beratungsstellen laufend in 2021. In drei Viertel der Fälle ging es um die Themen Meldepflicht, Befreiung vom Rundfunkbeitrag und Zahlungsmodalitäten. 966 Personen haben in den Beratungsstellen Hilfe erhalten. Ungefähr jeder vierte nahm eine individuelle Rechtsvertretung in Anspruch.

UMZUG BERATUNGSSTELLE AUGSBURG

Nach über 50 Jahren hat die Verbraucherzentrale in Augsburg die bisherigen Räumlichkeiten am Zeugplatz 5 verlassen. Mitten in der Pandemie zog die Beratungsstelle im Juni 2021 in moderne Räume um. Für Ratsuchende im drittgrößten Ballungsraum Bayerns verbesserte sich durch den Umzug vor allem die Erreichbarkeit deutlich.

Die Beratungsstelle hat ihren **neuen Standort direkt am Augsburger Hauptbahnhof in der Bahnhofstraße 26** gefunden. Barrierefrei mit eigener Tiefgarage und Aufzug im Gebäude ist die Beratungsstelle nun für alle Bürgerinnen und Bürger gut erreichbar.



„Im Sommer 2021 habe ich das Referat Verbraucherberatung zu einem äußerst spannenden Zeitpunkt übernommen. Die Coronapandemie und die fortschreitende Digitalisierung stellten uns vor viele Herausforderungen, eröffneten aber auch neue Chancen für die Beratung. Mit einem Team aus hochmotivierten Beraterinnen und Beratern, die sowohl durch ihr persönliches Engagement als auch durch ihre vielfältige Fachexpertise überzeugen, haben wir diese herausfordernde Zeit gut gemeistert. Wir sind auch für die Zukunft sehr gut aufgestellt“, sagt Felix Laufenberg, Referatsleiter Verbraucherberatung – Informations-, Qualitäts- und Wissensmanagement.

VERBRAUCHERSCHUTZ IM QUARTIER – TROTZ CORONA NAH BEI DEN MENSCHEN

Ziele des Projektes „Verbraucher stärken im Quartier“ ist es, Menschen in strukturschwachen Stadtquartieren zu unterstützen und konkrete Hilfe bei Problemen im Alltag zu geben. Das Projektteam der Verbraucherzentrale ist seit 2019 im Münchner Stadtteil Neuaubing-Westkreuz mit Informations- und Bildungsangeboten aktiv.

Fortgeführt hat die Verbraucherzentrale ihre kostenlose Sprechstunde im örtlichen Stadteilladen. Eine weitere Sprechstunde wurde im Alten- und Servicezentrum am Aubinger Wasserturm etabliert. Damit vereinfachte sich für Seniorinnen und Senioren im Stadtteil der Zugang zu diesem Angebot.

Ein besonderes Highlight war der **mobile Stammtisch „MobilInfo“**, ein Gemeinschaftsprojekt verschiedener kommunaler Akteure. Diese tourten durch das Quartier und zogen an verschiedenen Standorten mit **Quizspielen und einem Glücksrad** Aufmerksamkeit auf sich. Mit der Aktion gelang es immer wieder, Barrieren zu Jugendlichen zu durchbrechen. Diese Zielgruppe findet zu Themen der Verbraucherbildung sonst nur schwer Zugang.



Gefördert wird das Projekt im Rahmen der ressortübergreifenden Strategie „Nachbarschaften stärken, Miteinander im Quartier“ im Programm „Soziale Stadt“ durch das Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (BMWSB) sowie das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV).

MEDIEN- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

FESTE GRÖSSE FÜR DIE MEDIEN

Von Januar bis Dezember 2021 wurden 3.367 Beiträge und Erwähnungen in den beobachteten Medien veröffentlicht. Die Verbraucherzentrale Bayern ist mit ihrem Medienservice eine feste Größe bei den Journalistinnen und Journalisten.



Im zweiten Coronajahr war die Verbraucherzentrale Bayern bekannt für ihre Expertise rund um verschiedene Aspekte der Pandemie. Die Redaktionen holten das ganze Jahr über Experteneinschätzungen zu Themen ein, bei denen es um unterschiedliche Auswirkungen der Coronapandemie auf Verbraucherinnen und Verbraucher ging.

Allein 394 Veröffentlichungen hatten einen Coronabezug.

Großes Medienthema: Reisen und Corona

Was tun, damit der Urlaub keine böse Überraschung bereithält? Zu dieser Thematik erhielt die Verbraucherzentrale besonders viele Medienanfragen. In zahlreichen Interviews im Radio und TV sowie in den Printmedien wurden die Urlaubsplanung und Urlaubsbuchung durchleuchtet. Und die Experten gaben den Reisenden wichtige Tipps mit auf den Weg.

„Hätten Sie's gewusst?“ mit O-Tönen

In ihrer Erfolgsserie „Hätten Sie's gewusst?“ veröffentlicht die Verbraucherzentrale Bayern jeden Donnerstag eine Pressemeldung zu Lebensmittelthemen.

Seit 2021 erstellt die Verbraucherzentrale O-Töne dazu. Diese werden dem Bayerischen Lokalradio (BLR), einer Dienstleistungsgesellschaft für lokale Radiosender, zur Verfügung gestellt. Die BLR erstellt daraus **Beiträge für ihre angeschlossenen lokalen Radiosender**. Durch diese Zusammenarbeit finden die Tipps zu Lebensmitteln und Ernährung eine noch größere Verbreitung.

Die Top 3 der veröffentlichten Themen in der Serie waren:

- ... ❖ Warum ist Tiefkühlfisch oft sehr lange haltbar?
- ... ❖ Welche Lebensmittel dürfen nicht in die Mikrowelle?
- ... ❖ Wofür sind Bitterstoffe gut?

Übersicht Medienarbeit	Anzahl
Medienresonanz: Erfasste Beiträge in Print, Online, TV und Radio	3.367
Pressemitteilungen u. a. Warnungen vor Abzocken, Auswirkungen von Gesetzesänderungen, Neues im Marktgeschehen	425
Artikel für die Serie „Hätten Sie's gewusst?“ zu Themen rund um Lebensmittel und Ernährung	50
Medienkooperationen u. a. mit der Augsburger Allgemeinen Zeitung, dem Münchner Merkur, der Memminger Zeitung und Bayern 2	6

HOMEPAGE IST GEFRAGTES INTERNETPORTAL

Über 2,3 Millionen Besuche verzeichneten die Seiten auf www.verbraucherzentrale-bayern.de. Damit erreichten die Zugriffszahlen in 2021 einen neuen Höchststand.

Kumuliert mit Nutzern der Seite www.verbraucherzentrale.de (38.126.022 Besuche), die die Verbraucherzentrale Bayern gemeinsam mit weiteren Verbraucherzentralen betreibt, waren es insgesamt 40.433.629 Besuche.

Der Internet-Auftritt der Verbraucherzentrale wurde im Jahr 2021 um wichtige Funktionen erweitert: Dazu gehören die neuen „**Sharing-Buttons**“ für soziale Netzwerke über jedem Text. Damit ist es Nutzern möglich, Inhalte bequem zu teilen. Ein Schwerpunkt war zudem, die Auffindbarkeit von Artikeln über **Suchmaschinen** weiter zu erhöhen.

Angesichts des sehr dominanten Themas „Coronapandemie“ setzte die Gemeinschaftsredaktion noch stärker auf Aktualität und ein schnelles Reagieren auf neue Themenkomplexe. **Deutlich mehr Infografiken** sorgten für anschaulichere Beiträge. Wichtige Texte erscheinen seit 2021 zusätzlich in „leichter Sprache“.

Neuer Newsletter kommt gut an

Der in einem 14-tägigen bis monatlichen Rhythmus erscheinende Newsletter wurde von den Verbrauchern sehr gut angenommen und sorgte für zusätzliche Abrufe auf der Homepage. Die Abonnenten erhielten aktuelle Infos aus den Bereichen Recht, Finanzdienstleistungen und Energie. Besonders interessiert waren viele Leser an Lebensmittel- und Ernährungsthemen. Auch die aktuellen Ratgeber-Titel wurden hier vorgestellt.

Die Anmeldung zum Newsletter ist auf der Startseite von www.verbraucherzentrale-bayern.de möglich. Zum Ende des Jahres waren es 7.166 Abonnenten.

SOCIAL MEDIA AUSGEWEITET

Das Interesse an Podcasts steigt und sie etablieren sich zusehends als Medium, um sich einfach und schnell zu allen möglichen Themen zu informieren.

Podcast „Die Verbraucherhelden“

Die Ernährungsteam der Verbraucherzentrale Bayern hat eine Serie mit acht neuen Podcasts zu oft nachgefragten Ernährungsthemen erstellt: Darin geht es zum Beispiel um **Zuckeralternativen, Novel Food oder die „Extraktion Eiweiß“**.

Die Podcasts dauern in der Regel etwa 20 bis 30 Minuten.

www.verbraucherzentrale-bayern.de/podcast-by

Podcast „Genau Genommen“

„Genau Genommen“ ist der gemeinsame Podcast der Verbraucherzentralen in Deutschland. Er stellt Themen aus der Welt des Verbraucherschutzes vor. Zu Wort kommen Experten, die alltagsrelevante Inhalte kompakt und verständlich zusammenfassen.

www.verbraucherzentrale-bayern.de/genau-genommen

Neuer Account auf Instagram

Instagram wird vor allem von Jugendlichen und jungen Erwachsenen genutzt. Im Hinblick auf diese wichtige Zielgruppe hat die **Verbraucherzentrale Bayern seit Januar 2021 einen Instagram-Account** installiert. Diesen bediente zunächst das Ernährungsteam mit wöchentlich zwei neuen Posts zu aktuellen Lebensmittel- und Ernährungsthemen.

Bis zum Ende des Jahres wurden 115 Beiträge inklusive Reels und Videos veröffentlicht. Der digitale Social-Media-Kanal verzeichnete im Dezember 655 Follower.

Twitter Account @vzbayern

Im Oktober 2021 wurde der Hauptaccount mit dem zuvor eigenständigen Account des Referats Lebensmittel und Ernährung @BayernVZ zusammengelegt. Damit stieg die Zahl der Tweets beträchtlich und der inhaltliche Schwerpunkt wurde um Ernährungsthemen erweitert. Zum Jahresende folgten 2.365 Nutzer der Verbraucherzentrale Bayern.



FINANZEN, PERSONAL, ORGANISATION

FINANZEN 2021

EINNAHMEN

Bayerisches Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz		4.463.729,63 €
Institutionelle Förderung ¹⁾	4.223.746,13 €	
Projekt „Umwelt“	239.983,50 €	
Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten		460.000,00 €
Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft		369.535,71 €
Projekt „Ernährung“	364.620,21 €	
Projekt „Gut essen macht stark“	4.915,50 €	
Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz		715.599,93 €
Projekt „Wirtschaftlicher Verbraucherschutz“	336.666,93 €	
Projekt „Verbraucherschutz in ländlichen Räumen“	378.933,00 €	
Kommunen²⁾		21.077,68 €
Zuweisung Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv)		826.657,99 €
Projekt „Energieeinsparberatung“	373.745,00 €	
Projekt „Verbraucher stärken im Quartier“	140.885,32 €	
GbR Marktbeobachtung	312.027,67 €	
Eigene Einnahmen		453.970,87 €
Ratgeberverkauf, Veranstaltungen	21.399,41 €	
Beratungen	432.571,46 €	
Sonstige Einnahmen		97.697,59 €
Summe der Einnahmen		7.408.269,40 €

AUSGABEN

Personalkosten		5.545.321,05 €
Sachkosten		1.766.165,67 €
Geschäftsbedarf sowie Bücher und Zeitschriften	107.230,97 €	
Post- und Fernmeldeleistungen	88.321,74 €	
Dienstfahrzeuge	3.278,60 €	
Geräte, Ausstattung, Investitionen	314.871,02 €	
Bewirtschaftung der Räume	175.694,40 €	
Mieten	456.012,64 €	
Honorare für Sachverständige	54.592,03 €	
Reisekosten	14.883,37 €	
Fortbildung Mitarbeiter	28.055,76 €	
Veranstaltungen, Veröffentlichungen, Ratgebereinkauf	346.434,06 €	
Nicht aufteilbare sächliche Verwaltungskosten	176.041,08 €	
Mitgliedsbeiträge	750,00 €	
Summe der Ausgaben		7.311.486,72 €
Rückzahlungen		54.798,07 €
zzgl. Restbetrag des Prozesskostenbudgets		23.689,92 €
Übertragung		18.294,69 €

¹⁾ inkl. Prozesskostenbudget

²⁾ nicht eingeschlossen: unbare Leistungen, z. B. die Zurverfügungstellung von Räumen

PERSONAL 2021

Mitarbeiter (Stand 31.12.2021)

Geschäftsstelle, Beratungsstellen (davon 44 in Teilzeit)	76
Tätig für Landes- und Bundesprojekte (davon 32 in Teilzeit)	42
Regelmäßig geringfügig Beschäftigte	11
Beschäftigte auf Honorarbasis (Institution sowie Projekte)	34
Gesamt	163

ORGANISATION (STAND 31.12.2021)

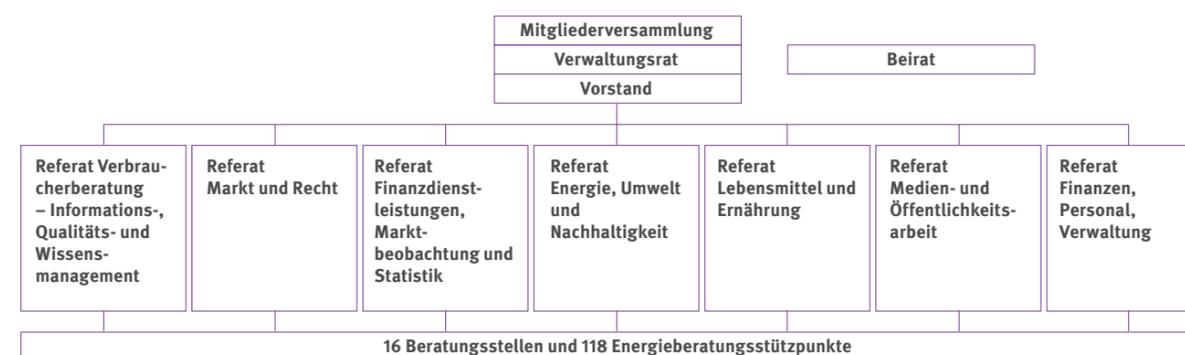
Vorstand & Verwaltungsrat	Mitgliedsverbände	Beirat
Vorstand Dipl. oec. troph. Marion Zinkeler	Arbeiterwohlfahrt Landesverband Bayern e. V.	Bayer. Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz Leitender Ministerialrat Richard Zacharski
Verwaltungsrat Vorsitzende Lydia Klein <i>Arbeitsgemeinschaft Evangelischer Haushaltsführungskräfte des Deutschen Evangelischen Frauenbundes e. V. – Förderkreis Bayern</i>	Arbeitsgemeinschaft Evangelischer Haushaltsführungskräfte des Deutschen Evangelischen Frauenbundes e. V. – Förderkreis Bayern BUND Naturschutz in Bayern e. V.	Bayer. Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten Regierungsdirektorin Marion Kratzmair
Stellvertretende Vorsitzende Angelika Paulus <i>DHB-Netzwerk Haushalt, Landesverband Bayern e. V.</i>	Deutscher Gewerkschaftsbund Landesbezirk Bayern Deutscher Mieterbund Landesverband Bayern e. V.	
Ursula Rosner-Mehring <i>Landesverband hauswirtschaftlicher Berufe MdH Bayern e. V.</i>	DHB-Netzwerk Haushalt Landesverband Bayern e. V. DHB-Netzwerk Haushalt Ortsverband Augsburg e. V.	
Monika Schmid-Balzert <i>Deutscher Mieterbund, Landesverband Bayern e. V.</i>	Landesarbeitsgemeinschaft Schuldner- und Insolvenzberatung Bayern e. V.	
Rosemarie Weber <i>DHB-Netzwerk Haushalt, Ortsverband Augsburg e. V.</i>	Landesverband hauswirtschaftlicher Berufe, MdH Bayern e. V. Landfrauengruppe im Bayerischen Bauernverband	

16 Beratungsstellen

Amberg, Augsburg, Bamberg, Deggendorf, Germering, Gröbenzell, Hof, Kempten, Landshut, Memmingen, München, Nürnberg, Rosenheim, Schweinfurt, Weiden, Würzburg

118 Energieberatungsstützpunkte (Stand 31.12.2021)

Aichach-Friedberg, Altusried, Augsburg (Mieterverein), Augsburg (Schwabencenter), Augsburg (Haunstetten), Augsburg (Hollbüro), Babenhausen, Bad Grönenbach, Bad Kissingen, Bad Reichenhall, Bad Tölz, Bad Wörishofen, Bayreuth, Berchtesgaden, Betzigau, Biessenhofen, Bobingen, Bodolz, Buchloe, Burghausen, Buxheim, Coburg, Dachau, Dietmannsried, Dillingen a. d. Donau, Dingolfing, Dörfles-Esbach, Ebersberg, Erlangen, Essenbach, Fischen i. Allgäu, Freilassing, Furth, Füssen, Garmisch-Partenkirchen, Geretsried, Germaringen, Grassau, Gräfelfing, Großheirath, Grub am Forst, Günzburg, Halblech, Hof, Hohenbrunn, Immenstadt im Allgäu, Karlstadt, Kaufbeuren, Kempten (eza-Haus), Kissing, Kitzingen, Kolbermoor, Kronach, Kulmbach, Landsberg a. Lech, Lauben, Laufen, Lauertal, Lechbruck, Legau, Lichtenfels, Lindau, Lindenbergl, Marktoberdorf, Marktredwitz, Memmingerberg, Miesbach, Mindelheim, München (Mieterverein), Murnau a. Staffelsee, Nesselwang, Neuhaus a. d. Pegnitz, Neu-Ulm, Oberstaufer, Obing, Ottobeuren, Oy-Mittelberg, Peiting, Penzberg, Pfaffenhausen, Pforzen, Pfronten, Rehau, Rieden am Forggensee, Rödental, Roßhaupten, Sauerlach, Scheidegg, Seeg, Seßlach, Sonthofen, Starnberg, Stiefenhofen, Stöttwang, Straubing, Töging am Inn, Traunreut, Traunstein, Trostberg, Unterföhring, Unterhaching, Utting am Ammersee, Wasserburg, Weiden (etz.), Weilheim, Weitramsdorf, Wertach, Wiggensbach



ÜBER DIE VERBRAUCHERZENTRALE BAYERN:

Die Verbraucherzentrale Bayern ist eine anbieterunabhängige, überwiegend öffentlich finanzierte und gemeinnützige Organisation. Ziel ihrer Arbeit ist es, Verbraucher in Fragen des privaten Konsums zu informieren, zu beraten und zu unterstützen.

Beratung, Rechtsvertretung, Information und Bildung sind die Kernkompetenzen des Verbandes. Die Themen reichen von Verbraucherrecht, Altersvorsorge, Geld und Versicherungen bis hin zu Lebensmitteln und Ernährung, Klimaschutz und Energiesparen.

Ratsuchenden hilft die Verbraucherzentrale auf vielen Kanälen. Für Unterstützung vor Ort sorgt ein landesweites Netz von Beratungsstellen und Energiestützpunkten. Per Telefon, via Online-Anfrage und mit Video-Anruf ist die Verbraucherzentrale für alle Menschen in Bayern erreichbar. Digitale Formate wie Web-Seminare gehören zum festen Angebot.

Über die Beratung und Information hinaus vertritt die Verbraucherzentrale Bayern Verbraucher außergerichtlich gegenüber Anbietern. Verstoßen Unternehmen zum Nachteil von Verbrauchern gegen geltendes Recht, geht der Verband mit Abmahnungen und Klagen dagegen vor.

Eine aktive Pressearbeit, die umfangreiche Homepage, Social Media, kostenfreie Flyer, verschiedene Veranstaltungen und Vorträge sorgen für umfassende Verbraucherinformation.

verbraucherzentrale
Bayern

IMPRESSUM

Herausgeber

Verbraucherzentrale Bayern e. V.
Mozartstraße 9, 80336 München
Tel.: (089) 55 27 94-0 | Fax: (089) 55 27 94-451
E-Mail: info@vzbayern.de
Internet: www.verbraucherzentrale-bayern.de

Redaktion: Jens Finger

Lektorat: Susanne Dieminger

Gestaltung & Produktion: LIQUID | Agentur für Gestaltung, Augsburg

Fotos: Verbraucherzentrale Bayern (S. 4, 10, 11, 15, 21, 22, 23), StMELF (S. 5), Energieagentur Oberbayern (S. 24)

Druck: Druckerei Walch, Augsburg

Gedruckt auf 100 Prozent Recyclingpapier

© Mai 2022, Verbraucherzentrale Bayern e. V.