VERBRAUCHER ZÄHLEN!
VERBRAUCHER WÄHLEN!

verbraucherzentrale
Bayern

VERBRAUCHER STÄRKEN IN SCHWIERIGEN ZEITEN – IN STADT UND LAND

Verbraucherpolitische Forderungen zur Landtagswahl Bayern

INHALT

EDITORIAL 4

I. VERBRAUCHERPOLITISCHE FORDERUNGEN IM EINZELNEN 6

1. Starke Verbraucher durch eine starke Verbraucherzentrale Bayern 6
2. Alle Bürger bei der Digitalisierung mitnehmen – Digitale Teilhabe und Souveränität stärken 7
3. Betroffene stärken – Pflegerechts- und Pflegevertragsberatung aufbauen 8
4. Verbrauchervertrauen in Banken und Sparkassen zurückgewinnen 9
5. Verbraucherrechte besser durchsetzen 10
6. Beratungs- und Bildungsangebote für Menschen in besonderen Lebenslagen aufbauen 11
7. Energiewende: Offensive für Solarstrom und Prosumer 12
8. Heizungstausch und Gebäudesanierung beschleunigen 13
9. Nachhaltigen Konsum durch verbraucherfreundliche Reparaturmöglichkeiten stärken 14
10. Mit neuen Rechten langlebige Produkte fördern 15
11. Zum Schutz der Kinder: Werbeverbot für ungesunde Lebensmittel 16
12. Herkunftsangaben für verarbeitete Lebensmittel 17

II. ANSPRECHPARTNER 18

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

die Landtagswahl im Freistaat am 8. Oktober steht im Zeichen großer Herausforderungen für Bayern und Deutschland. Steigende Preise haben dramatische Folgen für viele Verbraucherinnen und Verbraucher. Ökonomisch Schwächere in Stadt und Land kann die Preiskrise sogar in ihrer Existenz bedrohen. In diesen schwierigen Zeiten ist ein starker Verbraucherschutz wichtiger als je zuvor. Denn mit gut informierten Verbrauchern werden Bayern und Deutschland gestärkt aus diesen Krisen hervorgehen. Die Verbraucherzentrale Bayern ist hier die richtige Partnerin!

Wir setzen uns als anbieterunabhängige und gemeinnützige Organisation seit vielen Jahren für die Interessen der bayerischen Verbraucher ein. Neben der Beratung und Information der Bürger in Fragen des privaten Konsums gehört zu unseren satzungsgemäßen Aufgaben auch die Vertretung von Verbraucherinteressen auf politisch-parlamentarischer Ebene.

Als geschäftsführende Vorständin der Verbraucherzentrale Bayern glaube ich, dass die Politik Verbraucherinteressen in vielen Bereichen noch mehr im Blick haben muss. Für die kommende Legislaturperiode haben wir zwölf wichtige Handlungsfelder ausgemacht. Dazu gehören die Energieversorgung, rechtliche Regelungen für mehr Nachhaltigkeit, mehr Bildung in der Digitalisierung, kindergerechte Lebensmittelwerbung und der Ausbau des kollektiven Rechtsschutzes.

In all diesen Politikfeldern wurden die Interessen der Verbraucher vom Freistaat bislang nicht ausreichend gewürdigt.

Die politischen Entscheidungsträger sind aufgefordert, sich diesen berechtigten Verbraucher-interessen zu stellen. Die Verbraucherzentrale Bayern hat daher zwölf Kernforderungen zur Landtagswahl in Bayern aufgestellt, die Sie hier finden. Ich würde mich sehr freuen, mich persönlich mit Ihnen darüber auszutauschen. Auch die Referatsleiter der Verbraucherzentrale Bayern stehen Ihnen für Gespräche zu ihrem jeweiligen Fachgebiet gern zur Verfügung.

Wir laden alle demokratischen Kräfte und Wähler zur Diskussion über unsere Forderungen zur Landtagswahl in Bayern ein. Gerne sprechen wir mit Ihnen auch über weitere aktuelle verbraucherpolitische Herausforderungen.

Mit freundlichen Grüßen

Marion Zinkeler
Geschäftsführender Vorstand

1

STARKE VERBRAUCHER DURCH EINE STARKE VERBRAUCHERZENTRALE BAYERN

Darum geht es:

Die Verbraucherzentrale Bayern ist eine zentrale Anlaufstelle für die bayerische Bevölkerung, wenn es um Fragen aus dem alltäglichen Konsumleben geht. Die Menschen können sicher sein, dass sie fachkundige und anbieterunabhängige Beratung, Information und Interessenvertretung finden. Das ist der Markenkern aller Verbraucherzentralen in Deutschland.

Damit die Verbraucherzentrale Bayern weiterhin erfolgreich arbeiten kann, ist eine dauerhaft angemessene institutionelle Förderung notwendig. Der demographische Wandel, der Ukraine-Krieg, die steigenden Preise und die Klima-Krise senden ein starkes Signal dafür aus, dass ein Wandel in der Verbraucherzentrale Bayern notwendig und angemessen ist.

Eine auskömmliche Finanzierung sichert der Verbraucherzentrale ihre Unabhängigkeit und macht sie flexibel für die wachsenden und sich ständig ändernden Themen und Aufgaben. Denn die Verbraucherzentrale Bayern muss überall dort sichtbar sein und vor allem erreichbar sein, wo die Menschen sich aufhalten – sowohl offline als auch online.

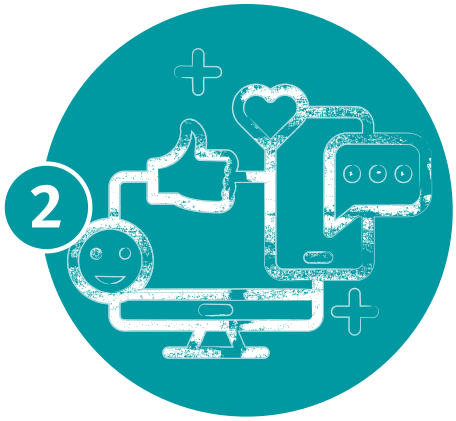
So kann es gehen:

Die Modernisierung der Beratungs-, Informations- und Bildungsarbeit sowie die Ergänzung neuer notwendiger Themen-Angebote insbesondere zum Gesundheitsmarkt, der Pflege, der Mobilität, der digitalen Welt und Energieberatung sollte durch eine zukunftsfähige bedarfsgerechte institutionelle Förderung möglich werden. Diese sollte mit neuen Planstellen ausgestattet werden, um die Basisarbeit mit ausreichend Personal für die bayerische Bevölkerung durchführen zu können. Die Finanzierung muss auskömmlich werden, um die steigenden Personal-, Tarif- und sonstigen Kostensteigerungen ausgleichen zu können.

Wir fordern daher eine angemessene, dynamische Finanzierung mit neuen Planstellen für die Verbraucherzentrale Bayern, um die Verbraucher sowohl digital als auch vor Ort fachkundig beraten und gut verständlich informieren zu können.

!

Wir fordern:
Starke Verbraucher durch eine starke Verbraucherzentrale!



ALLE BÜRGER BEI DER DIGITALISIERUNG MITNEHMEN – DIGITALE TEILHABE UND SOUVERÄNITÄT STÄRKEN

Darum geht es:
Den Arzttermin online buchen, Fotos in Clouds teilen oder Tickets in der Wallet verwalten – digitale Anwendungen werden immer selbstverständlicher. Diese Entwicklung bedeutet, dass digitale Fertigkeiten und Kompetenzen immer mehr zur Voraussetzung für die Teilhabe am wirtschaftlichen und sozialen Leben werden.

Um sich für das richtige Angebot zu entscheiden, ist es erforderlich, die Geschäftsmodelle zu verstehen. Wird mit Geld oder mit Daten gezahlt? Wer ist der konkrete Vertragspartner – der Händler oder die Plattform? Sind die Dienste und Produkte kompatibel und miteinander nutzbar? Welche Angebote sind nachhaltig und langlebig? Wie schütze ich meine Daten?

Viele Menschen möchten an der Digitalisierung teilhaben, fühlen sich aber überfordert, bei der Geschwindigkeit der technologischen Entwicklungen Schritt zu halten. Unsicherheit und fehlendes Wissen hält viele Verbraucher davon ab, digitale Technologien überhaupt auszuprobieren und verhindert somit auch den Zugang zum „digitaleren“ Leben.

So kann es gehen:
Die erforderlichen Kenntnisse sind für alle unerlässlich, um von den Vorteilen der Digitalisierung profitieren zu können. Ein großer Teil der Bevölkerung wünscht sich dabei fachkundige Ansprechpartnerinnen und -partner, die konkret Unterstützung bieten. Es müssen daher deutlich mehr spezifische Bildungs- und Beratungsangebote zur Verfügung gestellt werden, mit denen unterschiedliche Zielgruppen effektiv erreicht werden können.

Durch Förderung anbieterunabhängiger Angebote der Verbraucherzentrale Bayern kann allen Unterstützung in Form von individueller Beratung und präventiven Informationsmaßnahmen zur Verfügung gestellt werden.

Wir fordern:
Alle mitnehmen – digitale Teilhabe und Souveränität stärken!

3 BETROFFENE STÄRKEN – PFLEGERECHTS- UND PFLEGEVERTRAGSBERATUNG AUFBAUEN

Darum geht es:

Der Bedarf an Pflege- und Versorgungsdienstleistungen in Bayern wird immer größer. Die Angebote für Pflegedienstleistungen in Deutschland sind zahlreich, umfangreich und oft komplex. Oftmals fühlen sich Betroffene und deren Angehörige mit Verträgen für Pflegeleistungen jedoch überfordert. Auch die Folgen, die sich aus einem Vertrag ergeben, sind häufig nicht oder nur schwer zu bewerten und einzuschätzen.

Zudem betreffen Rechtsfragen zur Pflege meist mehrere Rechtsgebiete gleichzeitig, wie das Sozialrecht, das Ordnungsrecht (Pflege- und Wohnqualitätsgesetz) bis hin zum Arbeits-, Betreuungs- und Familienrecht. Sich umfassend anwaltlich beraten zu lassen, können sich viele Betroffene finanziell nicht leisten.

Dabei zeigen die Erfahrungen einiger Verbraucherzentralen, die ein entsprechendes Beratungsangebot haben, dass es sinnvoll und notwendig ist, Ratsuchende anbieterunabhängig und fachkundig zu unterstützen, z.B. wenn der beantragte Pflegegrad nicht bewilligt wird oder unerwartet Kosten für die Pflege auftreten.

So kann es gehen:

Es ist sinnvoll und notwendig in Bayern eine niedrigschwellige, unabhängige und spezialisierte Rechtsberatung für Pflegebedürftige und deren Angehörige zu pflegerelevanten Themen zu etablieren.

Wir fordern:
Pflegerechts- und Pflegevertragsberatung aufbauen!

VERBRAUCHERVERTRAUEN IN BANKEN UND SPARKASSEN ZURÜCKGEWINNEN

Darum geht es:
Finanzgeschäfte sind Vertrauenssache. Viel von diesem Vertrauen haben Banken und Sparkassen über Jahrzehnte verspielt. Den Zahlungsverkehrsmarkt müssen sich deutsche Geldinstitute schon jetzt mit neuartigen Zahlungsdiensten teilen. Kontinuierliche Filialschließungen führen dazu, dass Banken und Sparkassen auch ganz praktisch aus unserem Lebensumfeld verschwinden. Mit den Strafzinsen bzw. Verwahrentgelten und dem Streit um Kontoentgelte verschlechtern die betreffenden Kreditinstitute weiter die Verbraucherstimmung. Trotz der inzwischen erfolgten Zinswende haben allerdings viele Banken und Sparkassen die steigenden Zinsen nicht in angemessener Höhe oder sogar überhaupt nicht an die Verbraucher weitergegeben.

Die Verbraucherzentrale Bayern hat zahlreiche Beschwerden erhalten zu Verwahrentgelten (Negativzinsen), ohne Zustimmung eingeführte Kontogebühren, verweigerte und verzögerte Rückerstattung solcher Gebühren, teure Basiskonten, Kündigungen und zu geringe Verzinsung von Prämiensparverträgen.

So kann es gehen:
Für Banken und Sparkassen muss das Kundeninteresse an erster Stelle stehen, um verloren gegangenes Verbrauchervertrauen zurückzugewinnen.

In einem ersten Schritt sollte dafür der den bayerischen Sparkassen zugewiesene öffentlich-rechtliche Auftrag geprüft und verschärft werden. Das Sparkassengesetz bzw. die Sparkassenordnung können hierfür angepasst werden. Eine unabhängige Aufsicht sollte deren Einhaltung überwachen.

!

Wir fordern:
Bei Banken und Sparkassen muss das Verbraucherinteresse an erster Stelle stehen!

VERBRAUCHERRECHTE BESSER DURCHSETZEN

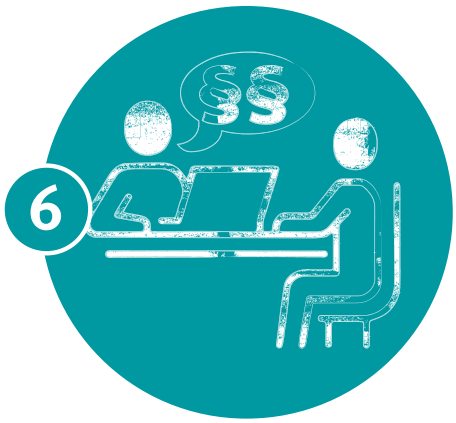
Darum geht es:
Immer wieder erleiden Verbraucher durch rechtswidriges Verhalten von Unternehmen fnanzielle Schäden. Missbräuchliche Klauseln, irreführende Werbungen und manipulative Prozessabläufe werden rechtlich nicht ausreichend verfolgt und unlauter handelnde Unternehmen können ungehindert gegen Gesetze verstoßen.

Rechtsbruch darf sich für Unternehmen aber nicht lohnen. Daher hat die Verbraucherzentrale Bayern in 2021 allein 34 Abmahnungen gegen Verstöße im Wettbewerbs- oder AGB-Recht ausgesprochen. Mit derzeit 45.000 Euro Prozesskostenbudget pro Jahr können allerdings nur die Kosten weniger Verfahren abgesichert werden. Eine Erweiterung der Tätigkeiten auf weitere Marktbereiche wie den Finanzsektor, den Energiemarkt, die Lebensmittelhersteller und andere müssen bisher aus Budget- und Kapazitätsgründen außen vor bleiben.

Mit Blick in die Zukunft ist es zusätzlich erforderlich, sich auf die neue EU-Verbandsklage, die bis Dezember 2022 in nationales Recht umgesetzt werden soll, vorzubereiten. Damit wird es Verbänden wie der Verbraucherzentrale Bayern möglich sein, sowohl die Unrechtmäßigkeit bestimmter unternehmerischer Handlungen feststellen zu lassen als auch auf Schadensersatz, Preisminderung u.a.m. zu klagen. Unternehmer werden dann endlich unrechtmäßige Gewinne nicht mehr einbehalten können. Die Verbraucherzentrale Bayern sollte ihre Kapazitäten auch darauf ausrichten können.

So kann es gehen:
Die kollektive Rechtsdurchsetzung als starkes Schwert des Verbraucherschutzes muss ausgebaut werden können, um sich wirksamer für die Verbraucher einsetzen zu können. Dazu wird eine höhere, angemessene Förderung durch die neue bayerische Landesregierung nötig sein. Wir fordern daher eine Erhöhung des Prozesskostenbudgets auf jährlich 200.000 Euro.

Wir fordern:
Der kollektive Rechtsschutz für Verbraucher muss ausgebaut werden!



BERATUNGS- UND BILDUNGSANGEBOTE FÜR MENSCHEN IN BESONDEREN LEBENSLAGEN AUFBAUEN

Darum geht es:
Menschen in schwierigen Lebenssituationen sind oft besonders verletzlich und finden nur schwer Zugang zu Hilfs- und Beratungsangeboten. Diese verletzlichen Verbraucher leben häufig in strukturschwachen Quartieren.

Noch bis Juli 2023 erprobt das Projekt „Verbraucher stärken im Quartier“ in München Neuaubing-Westkreuz ein Konzept, bei dem verletzliche Verbraucher aktiv in ihrem Stadtteil aufgesucht werden. Es gibt vor Ort Sprechstunden und Informationsveranstaltungen in lokalen Einrichtungen. Ergänzend finden präventive Bildungsangebote zu Rechtsthemen des Alltags statt. Die Arbeit erfolgt niedrigschwellig, mit mehrsprachigen Materialien und in Zusammenarbeit mit lokalen Hilfsnetzwerken.

In ganz Bayern lassen sich Quartiere mit besonderem Handlungsbedarf für verletzliche Verbraucher identifizieren. Es handelt sich oft um Menschen aus einkommensarmen und bildungsfernen Milieus, Langzeitarbeitslose oder Menschen mit Migrationshintergrund. Sie alle haben nicht nur erschwerten Zugang zu Hilfsangeboten, sondern oft fehlen auch passende Bildungsformate.

Vor diesem Hintergrund sollte die Verbraucherzentrale Bayern in die Lage versetzt werden, die durch das Projekt erprobten Angebote in die Breite zu tragen.

So kann es gehen:
Durch präventive Informations- und Bildungsangebote in Quartieren kann darauf hingewirkt werden, dass bestimmte Probleme gar nicht erst entstehen und verletzliche Verbraucher geschützt werden. Aufsuchende Verbraucherarbeit sollte auf andere Stadtbezirke in München bzw. andere Orte in Bayern ausgeweitet werden.

Wir fordern:
Passende Angebote für Menschen in besonderen Lebenslagen dauerhaft etablieren!

7 ENERGIEWENDE: OFFENSIVE FÜR SOLARSTROM UND PROSUMER

Darum geht es:

Verbraucher können mit einer eigenen Photovoltaik-Anlage, einem Batteriespeicher, einer Wärmepumpe, einem Elektroauto oder auch der Steuerung des Stromverbrauchs aktiv am Energiemarkt teilnehmen. Als „Prosumer“, die Strom nicht mehr nur konsumieren, sondern auch selbst produzieren, leisten sie einen wichtigen Beitrag zur Energiewende und zum Klimaschutz. In der Realität gibt es für potenzielle Prosumer jedoch oft hohe Hürden.

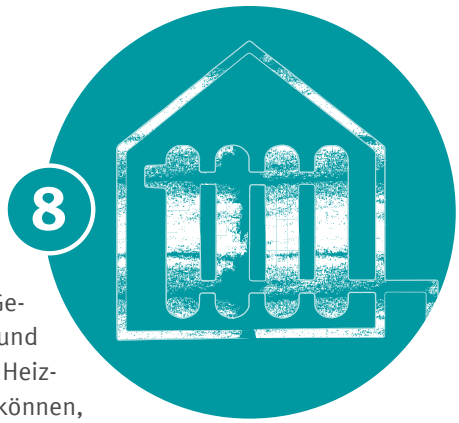
Neben dem Fachkräftemangel im Handwerk legt ihnen vielfach die Bürokratie Steine in den Weg. Das gilt zum Beispiel beim bidirektionalen Laden. Bei „Mieterstrom“-PV-Anlagen müssen die Betreiber sogar offiziell zum Energieversorger werden und unterliegen damit zahlreichen Melde- und Abrechnungspflichten. Zusätzlich bieten immer mehr Energieversorger, Netzbetreiber und PV-Anlagen-Hersteller Prosumer-Geschäftsmodelle bzw. Prosumer-Tarife an. Damit interessierte Privatpersonen aber angesichts der teils hohen Investitionskosten und der Komplexität des Themas in die entsprechenden Anlagen investieren, sind Informationen und Transparenz über diese Geschäftsmodelle von herausragender Bedeutung.

So kann es gehen:

Die Prosumer-Rolle der privaten Haushalte sollte durch den Abbau unnötiger Bürokratie gestärkt werden. Verbraucher könnten somit weniger bürokratisch und rechtssicher selbst Strom aus erneuerbarer Energie (insbesondere Photovoltaik) erzeugen und verbrauchen. Insbesondere in Ballungsgebieten mit Mehrfamilienhäusern profitieren sie von der Entscheidung für erneuerbare Energien.

Eine Transparenz-, Informations- und Beratungsoffensive für Verbraucher zu Prosumer-Möglichkeiten, Geschäftsmodellen und -tarifen sollte gestartet werden. Energiepolitisch sinnvolle Maßnahmen der Verbraucher sollten klug finanziell gefördert werden.

Wir fordern:
Jeder soll unbürokratisch selbst Strom erzeugen und teilen können!



HEIZUNGSTAUSCH UND GEBÄUDESANIERUNG BESCHLEUNIGEN

Darum geht es:
Nahezu zwei Drittel der Gebäude in Deutschland sind vor 1980 errichtet worden und damit von Klimaneutralität meist weit entfernt. Der Gebäudesektor verursacht hierzulande immer noch etwa 35 Prozent des Energieverbrauchs und gut 30 Prozent der CO2-Emissionen. Diese zu senken und die Wohngebäude bis 2045 klimaneutral zu machen, zählt daher zu den größten Herausforderungen der Energiewende. In Bayern liegt der Anteil der Ölheizungen bei 40 Prozent, die durchschnittlich über 25 Jahre alt sind. Es braucht daher ein Maßnahmenbündel mit einer klugen Kombination aus Fordern und Fördern sowie einer Fachkräfteoffensive in den Bereichen Planung und Handwerk.

Hoffnungen ruhen zudem auf neuen Möglichkeiten im Bausektor durch die Digitalisierung oder serielle Sanierungen. Dennoch wird der Fachkräftemangel die Sanierungsrate auf Jahre begrenzen und zu steigenden Kosten führen.

So kann es gehen:
Damit Verbraucher Gebäude zügig sanieren und vor allem nachhaltige Heiztechnik einsetzen können, braucht es eine verlässliche und ausreichende Förderkulisse. Mit der Wärmepumpe oder perspektivisch grüner Nah- und Fernwärme stehen klimaneutrale Alternativen zum Heizen zur Verfügung. Für die Versorgung von Wohngebäuden mit grünem Wasserstoff oder grünen Kraftstoffen müssen ebenfalls Anreize gesetzt werden.

Um die Verbraucher auf ihrem Weg zur Klimaneutralität zu begleiten, die Potenziale privater Investitionen aufzuzeigen, soziale Härten zu verringern und damit auch für die nötige Akzeptanz zu sorgen, sollten zudem die Möglichkeiten zur anbieterunabhängigen Energieberatung in Bayern ausgebaut werden. Um dem Fachkräftmangel entgegenzuwirken, müssen Bildungs-, Arbeits- und Energiepolitik dringend entschiedener reagieren und neue Konzepte entwickeln.

Wir fordern:
Heizungstausch und Gebäudesanierung beschleunigen durch: Verlässliche Regelungen und Förderungen sowie eine Fachkräfteoffensive in Bayern!

NACHHALTIGEN KONSUM DURCH VERBRAUCHER-FREUNDLICHE REPERATURMÖGLICHKEITEN STÄRKEN

Darum geht es:

Verbrauchern wird nachhaltiges Konsumieren immer noch erschwert. Es fehlen Reparaturangebote langlebiger Konsumgüter, insbesondere elektrischer und elektronischer Geräte bzw. sind diese im Verhältnis zum Neukauf zu teuer. Bei einer Umfrage des Verbraucherzentrale Bundesverbandes (vzbv) nannten 74 Prozent der Befragten als Grund für den Verzicht auf die Reparatur eines defekten Elektrogerätes, dass sie zu teuer gewesen wäre. Die Reparierbarkeit als solche muss grundsätzlich vereinfacht werden, um mehr Reparaturen in Eigenarbeit zu ermöglichen. Angebote von Initiativen wie Repair Cafés oder Werkstätten gewinnen so an Attraktivität, werden weniger zeitaufwändig und erschwinglicher.

Ein Produkt ist nur dann gut wieder instand zu setzen, wenn es leicht zu öffnen ist, einfach zu lösende Einzelteile und Baugruppen hat (zum Beispiel herausnehmbare Akkus) und Defekte möglichst ohne Spezialwerkzeuge zu reparieren sind.

Werden Ersatzteile benötigt, ist deren lange Verfügbarkeit und einfache Beschaffung elementar. Viele Hersteller bieten einen Ersatzteilservice an und garantieren eine lange Bevorratung der Ersatzteile. Nicht selten verweigern Unternehmen aber den Verkauf von Ersatzteilen an Endkunden oder sie halten diese nur für wenige Jahre vor.

Damit zwingen sie Verbraucher, diese in Vertragswerkstätten vornehmen zu lassen. Das ist in der Regel teurer als in freien Werkstätten, Repair Cafés oder in Eigenarbeit. Notwendige Reparaturanleitungen, Konstruktions- und Schaltpläne werden zudem nur selten von den Unternehmen direkt zur Verfügung gestellt.

So kann es gehen:

Die Reparaturmöglichkeiten von Waren und Produkten müssen verbessert werden: Durch klare Vorgaben hinsichtlich frei zugänglicher Informationen zur Reparierbarkeit und längerem Vorhalten von Ersatzteilen. Vorgaben der EU zur Reparierbarkeit auf Basis der Öko-Design-Richtlinie sollten künftig bei mehr Gerätearten Anwendung finden.

Wir fordern:
Die Öko-Design-Richtlinie mit Vorgaben zur Reparierbarkeit auf weitere Produktgruppen zu erweitern!

MIT NEUEN RECHTEN LANGLEBIGE PRODUKTE FÖRDERN

Darum geht es:
Die Erwartungen von Verbrauchern an die Nutzungsdauer vieler Waren werden oft enttäuscht. Knapp nach dem Ablauf der zweijährigen Gewährleistungsfrist macht z.B. der Akku des Tablets schlapp oder das Haushaltsgerät bringt nicht mehr die gewünschte Leistung.

Verbraucher erwarten bei einem Einkauf, dass die gekauften Waren auf Langlebigkeit ausgerichtet sind. Das ist häufig nicht der Fall. Es kommen immer wieder Produkte auf den Markt, die nach kurzer Zeit kaputtgehen oder deren Software nicht mehr aktualisiert wird. Mit der Warenkauf-Richtlinie wurden erste Schritte eingeleitet, indem eine Updatepflicht für Waren mit digitalen Elementen eingeführt wurde. Die erwartbare Lebensdauer ist bereits jetzt ausschlaggebend für die Dauer der Software-Updatepflicht.

Doch nach wie vor wurde an der bisherigen Gewährleistungsfrist nicht gerüttelt, sodass bei klassischen Waren weiterhin nach Ablauf von zwei Jahren keine Mängelrechte mehr bestehen. Zur Förderung langlebiger Produkte ist diese Frist zu kurz bemessen.

So kann es gehen:
Mit einer längeren Gewährleistungsdauer könnten für die Wirtschaft Anreize gesetzt werden, langlebige und reparierbare Produkte zu entwickeln und zu vertreiben. Wichtig ist hierbei, dass die Frist von der erwarteten oder der angepriesenen Lebensdauer abhängig gemacht wird.

Um Verbraucher transparent zu informieren, sollte die Nutzungs- und Lebensdauer gut sichtbar auf dem Produkt oder in der Produktbeschreibung angebracht werden, damit sie nachhaltige Produkte besser erkennen können.

Wir fordern:
Längere Gewährleistungsdauer für langlebige Produkte!

ZUM SCHUTZ DER KINDER: WERBEVERBOT FÜR UNGESUNDE LEBENSMITTEL

Darum geht es:

Knapp 15 Prozent der Kinder und Jugendlichen in Deutschland sind übergewichtig, mit steigender Tendenz. Gleichzeitig sieht ein Kind in Deutschland pro Tag durchschnittlich 15 Werbespots oder -anzeigen für ungesunde Lebensmittel mit einem zu hohen Gehalt an Zucker, Fett oder Salz. Wir begrüßen es deshalb, dass der Koalitionsvertrag der Bundesregierung eine gesetzliche Regulierung des an Kinder gerichteten Lebensmittelmarketings vorsieht. Jetzt kommt es allerdings auf eine zügige, bundesweit einheitliche und ambitioniert ausgestaltete Umsetzung an.

Denn: Freiwillige Selbstverpflichtungen der Anbieter im Sinne des Medienjugendschutz-Staatsvertrages der Bundesländer reichen nicht einmal im Ansatz aus, um Kinder und Jugendliche angemessen zu schützen.

So kann es gehen:

Alle relevanten Kanäle und Werbeformen müssen reguliert werden, einschließlich der Fernseh-, Radio- und Onlinewerbung, Außenwerbung, Sponsoring und Produkt- und Verpackungsgestaltung. Auch Social-Media- und Influencer-Marketing müssen dringend Teil der Regelung werden.

Es ist wichtig dabei zu verhindern, dass die Werbeexposition von Kindern von einem Format auf ein anderes verlagert wird. Für eine wirksame Reduzierung muss die Regelung deshalb auch bei Familienformaten greifen und darf sich nicht auf das werbliche Umfeld expliziter Kinderformate beschränken. Ansonsten würde die Lebensmittelwirtschaft ihre Werbung für Lebensmittel mit viel Zucker, Salz und Fett auf die alternativen „Schlupflöcher“ verlagern.

Wir fordern:
Ein umfassendes Werbeverbot für ungesunde Lebensmittel zum Schutz der Kinder!

HERKUNFTSANGABEN FÜR VERARBEITETE LEBENSMITTEL

Darum geht es:
Eine große Mehrheit der Verbraucher wünscht sich zuverlässige Angaben zur Herkunft von Lebensmitteln. Solche Angaben sind jedoch nicht für alle Lebensmittel verbindlich vorgeschrieben oder für alle Lebensmittelgruppen einheitlich geregelt.

Bei verarbeiteten Lebensmitteln bleibt es in den meisten Fällen den Produzenten überlassen, ob sie freiwillig Angaben zur Herkunft ihrer Ware machen. Dazu zählen beispielsweise tiefgekühlte Lebens mittel, die in vielen deutschen Haushalten ein fester Bestandteil der täglichen Ernährung sind. Eine Markterhebung der Verbraucherzentrale Bayern im Sommer 2021 ergab: Bei zwei von drei Tiefkühlprodukten fehlten Angaben zur Herkunft. Wer auf kurze Transportwege wert legt, kann sich somit nicht bewusst für entsprechende Produkte entscheiden.

Im Fokus der Markterhebung standen Erdbeeren, Erbsen und Fertiggerichte mit Hähnchen, alle Produkte waren tiefgekühlt. Bei frischen Erdbeeren, Erbsen und Fleisch müssen die jeweiligen Ursprungsländer gekennzeichnet sein.

So kann es gehen:
Um dieses Informationsdefizit auszugleichen, ist eine EU-weit verpflichtende Herkunftskennzeichnung für alle Lebensmittel nötig. Bei verarbeiteten oder zusammengesetzten Lebensmitteln sollte die Herkunftsangabe für die Primärzutat verpflichtend sein.

Denn: Verbraucher können umweltbewusster einkaufen, wenn sie wissen, wo die Lebensmittel oder deren Hauptzutaten herkommen.

Wir fordern:
Eine verpflichtende Herkunftskennzeichnung für alle Lebensmittel!

MARION ZINKELER

Geschäftsführender Vorstand

HEIDEMARIE KRAUSE-BÖHM

Referatsleiterin Energie, Umwelt und Nachhaltigeit

ANTJE FEIGL

Referatsleiterin Lebensmittel und Ernährung

JUTTA SAUMWEBER

Referatsleiterin Lebensmittel und Ernährung

TATJANA HALM

Referatsleiterin Recht und Digitales

FELIX LAUFENBERG

Referatsleiter Verbraucherberatung

SASCHA STRAUB

Referatsleiter Finanzdienstleistungen

IMPRESSUM

Herausgeber
Verbraucherzentrale Bayern e.V.
Mozartstraße 9
80336 München
Telefon: (089) 55 27 94 0

E-Mail: **vorstand@vzbayern.de**

www.verbraucherzentrale-bayern.de

Für den Inhalt verantwortlich: Marion Zinkeler, geschäftsführender Vorstand VZ BY
Gestaltung: mischpunkt, Köln
Stand: 03/2023

Bildnachweise: Adobe Stock, shutterstock

VERBRAUCHER ZÄHLEN!
VERBRAUCHER WÄHLEN!

verbraucherzentrale
Bayern

www.verbraucherzentrale-bayern.de
Twitter: twitter.com/vzbayern
Instagram: verbraucherzentrale.bayern