

**Berlin, Mai 2009**

**Mehr Familie in die Verbraucherpolitik –  
Konsumalltag meistern, Wirtschaft gestalten**

**Anregungen und Empfehlungen  
für eine familienorientierte Verbraucherpolitik**

**zum Deutschen Verbrauchertag am 12. Mai 2009 in Berlin**

*„Familie ist die wichtigste Sozialisationsinstanz.“ „Familien sind Stützen der sozialen Sicherungssysteme und der Volkswirtschaft.“ „Familie hat in Zeiten der Wirtschaftskrise Konjunktur.“ So und ähnlich werden Familien ideell wertgeschätzt. Will man es im aktuellen Krisen-Jargon ausdrücken, sind Familien „systemrelevant“. Ihren Alltag erleben sie nicht ganz so bedeutungsvoll. Den Konsumalltag empfinden viele gar als familienunfreundlich. Die gegenwärtigen Rahmenbedingungen einer dynamischen, hochkomplexen Marktgesellschaft erschweren es ihnen, Familienleben, Haushaltsmanagement und Beruf unter einen Hut zu bringen. Familienzeit und Lebensqualität bleiben so vielfach auf der Strecke. Der Verbraucherzentrale Bundesverband und seine 50 Mitgliedsorganisationen unterstützen Familien darin, ihren Alltag selbstbestimmt zu bewältigen. Sie fordern, Familien bei ihren vielfältigen Konsumententscheidungen konsequenter zu entlasten. Aus gestressten und teilweise überforderten Familien sollen selbstbewusste Marktakteure werden.*

## **1. Familien in der modernen Marktgesellschaft: Der ganz normale Wahnsinn?**

Unser Energieversorger wirbt mit einem neuen Festpreis – wollen wir uns darauf einlassen? Sollen wir jetzt, wo die Krankenkassenbeiträge einheitlich sind, immer noch die Kasse wechseln? Die Bank rät zur Kreditschuldung – sind die Konditionen okay? Der Pflegedienst für den Schwiegervater will die Vertragsbedingungen ändern – fünf Seiten Kleingedrucktes, wer soll da durchblicken? Warum ist die Handy-Rechnung des Nachwuchses wieder so hoch – hatten wir nicht eine Flatrate gewählt?

### ***Geschichten aus dem Konsumalltag von Familien ...***

24 Millionen Familien<sup>1</sup> stehen jeden Tag vor ähnlichen Fragen und Entscheidungssituationen. Sie müssen sich mit Produkten, Dienstleistungen und Anbietern auseinandersetzen, Qualität und Preise vergleichen sowie Marktentwicklungen beobachten.

- Da ist die **vierköpfige Familie A.** Ihre Stromnachzahlung für 2008 beläuft sich auf über 300 Euro. Sie beschließt, den Stromtarif zu wechseln. Allein ihr Versorger bietet fünf verschiedene Tarife an. Klassik, Natur, Kompakt, Easy und Basis heißen sie. Sie unterscheiden sich im Grund- und Verbrauchspreis. Mal sind sie mit einer befristeten Preisgarantie gekoppelt, mal mit einer Mindestvertragsdauer. Bei den anderen Versorgern vor Ort sieht es ähnlich bunt aus. Gibt Familie A. das Wort „Stromtarifrechner“ in eine Internet-Suchmaschine ein, um die Angebote zu vergleichen, erhält sie über 200.000 Treffer. Vielleicht doch beim bisherigen Tarif bleiben? Obwohl, was genau zahlen sie eigentlich? So richtig verständlich war die Jahresabrechnung ja nicht. In energieeffizientere Haushaltsgeräte investieren? Familie A. schiebt den Tarifwechsel erst einmal auf.
- **Frau B., allein erziehende Mutter** von zwei schulpflichtigen Kindern, muss sich auf dem Nachhauseweg von ihrer Arbeit sputen, um für das Mittagessen einzukaufen. Merkwürdig, war in der Packung Reis nicht noch kürzlich ein

<sup>1</sup> Als Familie wird jede Form des auf Dauer angelegten privaten Zusammenlebens verstanden. Angefangen von der Kernfamilie mit Kind(ern), über allein erziehende Elternteile, nichteheliche Lebensgemeinschaften und eingetragene Partnerschaften mit Kind(ern), bis hin zu kinderlosen Paaren. Patchwork- und Nachtrennungsfamilien gehören genau so dazu wie der Generationenverbund von Großeltern, Eltern, Kindern und Geschwistern, unabhängig vom jeweiligen Lebensort.

Pfund? Jetzt ist sie mit 400 Gramm ausgezeichnet. Ist die Packung nun billiger, gleich teuer, teurer? Wie heißt jetzt noch mal die „echte“ Frischmilch? Was war mit den Kinderjoghurts – zu viel Zucker oder wurde die Rezeptur verbessert? An der Kasse angekommen, hat Frau B. für den Einkauf nicht die heute üblichen 15 Minuten gebraucht, sondern fast eine halbe Stunde.

- **Andrea C. und Torsten D.** freuen sich auf den ersten Nachwuchs. Peu à peu richten sie das Kinderzimmer ein. Im Internet haben sie eine Wickelaufgabe entdeckt. „Made in China“ ist auf dem Foto zu erkennen. Der Preis ist mehr als günstig. Ist es die ökologische und soziale Bilanz auch? Ein altes Kinderbett soll neu lasiert werden. Die Herstellerinfos zur gesundheitlichen Unbedenklichkeit der Lasur klingen erst einmal gut. Also kein Grund zur Sorge? Omas und Opas möchten mit dem Spielzeugkauf loslegen. Hätten sie bloß nicht die Nachrichten über giftiges Spielzeug im Kopf.
- Der **19-jährige E.** unterstützt seine Eltern, einen passenden Festnetz- und Internetanschluss zu finden. Drei Anbieter hat er in die engere Wahl gezogen. In den Online-Vergleichsportalen findet sich jedoch jeder der drei auf einem anderen Platz. Mal wird Anbieter 1 empfohlen, woanders rangiert er gerade im Mittelfeld. E. ruft eine weitere Internetseite auf. Wieso soll er hier erst Alter, Familienstand und Beruf eingeben, bevor er an weitere Informationen kommt? Egal, was soll's, schließlich will er ja nicht gleich einen Vertrag schließen. 14 Tage später muss E. regelmäßig zur Papiertonne, bevor er das Haus verlässt. Die persönlich adressierte Werbung hat ihn entdeckt.
- Im Unternehmen von **Herrn F.** gilt seit letztem Monat Kurzarbeit. Eine „Gesundschumpfung“ des Unternehmens ist nicht auszuschließen. Ausgerechnet jetzt, wo der Ratenkredit noch nicht einmal zu einem Drittel zurückgezahlt ist. Ließe der sich strecken? Sollte er überhaupt die Bank informieren, dass es bei ihm knapp werden könnte? Sollten er und sein Lebensgefährte die Riester-Verträge kündigen? Das meiste des Angesparten wird ohnehin die Inflation wegfressen. Müssen sie dann aber die staatlichen Zulagen erstatten?
- **Ehepaar Gerti und Hans G., 67 und 73 Jahre alt,** wollen ihr altes Auto verschrotten lassen. Den Antrag auf die Abwrackprämie haben sie schon ausgefüllt. Jetzt ist noch die Finanzierung des neuen Autos zu klären. Kein Problem denken sie. Ihre Rente ist gut und ein Sparstrumpf ist auch da. Dieselbe Bank, die ihnen noch vor wenigen Monaten eine Umschichtung ihres Ersparten in Zertifikate ans Herz gelegt hat, teilt den Optimismus nicht. Sie besteht auf eine Bürgschaft der Tochter. Enkel Tristan, Student, ohne regelmäßiges Einkommen, kann sein Girokonto dagegen anstandslos bis zu 2.000 Euro überziehen. Verrückte Finanzwelt.
- **Gisela H.** steht eine Hüftgelenkoperation bevor. Ein Routine-Eingriff wird sie beruhigt. Was aber, wenn sie doch monatelang nicht richtig laufen kann? Sohn und Schwiegertochter leben 500 Kilometer entfernt. In der Zeitung hat sie von einem der neuen Pflegestützpunkte gelesen. Aber auch der liegt erst in der nächsten Stadt. Wer kann ihr sagen, welcher der ambulanten Pflegedienste vor Ort vertrauenswürdig ist? Kann sie sich fremde Hilfe überhaupt leisten? Hat ihr nicht kürzlich eine Bekannte von ihren guten Erfahrungen mit einer Haushaltshilfe erzählt? Die war dort allerdings schwarz beschäftigt. 500 Kilometer entfernt zerbricht sich ihr Sohn ähnlich den Kopf.

Derlei Geschichten aus dem Konsumalltag von Familien ließen sich endlos fortsetzen.<sup>2</sup> Zahl und Komplexität der heute zu treffenden Konsumententscheidungen wachsen unaufhörlich – in allen Alltags- und Lebensbereichen. **„Verbraucher sein“ nimmt für Familien die Dimension eines Vollzeitjobs an.**

### ***Neue Anforderungen der Marktgesellschaft***

Verantwortlich hierfür sind veränderte Bedingungen der Marktgesellschaft:

- **Globalisierte und liberalisierte Märkte** erzeugen eine ungeheure Vielfalt von Waren und Dienstleistungen. Wechselnde Angebote und Preismodelle gehören zur Tagesordnung. Diese Wahlmöglichkeiten verlangen den Privathaushalten deutlich mehr Wissen und Handlungskompetenzen ab.
- Die **negativen ökologischen und sozialen Folgen der globalen Wirtschaftsweise** fordern von Haushalten, ihren Konsum stärker nach ökologischen und sozialen Kriterien auszurichten.
- Infolge der rasanten **Entwicklung bei den Informations- und Kommunikationstechnologien** bestimmen digitale Medien den Familienalltag. Der neue Kosmos bringt neue Herausforderungen mit sich. Vor allem weil verbindliche Verhaltens- und Haftungsregeln in der digitalen Welt noch ein Fremdwort sind.
- Der **demografische Wandel und der damit einhergehende Rückbau der gesetzlichen Sicherungssysteme** zwingen die Haushalte, Grundrisiken wie Alter, Krankheit und Pflegebedürftigkeit zusätzlich privat abzusichern. Diese neue Vorsorgeverantwortung erfordert besondere Vor- und Weitsicht.
- Die **Konsumstile haben sich individualisiert**. Je nach Identitätsentwurf, Lebensform und -phase wollen Haushalte immer wieder anders und neu konsumieren.

### ***Neue Anforderungen an das „Sozialsystem Familie“***

Familien agieren aber nicht nur als Wirtschaftseinheit. Sie sind auch ein soziales System, in dem sie Bildungs-, Erziehungs-, Pflege- und Unterstützungsleistungen erbringen. Auch insoweit haben sich die Anforderungen erhöht. Verantwortlich hierfür sind gesellschaftliche Veränderungen und ein Wandel der Arbeitswelt:

- Die **alternde Gesellschaft und der Geburtenrückgang** haben die Förderung von Kindern und Jugendlichen zu einer wichtigen gesellschaftlichen Zukunftsinvestition werden lassen. Entsprechend hoch sind die Erwartungen an die Erziehungs- und Bildungsleistungen von Familien.
- Der **Wunsch nach einem selbstbestimmten Leben im Alter und der Kostendruck im Pflegewesen** verlangen mehr generationenübergreifende Solidarität.
- Das **Streben nach beruflicher Entfaltung und gestiegene Ansprüche der Arbeitswelt an Flexibilität und Mobilität** fordern von Familien höhere Organisationsleistungen, um Beruf und Familie zu vereinbaren.

---

<sup>2</sup> Mehr davon sind im Hintergrundpapier „Familien in der modernen Marktgesellschaft: Der ganz normale Wahnsinn?“ auf [www.verbrauchertag.de](http://www.verbrauchertag.de) nachzulesen.

- **Stagnierende und niedrige Löhne, unsichere Arbeitsplätze und geringere Transferleistungen bei Arbeitslosigkeit** beanspruchen eine besonders sorgfältige und umsichtige Verwaltung und Verwendung des Familienbudgets.
- Die **Ansprüche** der Familienmitglieder untereinander **an Qualität und Stabilität der emotionalen Beziehungen steigen** – vor allem in Zeiten externer Krisen.

### ***Familien-Akku droht Überhitzung***

Die sowohl an die „Wirtschaftseinheit Familie“ als auch an das „Sozialsystem Familie“ gestiegenen Anforderungen beanspruchen den Familien-Akku ganz besonders.

**Mannigfaltige Anpassungs-, Gestaltungs- und Organisationsleistungen** sind gefragt. Bei aller Zufriedenheit der Familien mit ihrer gewählten Lebensform fühlen sie sich unter Druck gesetzt.

**Die Verbraucherpolitik hat dieser Mehrfachbelastung bislang wenig Beachtung geschenkt.** Das lässt sich damit erklären, dass sie bislang nur das Individuum in seiner Rolle als Marktteilnehmer im Blick hat. Seine weiteren sozialen Rollen, etwa als Familienvorstand, Erwerbstätiger, Bürger und so weiter, blendet sie hingegen aus. Folge: Maßnahmen und Gesetze nehmen auf die Lebensrealitäten von Familien wenig Rücksicht.

**Muss das so bleiben?** Muss der Belastungsgrad für Familien derart hoch sein?

- Muss **Familie A.** erst zum Energiemarkt- und Stromtarifexperten werden, bevor sie in dem liberalisierten Markt das tun kann, was politisch gewünscht ist, nämlich „mit den Füßen abstimmen“ und ein Stromangebot frei auswählen? Kann Familie A. nicht erwarten, dass Preise auch dann fair bleiben, wenn öffentliche Aufgaben der Daseinsvorsorge privatisiert sind?
- Ist es der **alleinerziehenden Frau B.** zuzumuten, dass sie beim täglichen Einkauf den Ratgeber „Einkaufsfalle Supermarkt“ und die Ampelcheck-Karte der Verbraucherzentralen mitführt, um durch den Füllmengen-, Kennzeichnungs- und Zutaten-Wirrwarr zu steigen? Kann sie nicht erwarten, dass alltägliche Erledigungen wie Einkauf möglichst leicht von der Hand gehen, gleichwohl mit gutem Gewissen gegessen werden kann?
- Müssen **Andrea C. und Torsten D.** sowie ihre Verwandtschaft Testhefte wälzen, Internetportale checken oder gar Behörden um Auskunft bitten, um Gefahren für ihren Nachwuchs auszuschließen? Können sie nicht erwarten, dass kinderbezogene Produkte sorgfältig auf ihre gesundheitliche Unbedenklichkeit geprüft werden, bevor sie in den Handel gelangen?
- Muss der **19-jährige E.** dulden, dass seine Daten ungefragt für Werbepost genutzt werden? Kann er nicht erwarten, dass Staat und Wirtschaft sein Grundrecht, Herr über seine persönlichen Daten zu sein, respektieren?
- Werden **Herr F. und sein Lebensgefährte** die drängenden Fragen zu ihren persönlichen Finanzen noch los, bevor das Kind in den Brunnen gefallen ist und sie in der finanziellen Klemme stecken? Können sie – vor allem angesichts der Finanz- und Wirtschaftskrise – nicht erwarten, jederzeit eine anbieter- und produktunabhängige Finanzberatung in Anspruch nehmen zu können, genauso wie sie regelmäßig zu Vorsorgeuntersuchungen gehen können?

- Bleibt **Gerti und Hans G.** nur die Alternative, entweder bar zu bezahlen oder sich bei jedem Ratengeschäft jünger zu mogeln? Können sie nicht erwarten, dass irgendjemand den Banken so auf die Finger schaut, dass Privathaushalte nicht mehr mit „toxischen“ Produkten in Kontakt kommen?
- Müssen **Gisela H.** und ihr Sohn auf den guten Ausgang der OP bauen, weil sie keinen Haushalts- oder Pflegedienst einzuschätzen vermögen? Können beide nicht frei zugängliche Qualitätsberichte über deren Leistungen erwarten?

## 2. Mehr Familie in die Verbraucherpolitik: Anregungen und Empfehlungen

Wie können Familien im Konsumalltag entlastet werden? Wie können sie zu selbstbestimmten Verbrauchern werden? Wie können sie dem Wirtschaftsgeschehen (wieder) vertrauen?

**Handlungs- und Verbesserungsbedarf** sieht der Verbraucherzentrale Bundesverband vor allem in den folgenden **sechs Bereichen**:

- (1) Beim Zugang zu einer bedarfsgerechten, bezahlbaren und sicheren Versorgung,
- (2) beim „Auskommen mit dem Einkommen“ in sicheren wie unsicheren Zeiten,
- (3) bei der Erhöhung der Sicherheit in der analogen wie der digitalen Welt,
- (4) bei der Stärkung des Selbsthilfepotenzials,
- (5) bei der Förderung der Konsumkompetenzen von Kindern und Jugendlichen und
- (6) bei der Organisation eines selbstbestimmten Lebens im Alter.

### ***Handlungsfeld (1) – Familienstress in liberalisierten Märkten abbauen***

Familien müssen darauf vertrauen können, dass eine bedarfsgerechte, bezahlbare und sichere Grundversorgung auch in liberalisierten Märkten gewährleistet ist. Unzureichende ordnungspolitische Leitplanken haben allerdings Marktstrukturen entstehen lassen, die wenig Rücksicht auf diese Belange nehmen. Dies gilt vor allem in dem für Familien wichtigen Energie- und Gesundheitsmarkt.

Tief in die Tasche greifen mussten Familien im letzten Jahr für Energie. Der Anteil der Energiekosten an den privaten Konsumausgaben erreichte erstmals zehn Prozent, bei Geringverdiener-Haushalten sogar 18 Prozent. Wesentlich mitverantwortlich für die Preisschraube ist die inländische Wettbewerbssituation. Gut zehn Jahre nach dem Startschuss für die Liberalisierung des Energiemarkts ist dieser immer noch durch ein Oligopol vier großer Versorger gekennzeichnet. Der Geburtsfehler, den Versorgern die Verfügungsgewalt über die Stromnetze zu belassen, ist bis heute nicht behoben.

Im Gesundheitsmarkt fehlt Familien weitgehend die Orientierung. Die neuen marktwirtschaftlichen Strukturen erschließen sich ihnen nicht. Das System krankt an fehlender Transparenz. Verbindliche Qualitätsstandards und einfache, glaubwürdige Verbraucherinformationen sind Mangelware. Familien vermögen daher Qualität, Nutzen und Preis von Angeboten und Leistungen ihrer Krankenkasse oder sonstiger Leistungserbringer nicht einzuschätzen, geschweige denn mit denen anderer zu vergleichen. Ausgelöst durch den Zwist um die Honorarreform der Ärzte zweifeln sie zudem, ob das gewohnte Versorgungsniveau aufrecht erhalten werden kann.

⇒ **Was ist für Familien zu tun?**

- **Wettbewerb im Energiemarkt ankurbeln und in Energieeffizienz investieren:** Für faire Energiepreise muss die Politik noch stärker auf einen funktionierenden Wettbewerb hinarbeiten. Wettbewerbshemmnisse für neue Anbieter sind konsequent abzubauen. Dazu ist die eigentumsrechtliche Ausgliederung des Netzbetriebs erforderlich. Die Netzinfrastruktur gehört überwiegend in die öffentliche Hand. Der Ausbau der erneuerbaren Energiequellen und die Entwicklung effizienter Erzeugertechnologien sind zu beschleunigen. Ein Förderprogramm sollte aufgelegt werden, mit dessen Hilfe Familien Stromfresser gegen stromsparende Best-Geräte austauschen und in andere energieeffiziente Sanierungsmaßnahmen investieren können.
- **Versorgungssicherheit, Qualität und Finanzierbarkeit im Gesundheitswesen erhalten:** Familien ist unabhängig von Einkommen und Herkunft ein wohnortnaher Zugang zu der medizinisch erforderlichen Versorgung, einschließlich Spezialmedizin, zu gewährleisten. Dafür bedarf es eines Reformkonzepts, das ein solidarisches Gesundheitswesen und eine gerechte Aufgabenteilung zwischen gesetzlicher und privater Krankenversicherung ausgestaltet. Anreize im Gesundheitssystem für eine Ungleichbehandlung von Patienten, sei es durch Krankenkassen oder durch Ärzte, sind konsequent abzubauen beziehungsweise zu vermeiden. Damit Familien vom Wettbewerb profitieren können, muss mehr Transparenz in den Gesundheitsmarkt einkehren. Es ist dafür zu sorgen, dass sie glaubwürdige Informationen über die Leistungen ihrer Krankenkasse, die Qualität von Krankenhäusern und Ärzten, über Nutzen und Risiken von Therapien sowie über die ihnen entstehenden Behandlungs-, Nachsorge- und Vorsorgekosten erhalten. Hierzu sind Qualitätskriterien festzulegen und zu veröffentlichen.

⇒ **Was bringt das Familien unter anderem?**

- Der Anteil der Energiekosten an ihren privaten Konsumausgaben bleibt unter zehn Prozent.
- Ärzte nehmen sich für erkrankte Familienmitglieder ausreichend Zeit, da sie den konkret erforderlichen Untersuchungs- und Behandlungsaufwand vergütet erhalten.

***Handlungsfeld (2) – Familien vor dem finanziellen Abseits bewahren***

Nahezu jeder Bereich der heutigen Alltags- und Lebensplanung von Familien ist finanzwirtschaftlich zu unterfüttern. Dies setzt auf Familienseite spezifische Finanzkompetenzen voraus. Angewiesen sind Familien aber vor allem auf effiziente Finanzprodukte, die auch zu ihrer Lebenssituation passen.

Das Gros der Familien ist weit davon entfernt, optimal oder zumindest vernünftig mit Finanzprodukten versorgt zu sein. Sie verfügen über Produkte, die häufig zu teuer, zu unflexibel, zu risikobehaftet oder auch schlichtweg überflüssig sind. Alleine erkennen können sie diese Schwachstellen nicht. Denn Kosten werden verdeckt, Risiken kaschiert oder verschwiegen, Produkte sind nur im Doppelpack zu haben und vorzeitige Kündigungen sind mit hohen Verlusten verbunden. Ursächlich dafür ist vor allem ein provisionsgelenkter Produktverkauf.

Die Finanzmarktkrise hat diese systematischen Fehlentwicklungen offenbart. Eine Studie im Auftrag des Bundesverbraucherministeriums bestätigt die jahrelange Erfahrung der Verbraucherverbände: Finanzvermittler sind zuvorderst Verkäufer in eigener Sache. Allein bei Geldanlagen belaufen sich die Verluste der Privathaushalte auf geschätzte 20 bis 30 Milliarden Euro pro Jahr. Hinzu kommen weitere Einbußen. Für einen Ratenkredit über 20.000 Euro zahlen Familien beim ungünstigsten Anbieter bis zu 5.000 Euro mehr an Zinsen. Bei jährlichen Einzahlungen von rund 1.000 Euro in eine fondsgebundene Rentenversicherung verlieren sie beim ungünstigsten Anbieter bis zu 37.000 Euro an Erträgen fürs Alter. Wird es für sie finanziell richtig eng, stehen sie häufig vor extrem hohen Überziehungszinsen, Umschuldungsgebühren, der Kündigung des Kredits oder gar dem Verlust ihres Kontos.

⇒ **Was ist für Familien zu tun?**

- **Strengere Kontrolle des Finanzmarkts:** 90 Prozent der Menschen in Deutschland fordern laut Infratest eine strengere Kontrolle des Finanzmarkts. Die Politik muss ein wirksames Gegengewicht zur Finanzwirtschaft aufbauen. Das setzt voraus, die bisherigen Kontrolldefizite abzubauen, indem als erstes die Aufgaben der staatlichen Finanzaufsicht ausgedehnt werden. Kein Marktsegment, kein Anbieter, kein Vermittler, kein Produkt darf mehr unbeaufsichtigt bleiben. Bei der Marktbeobachtung sollte sich die staatliche Aufsicht durch die erfahrenen Verbraucherverbände unterstützen lassen.
- **Erfolgsfaktor Nachhaltigkeit:** Von der Finanzwirtschaft wird erwartet, ihr Provisionssystem so zu verändern, dass sich für den Produktvertrieb allein nachhaltige Kundenbeziehungen rentieren.
- **Produktinformationsblatt:** Den Kunden sind leicht verständliche Schlüsselinformationen bereit zu stellen. Diese sollen klar und unmissverständlich über alle Produktkosten und -risiken aufklären. Notfalls muss der Gesetzgeber mittels Vorgaben für verbindliche Mindestinformationen nachhelfen.
- **Anspruch auf unabhängigen persönlichen Finanz-Check:** Ähnlich wie Krankenversicherte ein Bonusheft für medizinische Vorsorgeuntersuchungen erhalten, sollten Privathaushalte die Möglichkeit für einen regelmäßigen persönlichen Finanz-Check bei einer unabhängigen Beratungsstelle haben. Dies könnte über ein Beratungsgutschein-System stimuliert werden.
- **Fairer Zugang zu Basisdienstleistungen:** Bei einer Umfrage der Gesellschaft für Konsumforschung zur persönlichen Betroffenheit durch die Finanzmarktkrise antworteten bereits 70 Prozent, die negativen Folgen der Krise stark, mittel oder wenigstens leicht zu spüren. Die stark betroffenen Haushalte verfügten überwiegend über ein monatliches Nettoeinkommen von unter 750 Euro oder zwischen 750 bis unter 1.500 Euro. Das Einkommen der mittel betroffenen Haushalte lag überwiegend zwischen 750 bis unter 1.500 Euro. Angesichts des zu erwartenden drastischen Wiederanstiegs der Arbeitslosigkeit muss gewährleistet sein, dass Familien in prekären Lebenslagen fairen Zugang zu Dienstleistungen behalten, die heute der Grundversorgung zuzurechnen sind. Dazu zählt beispielsweise ein Girokonto. Von Finanzinstituten, die sich unter den Rettungsschirm der Bundesregierung begeben haben, wird ein besonders verantwortlicher Umgang mit finanziell angeschlagenen Kunden erwartet.

- **Beistand bei finanziellen Krisen:** Familien mit finanziellen Problemen müssen schneller als bisher Hilfe zur Selbsthilfe erhalten. Hierfür muss es ein bedarfsgerechtes Angebot an unabhängiger Schuldnerberatung geben.

⇒ **Was bringt das Familien unter anderem?**

Ihnen wird kein Finanzprodukt mehr verkauft, das nicht vorher staatlich genehmigt wurde und dessen Anbieter nicht staatlich überwacht wird.

**Handlungsfeld (3) – Familiensicheres Konsumieren in der alten und neuen Welt**

Die Sicherheit von Produkten, mit denen Familien täglich in Kontakt sind, ist essentiell. Immer wieder passieren aber bedenkliche oder gar gesundheitsgefährdende Waren die Grenzen der EU und Deutschlands. 2008 hat allein das Frühwarnsystem der EU – RAPEX – bei knapp 1.900 solcher Konsumgüter Alarm schlagen müssen – ein Anstieg um 16 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Verantwortlich hierfür sind zum Teil Gesetzeslücken. Überwiegend wird die Einhaltung der Sicherheitsvorschriften aber schlichtweg unzureichend kontrolliert.

Zu den Produkten des täglichen Bedarfs zählen heute auch die digitalen Medien. Ebenso wie in der „alten“ Welt müssen Familien auch in der digitalen Welt auf Regeln der Sozialen Marktwirtschaft vertrauen können. Davon sind wir weit entfernt. Abzocker und Trickser haben mit Phishing, Pharming, Slamming, Kosten-Fallen, Datenverkauf oder Nicht-Lieferung bezahlter Ware immer noch viel zu leichtes Spiel.

⇒ **Was ist für Familien zu tun?**

- **Mit vereinten Kräften auf höchstem Sicherheitsniveau:** Die Bundesländer müssen die Personal- und Kontrolldichte ihrer Behörden für die Marktüberwachung wieder deutlich hochfahren. Der Bund muss sich auf EU-Ebene für drei Dinge stark machen: Die Kontrolldichte an den EU-Außengrenzen muss erhöht werden. Unabhängige Stellen haben verpflichtend die Sicherheit von Produkten des täglichen Gebrauchs zu prüfen, bevor sie in den Handel kommen. Gesundheitsschädliche Stoffe sind als Produktbestandteil vor allem von Spielzeug zu verbieten.
- **Sicherheits-Update installieren:** Der Wahlspruch muss lauten: Der anarchische Charme der digitalen Welt war gestern. Ab morgen gilt die Soziale Marktwirtschaft 2.0. Oberste Priorität müssen dabei Datenhoheit und Schutz der Netznutzer haben. Dazu bedarf es Regeln, die das Grundrecht auf informationelle Selbstbestimmung stärken, Haftungsregeln, die das Schadensverursacherprinzip achten, sowie Schutzregeln für Kinder und Jugendliche.

⇒ **Was bringt das Familien unter anderem?**

- Egal ob Kindergeburtstag oder Weihnachten – Familien haben es nur noch mit einem einzigen Unsicherheitsfaktor zu tun: Gefällt dem Kind das Geschenk?
- Gläserne Familien gibt es nur dann, wenn sie bewusst entscheiden, der Wirtschaft ihre persönlichen Daten zur weiteren Nutzung zu überlassen.

### **Handlungsfeld (4) – Das Managen eines kleinen, erfolgreichen Familienunternehmens ermöglichen**

Um selbstbestimmt am Markt agieren zu können, sind Familien auf glaubwürdige, leicht verständliche und vergleichbare Schlüsselinformationen angewiesen. Wer einen Mehrpersonenhaushalt zu managen hat, gleichzeitig beruflichen Verpflichtungen nachkommen und eventuell für einen pflegebedürftigen Angehörigen sorgen muss, kann sein Zeitbudget nicht noch damit belasten, nach Informationen zu suchen, sie zu entschlüsseln und selbst bei Gütesiegeln zu sinnieren, ob sich dahinter ein Reklamefeldzug verbirgt.

So hilfreich schriftliche Informationen, Broschüren und Internet-Angebote sind, sie ersetzen nicht die persönliche telefonische Auskunft oder das Beratungsgespräch. Familien erwarten daher weiter, auf unabhängige Beratungsstellen zugreifen zu können, die ihnen Orientierung im „Dschungel der Möglichkeiten“ bieten und sie bei der Durchsetzung ihrer Ansprüche unterstützen. Mit bundesweit 190 Beratungsstellen und 900 Beratern können die Verbraucherzentralen trotz deutlich höherer Nachfrage lediglich 83.000 Haushalte im Jahr zu Energiesparfragen beraten. Noch bitterer sieht es bei der Finanzberatung aus. Hier reichen die Kapazitäten nur für 55.000 Haushalte im Jahr, was 0,14 Prozent aller Privathaushalte entspricht. Die Bundesländer fördern die Leistungen der Verbraucherzentralen im Durchschnitt mit 39 Cent pro Einwohner. 39 Cent kostet ein Becher Joghurt, eine Gesprächsminute im Mobilfunknetz oder der Versand einer Postkarte per Kurier.

#### ⇒ **Was ist für Familien zu tun?**

- **Aktive Informationskultur bei Behörden:** Die Informationsrechte nach dem Verbraucherinformationsgesetz sind so zu stärken, dass die Behörden die Ergebnisse der amtlichen Lebensmittel-Kontrollen unverzüglich im Internet zu veröffentlichen und dabei „Ross und Reiter“ zu nennen haben. Eine solche Informationspflicht ist außerdem wenigstens auf die Bereiche Finanzen, Gesundheit und Telekommunikation auszudehnen.
- **Klare Wegweiser:** Familien müssen sich ohne großen Aufwand informieren können. Es gilt, die Flut unnützer Informationen einzudämmen und stattdessen leicht verständliche und wahrhaftige Informationen voranzutreiben. Dieser Prozess kann durch standardisierte Kurzinformationen unterstützt werden, die die Haushalte über alle wesentlichen Eigenschaften und Kosten eines Produkts oder einer Dienstleistung informieren. Solche Standardinformationen sollten nach einheitlichen Kriterien gestaltet sein, an deren Entwicklung die Politik, Wirtschaft und Verbraucherverbände zu beteiligen wären.
- **Verbraucherzentralen als „Lotsen im Markt“:** Um Familien ein Basisangebot gewähren zu können, sollte es bundesweit 400 Beratungsstellen mit 2.000 Beratungskräften geben. Damit könnten 20 Prozent der Privathaushalte jedes Jahr eine Beratung in Anspruch nehmen. Die hierfür erforderlichen Investitionen würden wettgemacht durch den individuellen und volkswirtschaftlichen Nutzen der Beratung, vor allem als Folge einer deutlich reduzierten Zahl von finanziellen Fehlentscheidungen. Der Verbraucherzentrale Bundesverband und die Verbraucherzentralen haben Details dieses Basisangebots, der dafür erforderlichen Investitionsmittel und der individuell sowie volkswirtschaftlich zu erwartenden „Rendite“ in der Broschüre „400+ Verbraucherzentrale der Zukunft“ dargelegt.

- **„Familienengel“ für Produkte:** Immer öfter wünschen sich Familien, dass es in der Angebotsfülle ein Produkt gibt, das sie sozusagen blind auswählen können, weil es Grundbedürfnisse verlässlich erfüllt. Auf diese Weise wollen sie sich von dem Stress befreien, dauernd auswählen und entscheiden zu müssen. Es wird daher eine Diskussion darüber angeregt, in den für Familien zentralen Versorgungsmärkten solche Produkte kenntlich zu machen, die Grundfunktionalitäten und Verbraucherstandards erfüllen – vergleichbar dem Blauen Engel.

⇒ **Was bringt das Familien unter anderem?**

- Sie können durch einen Blick auf eine einzige Internetseite erkennen, ob der Kinderpullover im Kaufhaus um die Ecke ohne Kinderarbeit hergestellt wurde.
- Sie können wohnortnah eine unabhängige Verbraucherberatungsstelle erreichen und dort vor ihrer Unterschrift noch einen Vertrag checken lassen.

**Handlungsfeld (5) – Kindern zu einem guten Start ins Wirtschaftsleben verhelfen**

Kinder und Jugendliche brauchen Lehrjahre als Konsument. Anders als frühere Generationen kommen sie allein mit familienintern erworbenen Konsumkompetenzen nicht mehr weit. Deren Halbwertszeit ist infolge der Dynamiken in Gesellschaft und Wirtschaft oft lange abgelaufen. Es ist daher auch Aufgabe des Staates und der Gesellschaft, Familien darin zu unterstützen, elementare Kompetenzen zu erwerben. Obwohl der Stellenwert des Konsumenten als Wirtschaftsfaktor unstrittig ist, kommt Verbraucherbildung in der Schule viel zu kurz.

⇒ **Was ist für Familien zu tun?**

- **Konsum-ABC lernen:** Schüler müssen am Ende ihrer Laufbahn das Konsum-ABC beherrschen. Verbraucherbildung gehört daher verbindlich in alle Schulen. Insbesondere als Ernährungsbildung, gesundheitsbezogene Bildung, (haus-) wirtschaftliche und finanzielle Allgemeinbildung sowie Medienbildung. Hierfür muss kein eigenständiges Fach geschaffen werden. Aber es müssen schnellstmöglich verbindliche Lerninhalte in den bestehenden Fächerkanon aller Schulformen und Schulstufen verankert werden.
- **Föderale Bremse lösen:** Die Bildungshoheit der Bundesländer darf nicht bundeseinheitliche Verbraucherbildungsstandards verhindern. Im Rahmen einer Bund-Länder-Initiative sollten daher schnellstmöglich länderübergreifende Mindeststandards für die Alltags- und Verbraucherbildung entwickelt werden, die in die Bildungs- und Lehrpläne eingearbeitet werden.

⇒ **Was bringt das Familien unter anderem?**

Ihre Kinder wissen nicht nur ein Handy technisch zu bedienen, sondern erkennen auch die Stolpersteine in den Klauseln des Handy-Vertrages und sind bei der Auswahl des Anbieters entsprechend achtsam.

**Handlungsfeld (6) – Familien Raum für selbstbestimmtes Leben im Alter geben**

Die Generation 60<sup>+</sup> wünscht sich einen selbstbestimmten Lebensabend in vertrauter Umgebung. Hierbei wollen sie ihre Kinder oder andere Angehörige auch gerne unterstützen. Beide Seiten fühlen sich mit der Organisation der dafür notwendigen

Dienstleistungen aber ein Stück weit alleine gelassen. Ihnen fehlen Informationen, um die Qualität und Vertrauenswürdigkeit der Anbieter einzuschätzen. Den Angehörigen fehlen zudem Anreize, um sich stärker in die Pflege einzubringen. Dafür ist das Pflegegeld zu niedrig, und dem neuen sechsmonatigen Freistellungsanspruch gegenüber dem Arbeitgeber fehlt eine Lohnersatzleistung. Die 150.000 bis 200.000 Haushalts- und Pflegehilfen, die in Senioren-Haushalten schwarz beschäftigt sind, sind in dem Zusammenhang nur ein Symptom einer insgesamt unbefriedigenden Situation.

⇒ **Was ist für Familien zu tun?**

- **Mehr Anreize für pflegende Angehörige:** Die häusliche Pflege muss für Familienmitglieder attraktiver werden. Dafür sollten ihre Leistungen ähnlich honoriert werden wie die in der stationären Pflege. Ihre berufliche Freistellung sollte bis zu einem Jahr möglich sein und – vergleichbar dem Elterngeld – mit einer Lohnersatzleistung verknüpft werden.
- **Qualitätsoffensive bei Pflegedienstleistungen:** Notwendig sind mehr Anstrengungen, um die Qualitätstransparenz im Pflegewesen voranzubringen. Die derzeitigen Ansätze für die Qualitätsberichterstattung genügen weder, um die Qualität der Pflegeergebnisse eines Anbieters zu beurteilen, noch, um sie anbieterübergreifend zu vergleichen.
- **Qualitätsoffensive bei haushaltsnahen Dienstleistungen:** Die Möglichkeiten, professionelle Anbieter von haushaltsnahen Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen, müssen verbessert werden. Dazu bedarf es Qualitäts- und Transparenzkriterien, nach denen Pflegebedürftige und Angehörige einen passenden Anbieter auswählen können. Außerdem müssen Familien die Kosten solcher Dienstleistungen tragen können. Insoweit sind zum einen die Kassen gefordert, haushaltsnahe Dienstleistungen stärker zu bezuschussen. Gefordert ist zudem das Steuersystem. Die Beschäftigungskosten für Haushaltshilfen sollten zu mehr als 20 Prozent absetzbar sein.

⇒ **Was bringt das Familien unter anderem?**

- Sie wissen pflegebedürftige Angehörige in guter Obhut, egal, wie weit sie von ihnen entfernt leben.
- Der gesetzliche Rentenanspruch eines pflegenden Familienmitglieds wird durch seine Pflege-Auszeit nicht beeinträchtigt.