

EUROPA

KANN MEHR!

Für starke Verbraucherrechte und
einen fairen Binnenmarkt.



verbraucherzentrale

Bundesverband

LEITLINIEN ZUR EUROPAWAHL 2019

Verbraucherpolitische Leitlinien des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv)
für die Legislaturperiode 2019 bis 2024

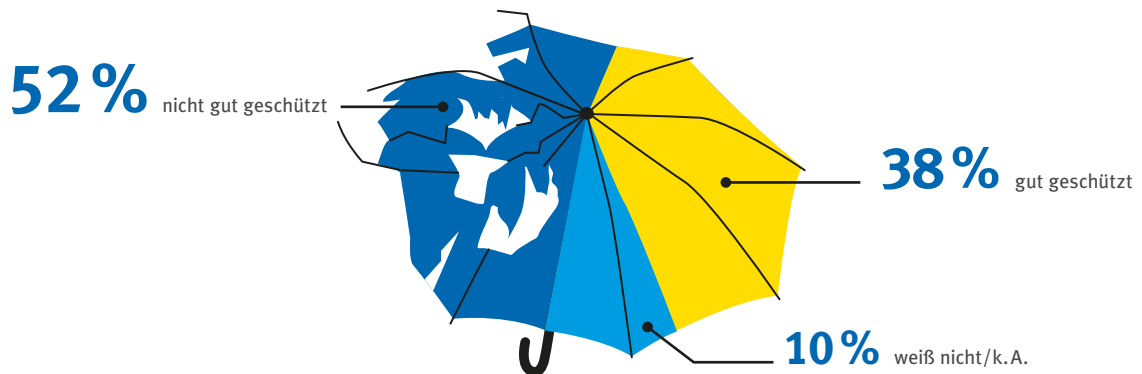
ÜBER DEN VZBV

Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) ist die starke Stimme aller Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland – unabhängig von ihrer Herkunft oder ihren Lebensumständen. Der Verband setzt sich für eine gerechte und nachhaltige Gesellschafts- und Wirtschaftsordnung ein, in der die Bedürfnisse der Verbraucher im Mittelpunkt stehen. Der vzbv vertritt die Interessen

der Verbraucher gegenüber Politik, Wirtschaft und Verwaltung und klagt Verbraucherrechte vor Gericht ein. Der vzbv wurde im Jahr 2000 gegründet und bündelt als Dachverband der 16 Verbraucherzentralen der Länder und 25 weiterer verbraucherpolitischer Verbände die Kräfte für einen starken Verbraucherschutz. Der vzbv hat seinen Sitz in Berlin und einen Standort in Brüssel.

Jeder zweite Verbraucher fühlt sich durch die Politik nicht gut geschützt.

Wenn Sie an das Thema Verbraucherschutz und Verbraucherrechte denken, fühlen Sie sich als Verbraucher von der Politik...



Quelle: Kantar EMNID, repräsentative Umfrage im Auftrag des vzbv, November 2017

WAS SIND DIE ZIELE DES VZBV?

- die Stellung des Verbrauchers in der sozialen Marktwirtschaft verbessern
- klare und einheitliche Regeln für alle Marktakteure
- ein produktiver Qualitäts- und Preiswettbewerb für echte Wahlfreiheit und transparente Märkte
- sichere und gesundheitlich unbedenkliche Produkte und Dienstleistungen
- klare Verbraucherinformationen
- verlässliche, praktisch durchsetzbare Rechte
- nachhaltigen Konsum fördern
- das Vorsorgeprinzip erhalten, auch in internationalen Freihandelsabkommen

WIE ARBEITET DER VZBV?

- Der vzbv ist gemeinnützig, parteipolitisch neutral und allein den Interessen der Verbraucher verpflichtet.
- Die Arbeit des vzbv wird aus Mitteln des Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz, aus Projektmitteln und durch Mitgliedsbeiträge finanziert.
- Der vzbv ist auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene aktiv und hat ein Büro in Brüssel. Der Verband ist Mitglied des Dachverbands der europäischen Verbraucherorganisationen BEUC und von Consumers International (CI), dem Zusammenschluss internationaler Verbraucherorganisationen.

EUROPA KANN MEHR!

**Für starke Verbraucherrechte und
einen fairen Binnenmarkt.**

INHALT

ÜBER DEN VZBV	2
EDITORIAL	6
VERBRAUCHERPOLITISCHE KERNFORDERUNGEN IM ÜBERBLICK	8
FÜR SICHERHEIT UND SELBSTBESTIMMUNG IM DIGITALISIERTEN VERBRAUCHERALLTAG	10
Für künstliche Intelligenz, die den Menschen dient:	
ethische Prinzipien entwickeln	10
Für den Schutz der Verbraucher vor Diskriminierung in der digitalisierten Welt:	
algorithmische Entscheidungssysteme nachvollziehbar machen	10
Für den Schutz der Verbraucher vor Schäden durch digitale und vernetzte Geräte:	
Produkthaftungsrecht reformieren	11
Für Vertraulichkeit in der elektronischen Kommunikation:	
starke Nutzerrechte in der E-Privacy-Verordnung festschreiben	11
Europäisches Datenschutzrecht konsequent anwenden	12
Verbraucher beim Datenschutz besser informieren	12
Nicht personenbezogene Daten und Datenströme für Verbraucher und Anbieter zugänglich machen	12
Datenschutz bei autonomen und vernetzten Fahrzeugen kontrollieren und Wahlfreiheit ermöglichen	13
Bonitätsbewertungen überprüfbar und diskriminierungsfrei gestalten	13
Verbraucherrechte gegenüber Internet-Plattformen durch Transparenzpflichten und Haftungsregeln sichern	13
Mehr Wahlfreiheit und Wettbewerb bei Plattformen sicherstellen	14
Vielfältigen und grenzüberschreitenden Zugang zu digitalen Inhalten ermöglichen	14
Mit digitalen Mobilitätsplattformen die Mobilität von morgen gestalten	15
Neue Konzepte und Normen für die IT-Sicherheit etablieren	15
Informationen über Update-Support für eingebettete Software entwickeln	15
Hohes Datenschutzniveau auch im internationalen Handel sichern	15
Digitale Verbraucherkompetenzen europaweit regelmäßig erheben	16
FÜR VERBRAUCHERFREUNDLICHE MÄRKTE UND FAIREN WETTBEWERB	17
Für einfachen Schadenersatz bei Massenschäden:	
kollektive Rechtsschutzinstrumente für Schadenersatzklagen auf europäischer Ebene einführen	17
Für eine bedarfsgerechte Beratung von Verbrauchern in Finanzfragen:	
Provisionsvertrieb bei Anlageprodukten und Finanzvergleichsplattformen beenden	17
Für die Berücksichtigung von Verbraucherinteressen bei Handelsabkommen und beim Brexit:	
eigenständiges Kapitel „Handel und Verbraucherschutz“ muss zum Standard werden	18
Für den Schutz von Verbrauchern vor Lebensmittelskandalen und bessere Informationen im Ernstfall:	
europaweit einheitliche Umsetzung von Regeln für den Lebensmittelmarkt gewährleisten	18

Verbraucher- und Wettbewerbsrecht an die Digitalisierung des Handels anpassen	19
Vertrieb von Anlageprodukten einheitlich regulieren	19
Gleichwertige Aufsicht über den Vertrieb von Anlageprodukten sicherstellen	20
Kontowechselhilfe nachjustieren	20
Fluggastrechte stärken	20
Gesunde Ernährung einfacher machen	21
EU-weit einheitliche Herkunftskennzeichnung einführen	21
Verbraucher in den Mittelpunkt des europäischen Energiegasmarktes rücken	21
Handelsabkommen transparent verhandeln	22
Vorsorgeprinzip und Lebensmittelstandards in Handelsabkommen sichern	22
Internationale regulatorische Kooperation muss freiwillig bleiben	22
Investorenschutz in Handelsabkommen auf Nichtdiskriminierung begrenzen	22
Durchsetzung von Verbraucherinteressen im internationalen Handel verbessern	22
Ökonomische Auswirkungen von Handelsabkommen intensiver untersuchen	23
FÜR MEHR RESSOURCENSCHUTZ UND EINEN NACHHALTIGEN BINNENMARKT	24
Für neues Vertrauen in wahrheitsgemäße Angaben zu Kraftstoffverbrauch und Abgaswerten:	
realistische Mess- und Prüfverfahren für die Zulassung von Pkw einführen	24
Für einen einfachen nachhaltigen Konsum für Verbraucher:	
EU-Ökodesign-Richtlinie auf neue Produktgruppen erweitern und verbindliche Vorschriften zum Ressourcenschutz einführen	24
Verbraucherfreundliche Regeln zur Eindämmung von Einwegplastik verabschieden	25
Verbraucher vor dem Autokauf verlässlich informieren	25
Vertrauen in nachhaltiges Wirtschaften durch aussagekräftige Nachhaltigkeitsberichte stärken	26
ANHANG	27
Fußnoten	27
ANSPRECHPARTNER	28
IMPRESSUM	30

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

seit ihrer Gründung ist die Europäische Union für Verbraucherinnen und Verbraucher vor allem eine Erfolgsgeschichte. Der europäische Binnenmarkt schafft einheitliche Regeln für alle EU-Bürger und Unternehmen, wovon Verbraucher konkret in ihrem Alltag profitieren. Das lässt sich besonders an drei Dingen festmachen: Verbraucher haben durch den gemeinsamen Binnenmarkt mehr Geld in der Tasche. Sie profitieren durch mehr Sicherheit in ihrem Alltag. Und sie können auf hohe Verbraucherrechte vertrauen.

Mehr Geld in der Tasche

Der europäische Binnenmarkt hat auf verschiedenen Märkten für *mehr Wettbewerb* gesorgt, etwa auf den Strom- und Gasmärkten oder im Bereich Telekommunikation. Verbraucher profitieren nicht nur durch *mehr Auswahl*, sondern auch durch *niedrigere Preise*.

Die *Abschaffung der Roaming-Gebühren* bei vorübergehenden Aufenthalten in einem anderen EU-Land ist ein Meilenstein für Verbraucher. Telefonieren, Chatten und Surfen gehört für viele zum Alltag – auch im Urlaub. Seit die hohen Gebühren dafür innerhalb der EU wegfallen, bleibt mehr Geld für andere Dinge.

Wer mit Karte zahlt, erlebt weniger böse Überraschungen. Die *Deckelung von Gebühren für den Einsatz von Zahlungsmitteln*, wie der Kredit- oder Bankkarte, macht den Einkauf günstiger – zu Hause und im Urlaub.



Vorstand des vzbv
Klaus Müller

Mehr Sicherheit

Immer mehr Unternehmen sind grenzüberschreitend tätig. Verbraucher können innerhalb der EU einkaufen, arbeiten und leben, wo sie möchten. Damit Verbraucher sorgenfrei in Europa einkaufen können, ist es wichtig, dass sich die Menschen auf einheitliche Aufsichts- und Sicherheitsregeln für Produkte und Dienstleistungen in Europa verlassen können.

Die Datenschutzgrundverordnung, die seit Mai 2018 in Kraft ist, schützt die *persönlichen Daten der Verbraucher auch in der digitalen Welt*. Damit hat die EU einen neuen Standard beim Datenschutz gesetzt, der weltweit als Vorbild dient.

Die europäische REACH-Verordnung regelt zudem die *Nutzung von Chemikalien* und bewahrt Verbraucher davor, im Haushalt, durch landwirtschaftliche Produkte oder als Arbeitnehmer in Kontakt mit gefährlichen Stoffen zu kommen. Darüber hinaus hat die EU bisher über eintausend *gesundheitlich bedenkliche Stoffe in Kosmetika verboten*.

Mehr Rechte

Die EU sorgt mit den Regeln im Binnenmarkt dafür, dass Verbraucher in der gesamten EU die gleichen Rechte haben. So können sie etwa auch *in einem anderen EU-Land* zum Arzt gehen und sich darauf verlassen, dass die heimische Krankenkasse die Kosten übernimmt.

Die EU hat das *Recht auf ein Girokonto* für alle mit grundsätzlichen Funktionen (*Basiskonto*) eingeführt. Damit sollen auch Verbraucher in schwierigen wirtschaftlichen Verhältnissen am modernen Konsumleben teilhaben können.

Wer mit dem Flugzeug, einem Fernbus, der Bahn oder dem Schiff unterwegs ist, bekommt durch die EU-Regelungen zu Flug- und Fahrgastrechten *pauschale Entschädigungen* für verpasste Anschlüsse, Verspätungen oder Stornierungen.

Herausforderungen der Digitalisierung gemeinsam bewältigen

Die Herausforderungen durch die Digitalisierung können nur gemeinsam gelöst werden. Verbraucher wollen mobil sein, und zwar möglichst sicher, einfach und kostengünstig – über Grenzen hinweg. Sie wollen von der Produktvielfalt in der EU profitieren können, gerade auch beim Einkauf im Internet: egal ob es dabei um neue Kleidung, Gebrauchsgegenstände oder digitale Inhalte wie Filme oder Musik geht.

Digitale Anwendungen auf Basis künstlicher Intelligenz (KI) können den Alltag einfacher machen: noch schnell von unterwegs die Rollläden runterlassen oder die Heizung anmachen und im Krankheitsfall Unterstützung durch einen Pflegeroboter bekommen. Diese Form der Digitalisierung darf nicht dazu führen, dass Menschen zwangsläufig von der Technik abhängig sind oder die menschliche Betreuung ersetzt wird.

Es muss neu geregelt werden, wer bei Schäden haftet – etwa wenn eine Smart-Home-Anwendung unerwartet die Wohnungstür öffnet und einen Diebstahl ermöglicht. Der Einsatz von Algorithmen bei der Preisgestaltung oder Bonitätsprüfung darf nicht zu Diskriminierung führen. Europäische und deutsche Gesetzgebung sind noch an vielen Stellen nicht auf diese Entwicklungen eingestellt und müssen modernisiert werden.

Vertrauen stärken

Die EU kann das Leben jedes Einzelnen besser machen. Als Verbraucherschützer setzen wir darauf, dass das neue Europäische Parlament und die neue EU-Kommission die Alltagsprobleme der Verbraucher in den Blick nehmen und das Vertrauen in ein gemeinsames Europa und den Binnenmarkt stärken werden.

Nicht nur die EU-Institutionen, auch die Mitgliedstaaten sind gefordert, sich in der EU für eine Politik im Sinne der Bürgerinnen und Bürger einzusetzen. Durch den Rat der europäischen Union kommt den einzelnen Mitgliedstaaten und den nationalen Regierungen eine große Verantwortung zu, Politik zu gestalten. Diesen Gestaltungsspielraum müssen sie nutzen. Sie dürfen die EU nicht für Versäumnisse in Haftung nehmen, für die sie selbst mitverantwortlich sind.

Europa kann mehr

Europa kann mehr für Verbraucher erreichen als die einzelnen Mitgliedstaaten allein. Nationale Regelungen helfen in einem europäischen Binnenmarkt oft nicht weiter. Die neue EU-Kommission muss zeigen, dass die Menschen von Europa profitieren und dass ihre Interessen im Mittelpunkt stehen – und nicht die der Unternehmen. Ein fairer Binnenmarkt darf nicht nur Absatzmärkte von Unternehmen im Blick haben, sondern muss den Wettbewerb und die Rechte der Verbraucher stärken.

In den verbraucherpolitischen Leitlinien zur Europawahl 2019 zeigt der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) Lösungen für viele drängende Verbraucherprobleme auf. Unser Ziel ist eine gerechte und nachhaltige Gesellschafts- und Wirtschaftsordnung in Deutschland und in Europa, in der die Bedürfnisse der Verbraucher im Mittelpunkt stehen – unabhängig von ihrer Herkunft oder ihren Lebensumständen.

Ihr

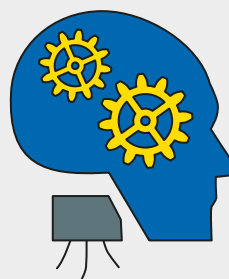


Klaus Müller

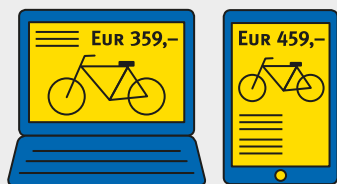
VERBRAUCHERPOLITISCHE KERNFORDERUNGEN IM ÜBERBLICK

Der vzbv hat für die Legislaturperiode 2019 bis 2024 des Europäischen Parlaments zehn Kernforderungen für starke Verbraucherrechte und einen fairen Binnenmarkt aufgestellt.

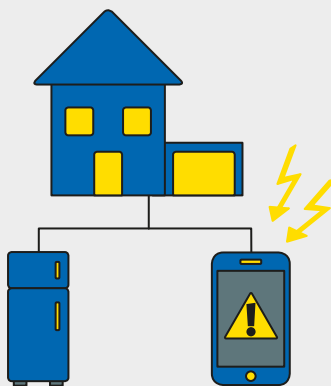
**EUROPA
KANNT MEHR!**



... Für künstliche Intelligenz,
die den Menschen dient:
ethische Prinzipien entwickeln



... Für den Schutz der Verbraucher
vor Diskriminierung in der
digitalisierten Welt:
algorithmische Entscheidungs-
systeme nachvollziehbar machen



... Für den Schutz der
Verbraucher vor Schäden
durch digitale und
vernetzte Geräte:
Produkthaftungsrecht
reformieren



... Für Vertraulichkeit
in der elektronischen
Kommunikation:
starke Nutzerrechte in
der E-Privacy-Verordnung
festschreiben



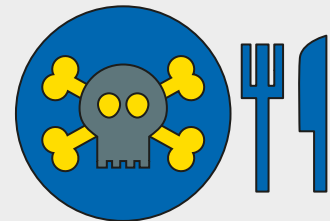
- Für einfachen Schadenersatz für Verbraucher bei Massenschäden: kollektive Rechtsschutzinstrumente für Schadenersatzklagen auf europäischer Ebene einführen



- Für eine bedarfsgerechte Beratung von Verbrauchern in Finanzfragen: Provisionsvertrieb bei Anlageprodukten und Finanzvergleichsplattformen beenden

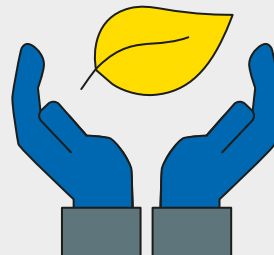


- Für die Berücksichtigung von Verbraucherinteressen bei Handelsabkommen und beim Brexit: eigenständiges Kapitel „Handel und Verbraucherschutz“ muss zum Standard werden



- Für den Schutz von Verbrauchern vor Lebensmittelskandalen und bessere Informationen im Ernstfall: europaweit einheitliche Umsetzung von Regeln für den Lebensmittelmarkt gewährleisten

- Für neues Vertrauen der Verbraucher in wahrheitsgemäße Angaben zu Kraftstoffverbrauch und Abgaswerten: realistische Mess- und Prüfverfahren für die Zulassung von Pkw einführen

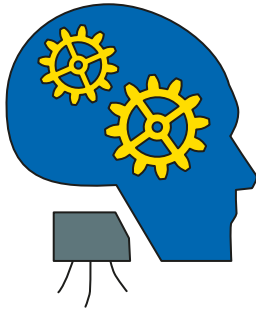


- Für einen einfachen nachhaltigen Konsum für Verbraucher: EU-Ökodesign-Richtlinie auf neue Produktgruppen erweitern und verbindliche Vorschriften zum Ressourcenschutz einführen

FÜR SICHERHEIT UND SELBSTBESTIMMUNG IM DIGITALISIERTEN VERBRAUCHERALLTAG

EUROPA KANN MEHR!

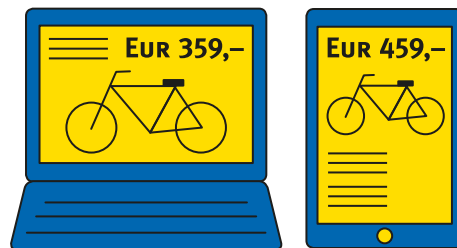
**Für künstliche Intelligenz,
die den Menschen dient:
ethische Prinzipien entwickeln**



Anwendungen auf Basis künstlicher Intelligenz (KI) sollen die Menschen unterstützen und hierbei die Freiheit und Autonomie der Menschen bewahren. Autonomes Fahren kann beispielsweise für Verbraucher großes Potential haben. Wichtig ist dabei, dass autonome Systeme die Menschen unterstützen, aber auch weiterhin für sie kontrollierbar bleiben.

Es muss diskutiert werden, was der Einsatz künstlicher Intelligenz und algorithmenbasierter Entscheidungsprozesse für den Einzelnen und die Gesellschaft als Ganzes bedeuten. Ergebnis einer solchen Debatte sollten beispielsweise Prinzipien einer „Ethik-by-Design“ sein: Entwickler und Anwender sollten rechtliche und ethische Grundsätze schon bei der Entwicklung von künstlicher Intelligenz und algorithmenbasierten Entscheidungsprozessen berücksichtigen müssen.

**Für den Schutz der Verbraucher vor
Diskriminierung in der digitalisierten Welt:
algorithmische Entscheidungssysteme
nachvollziehbar machen**

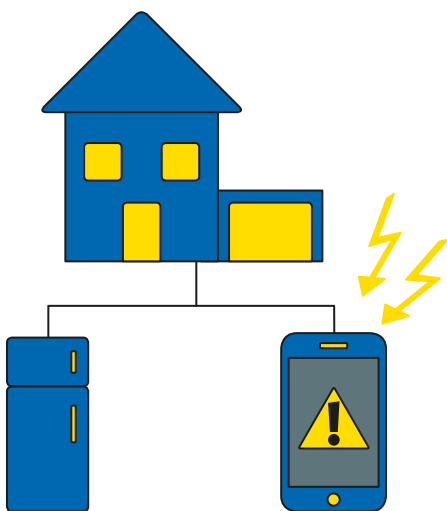


Prozesse, die durch Algorithmen gesteuert werden, müssen transparent und nachvollziehbar werden. Verbraucher müssen beispielsweise verstehen können, wie Ergebnisse von Bewertungs- oder Vergleichsportalen zustande kommen oder warum ihnen ein abweichender Preis für ein Produkt angeboten wird als anderen. Dafür muss die EU-Kommission rechtlich verbindliche Rahmenbedingungen schaffen, die über die Datenschutzgrundverordnung hinausgehen: Verbraucher müssen bei relevanten algorithmenbasierten Entscheidungsprozessen wissen, welche auch nicht personenbezogenen Daten einbezogen und wie sie gewichtet werden. Nur so können sich Verbraucher gegen Diskriminierung wehren.

Um für mehr Transparenz und Sicherheit zu sorgen und Diskriminierung auszuschließen, muss es einem unabhängigen Kontrollsystem möglich sein, die verwendeten Algorithmen und die daraus

resultierenden Ergebnisse und Entscheidungen überprüfen zu können. Die Überprüfung kann so gestaltet werden, dass Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse gewahrt bleiben. Eine zentrale Voraussetzung und wichtiger Baustein für eine KI-Strategie ist, dass die EU-Kommission technische Standards für die Gestaltung algorithmenbasierter Entscheidungsprozesse etabliert, um die Einhaltung und Überprüfbarkeit rechtlicher Vorgaben sicherzustellen („Accountability-by-Design“).

Für den Schutz der Verbraucher vor Schäden durch digitale und vernetzte Geräte: Produkthaftungsrecht reformieren



Unsichere Geräte bieten Einfallstore für Manipulationen von Hackern und die weitreichende Vernetzung kann zu Schadensereignissen von ungekannten Dimensionen führen. Wenn ein Smart-Home-System etwa unerwartet die Wohnungstür öffnet und dadurch ein Diebstahl ermöglicht wird, stellt sich die Frage, wer für Schäden haftet. Das geltende deutsche Produkthaftungsgesetz greift in diesen Fällen zu kurz. Es beruht auf einer dreißig

Jahre alten EU-Richtlinie und damit aus einer Zeit ohne Smartphones, automatisierte Autos oder sprachgesteuerte, internetbasierte persönliche Assistenten. Haftungsfragen des digitalen Zeitalters sind nicht adäquat geregelt. Der Schaden bleibt am Ende oft beim Verbraucher hängen, weil kein konkreter Schadensverursacher benannt werden kann. Das gilt insbesondere für vernetzte Geräte, wenn nicht eindeutig ein bestimmtes Gerät oder Hersteller für die Verursachung eines Schadens verantwortlich gemacht werden kann. Der vzbv spricht sich daher für eine grundlegende Reform des Produkthaftungsrechts unter Berücksichtigung dieser neuen Rahmenbedingungen aus.

Besondere Beachtung muss dabei die Haftungsregelung für autonome und vernetzte Fahrzeuge finden. Der Hersteller ist verantwortlich für das einwandfreie Funktionieren automatisierter Assistenzsysteme, daher muss in erster Linie auch er für sein eigenes System einstehen. Die Gefährdungshaftung darf nicht erst beim Inverkehrbringen durch den Halter, sondern muss schon bei der Herstellung von automatisierten Autos gelten. Es muss sichergestellt sein, dass die Verbraucher die Risiken und Haftung einer jeden Automatisierungsstufe kennen.

Für Vertraulichkeit in der elektronischen Kommunikation: starke Nutzerrechte in der E-Privacy-Verordnung festschreiben



12 | Europa kann mehr!

Um das Recht auf Privatsphäre und Vertraulichkeit in der elektronischen Kommunikation sicherzustellen, hat die EU-Kommission einen Vorschlag für eine E-Privacy-Verordnung vorgelegt. Sie soll für diesen besonders sensiblen Bereich die Datenschutzgrundverordnung ergänzen, um dem ökonomischen, sozialen und politischen Bedeutungszuwachs der neuen Kommunikationsmittel Rechnung zu tragen.

Das Recht auf Privatsphäre gilt nach dem Vorschlag der EU-Kommission künftig auch für Internettelefonie und Chats – so wie bisher bereits für herkömmliche Telefonate und Briefe: Verbraucher müssen grundsätzlich einwilligen, bevor ihre Daten verarbeitet werden. Der Vorschlag enthält außerdem wichtige Empfehlungen zu Tracking, datenschutzfreundlichen Browser-Voreinstellungen, Verschlüsselungspflichten und Klagemöglichkeiten bei Verstößen.

Dieser Gesetzgebungsprozess berührt direkt die Grundrechte der europäischen Bürger und Verbraucher. Daher ist ein zügiger Abschluss des Gesetzgebungsprozesses dringend geboten, um die E-Privacy-Verordnung in Einklang mit den neuen Vorgaben der Datenschutz-Grundverordnung zu bringen, Regelungslücken zu schließen und Rechtsunsicherheit für Verbraucher und Unternehmen abzuwenden.

Europäisches Datenschutzrecht konsequent anwenden

Mit der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) muss sich jedes Unternehmen, welches sich an europäische Verbraucher richtet, an europäisches Datenschutzrecht halten. Die EU-Kommission und das Europäische Parlament müssen sich dafür einsetzen, dass die in der DSGVO angelegten Grundsätze des systemimmanenten Datenschutzes (privacy-by-design)

und der datenschutzfreundlichen Voreinstellungen (privacy-by-default) konsequent in der europäischen Gesetzgebung umgesetzt werden.

Verbraucher beim Datenschutz besser informieren

Für Verbraucher muss leichter erkennbar sein, was mit ihren Daten passiert, wenn sie Datenschutzbestimmungen zustimmen oder Einwilligungserklärungen abgeben. Helfen könnten dabei Symbole (Icons), die europaweit einheitlich sichtbar machen, wie weitreichend die Einwilligung erfolgt. Hier muss die EU-Kommission im Rahmen eines delegierten Rechtsakts einen Vorschlag für einen gesamteuropäischen Ansatz vorlegen – die Befugnis dafür ist in der Datenschutzgrundverordnung vorgesehen.

Nicht personenbezogene Daten und Datenströme für Verbraucher und Anbieter zugänglich machen

Durch die massive Vernetzung von Systemen und die Zunahme autonomer Systeme werden immer mehr Daten erhoben, gespeichert und verarbeitet. Daten, die nicht personenbezogen und -beziehbar sind, können Grundlage neuer Geschäftsmodelle sein: Sie fördern Innovationen und sind eine wichtige Voraussetzung für maschinelles Lernen. Wenn Verbraucher über eine App erfahren können, wo gerade Stau ist oder wo es freie Parkplätze gibt, dann erleichtert das den Alltag. Wichtig dabei ist: Solche nicht personenbezogenen und -beziehbaren Daten dürfen nicht exklusiv im Besitz eines einzelnen Herstellers oder Anbieters sein (kein „Ausschließlichkeitsrecht“ oder „Eigentumsrecht an Daten“). Sie müssen vielmehr stärker als bisher Anbietern und Verbrauchern zur Verfügung stehen (Stichwort „Open Data“).

Der Mobilitätsmarkt zeigt etwa, dass die Hersteller nicht den alleinigen Zugriff auf Kfz-Daten haben sollten, damit Verbraucher frei zwischen unterschiedlichen Anbietern wählen können. Verbraucher müssen in der Lage sein, etwa einer Werkstatt Zugang zu den Daten zu gewähren oder die Daten beim Autowechsel mitzunehmen. Daten und Datenmärkte kennen keine Grenzen, daher muss der Zugang zu Daten und Datenströmen mit einer europäischen Regelung sichergestellt werden. Einen deutschen Alleingang für eine neue Gesetzgebung, die den exklusiven Besitz von Daten vorsehen würde, bewertet der vzbv kritisch.

Datenschutz bei autonomen und vernetzten Fahrzeugen kontrollieren und Wahlfreiheit ermöglichen

Verbraucher müssen sich darauf verlassen können, dass ihre Daten in automatisierten und vernetzten Autos sicher sind. Transparenz bei der Speicherung und Verarbeitung von Daten, eine informierte Einwilligung, Datenportabilität und Interoperabilität sind wichtige Anforderungen, die sich unter anderem aus der Datenschutzgrundverordnung ergeben. Die Einhaltung solcher Vorgaben sollte durch unabhängige Organisationen auch mittels Feldbeobachtung geprüft werden. Auch hier muss die EU-Kommission eine verpflichtende Zugangsmöglichkeit zu nicht personenbezogenen Daten schaffen, damit das Entstehen von Informationsmonopolen weniger Unternehmen verhindert und Wettbewerb erhalten wird. Nur so kann echte Wahlfreiheit für Verbraucher gewährleistet werden.

Eine dezentrale Speicherung der Daten im Auto ist aus Verbrauchersicht der Speicherung auf externen Servern der Hersteller („extended vehicle data platform servers“) vorzuziehen. Nicht zuletzt muss Verbrauchern die Wahlfreiheit gelassen werden, ob sie automatisiert und vernetzt fahren wollen oder nicht.

Bonitätsbewertungen überprüfbar und diskriminierungsfrei gestalten

Bonitätsbewertungen, die durch Algorithmen gesteuert werden, müssen transparent und nachvollziehbar werden. Verbraucher müssen wissen, welche Daten einbezogen und wie diese gewichtet werden, wenn Unternehmen ihre Zahlungsfähigkeit bewerten. Verbraucher dürfen nicht diskriminiert werden, weil sie im falschen Postleitzahlengebiet wohnen oder einen billigen PC nutzen. Darum muss sich die EU-Kommission kümmern.

Sollte die Verbraucherkreditrichtlinie überarbeitet werden, muss diese sicherstellen, dass bonitätsbezogene Algorithmen durch Aufsichtsbehörden kontrolliert werden können und eine wissenschaftliche Bewertung vorgenommen werden kann. Auch die Betroffenen müssen genug über die konkrete Bewertung ihrer Person erfahren, um, falls erforderlich, gegen automatisierte Bewertungen begründet Einspruch erheben und diese korrigieren lassen zu können.

Verbraucherrechte gegenüber Internet-Plattformen durch Transparenzpflichten und Haftungsregeln sichern

Online-Marktplätze, Internethändler und Bewertungsplattformen spielen im heutigen Verbraucheralltag eine wichtige Rolle, um sich über verschiedene Angebote zu informieren. Allerdings verfügen inzwischen einige wenige Plattformen über erhebliche Marktanteile und über einen großen Informationsvorsprung gegenüber den Verbrauchern. Vergleichsplattformen nehmen für sich in Anspruch, für Verbraucher die besten Produkte herauszufiltern. Häufig ist aber nicht klar, nach welchen Kriterien die Plattform filtert und ob beispielsweise Produkte nur deshalb gut bewertet werden, weil für die positive Bewertung Geld geflossen ist oder

14 | Europa kann mehr!

weil die Produkte von der Plattform selbst und nicht von einem Drittanbieter vertrieben werden. Ferner erwecken Bewertungsplattformen häufig den Anschein, dass die vorgeschlagenen Produkte bestimmten Qualitätskriterien entsprechen, worauf die Verbraucher vertrauen. Entsprechen die Produkte nicht den Erwartungen der Verbraucher, übernehmen die meisten Marktplätze und Plattformen jedoch keine Haftung. Die ökonomischen Eigeninteressen der Plattformen können insofern zu Desinformation und Irreführung der Verbraucher führen.

Die EU-Richtlinie gegen unlautere Geschäftspraktiken verbietet zwar die Irreführung von Verbrauchern, allerdings ist die Regelung zu unkonkret, um effektiv für mehr Transparenz bei Online-Marktplätzen zu sorgen. Der vzbv fordert von der EU-Kommission eine konkrete Regulierung, damit Verbraucherschutzinteressen bereits beim Design von Bewertungsplattformen und Online-marktplätzen berücksichtigt werden. Die Bewertungskriterien von Plattformen müssen für Verbraucher nachvollziehbar und verständlich sein. Bewertungen dürfen nicht durch ökonomische Eigeninteressen der Plattform verfälscht werden. So werden Verbraucher abgesichert, wenn die Plattform nicht hält, was sie versprochen hat.

Mehr Wahlfreiheit und Wettbewerb bei Plattformen sicherstellen

Hat sich ein Verbraucher einmal für eine bestimmte Plattform entschieden, so ist der Wechsel meist schwierig und mit Verlusten verbunden. Wer Playlists oder bereits gesehene Filme bei einer Plattform speichert, kann diese Erfahrungen beim Anbieterwechsel nicht mitnehmen. Der Verbraucher ist auf der Plattform „gefangen“ (Lock-in-Effekt). Das schränkt die Wahlfreiheit ein und gefährdet den freien Wettbewerb. Sofern nicht von der

Datenschutzgrundverordnung erfasst, muss diesen Lock-in-Effekten durch eine Mitnahmemöglichkeit (Datenportabilität) von nicht personenbezogenen Daten (zum Beispiel Playlists) und die interoperable Gestaltung von Systemen entgegen gewirkt werden. Die Entwicklung von Normen und standardisierten Schnittstellen auf europäischer Ebene sollte durch die Kommission gefördert und deren Bereitstellung durch Plattformen und Systembetreiber gegebenenfalls vorgeschrieben werden.

Vielfältigen und grenzüberschreitenden Zugang zu digitalen Inhalten ermöglichen

Verbraucher aus einem EU-Staat sollten Online-Inhalte aus allen anderen EU-Ländern beziehen können. Bisher ist es meist nicht möglich, dass Verbraucher etwa eine Video-on-Demand-Plattform aus einem anderen EU-Land nutzen können. Die EU muss dafür sorgen, dass Verbraucher Zugang zu vielfältigen digitalen Angeboten haben, die grenzüberschreitend, zu jeder Zeit, zu fairen Preisen und transparenten Bedingungen verfügbar sind. Nur dann gibt es auch im Netz einen echten Binnenmarkt. Die EU-Kommission muss sich dem Thema erneut annehmen und den Zugang zur kulturellen Vielfalt Europas endlich herstellen. Der legale und bezahlbare Zugang zu Inhalten ist zudem der effektivste Weg, um Online-Piraterie erfolgreich einzudämmen.

Gleichzeitig muss die Vielfalt von Inhalten auf Online-Plattformen erhalten bleiben. Denn sie sind mittlerweile zentraler Informations- und Austauschraum für Verbraucher. Massives und weitgehend unbeschränktes Filtern gefährdet die Rechte und die Freiheit der Verbraucher im Netz. Wirksame Maßnahmen sind erforderlich, damit rechtmäßige Inhalte nicht blockiert werden und keine Zensur stattfindet. So sollten Verbraucher ein Recht

darauf haben, dass ihre legalen Inhalte innerhalb einer bestimmten Frist wieder auf der Plattform erscheinen müssen (Put-back-Recht).

Mit digitalen Mobilitätsplattformen die Mobilität von morgen gestalten

Die Digitalisierung kann im Mobilitätsbereich für Verbraucher viele Vorteile bringen. Etwa wenn diese sich über digitale Mobilitätsplattformen umfassend, in Echtzeit und verkehrsträgerübergreifend über alle Mobilitätsoptionen informieren können. Dies setzt voraus, dass die Daten der Mobilitätsanbieter an einem Punkt zusammenlaufen und einfach und niedrigschwellig den Kunden zur Verfügung gestellt werden. Digitale Mobilitätsplattformen sind von Umfang und Qualität der Daten abhängig. Anbieter sollten zur Bereitstellung entsprechender Daten verpflichtet werden, um eine durchgehende Abdeckung von Reiseinformationen zu erreichen. Die mit den Daten operierenden Mobilitätsplattformen können dabei auf lokaler, regionaler, nationaler oder europäischer Ebene funktionieren. Neben den reinen Mobilitätsinformationen sind aus Verbrauchersicht aber auch die Schritte „buchen“ und „bezahlen“ mit abzudecken. Die EU-Kommission muss Richtlinienvorgaben für eine Harmonisierung der entsprechenden tariflichen und datenverarbeitungstechnischen Schnittstellen machen und dabei Datenschutz- und Sicherheitsfragen berücksichtigen.

Neue Konzepte und Normen für die IT-Sicherheit etablieren

Für die IT-Sicherheit automatisierter und autonomer Systeme sowie vernetzter Geräte im Bereich des Internets der Dinge müssen neue Konzepte und Normen eingeführt werden. Beispielweise muss ein möglichst hoher Schutz vor Hackerangriffen

gewährleistet werden. Hierfür müssen überprüfbare Normen entsprechend dem Stand der Technik entwickelt und deren Einhaltung sichergestellt werden. Idealerweise werden die neuen Normen auf internationaler Ebene vereinbart, etwa in der Internationalen Organisation für Standardisierung (ISO).

Informationen über Update-Support für eingebettete Software entwickeln

Immer häufiger sind Probleme mit der Software der Grund, weshalb elektronische Geräte nicht mehr nutzbar sind – auch wenn sie rein äußerlich noch völlig intakt scheinen. Dies betrifft insbesondere langlebige Produkte mit digitalen Komponenten, wie zum Beispiel Kühlschränke oder Waschmaschinen, die nach einiger Zeit vom Hersteller nicht mehr unterstützt werden. Ohne funktionsfähige oder mit nur eingeschränkt funktionsfähiger Software (zum Beispiel Betriebssysteme) sind viele Produkte jedoch nicht mehr benutzbar. Die eingesetzte Software entscheidet auch mit über den Energieverbrauch der Geräte. Die Hersteller müssen verpflichtet werden, die Software für die tatsächliche Nutzungsdauer der Produkte zur Verfügung zu stellen und zu aktualisieren sowie einen Wechsel der Treiberarchitektur lange im Voraus anzukündigen. Außerdem muss der Verbraucher vor dem Kauf informiert werden, wie lange eine Software durch Updates unterstützt wird.

Hohes Datenschutzniveau auch im internationalen Handel sichern

Die Europäische Union hat hohe Datenschutzstandards, die auch im digitalen Handel konsequent geschützt werden müssen. Moderne Handelsabkommen müssen eigenständige, horizontale Ausnahmeregelungen für Datenschutz und

Privatsphäre umfassen. Die EU-Kommission sollte Datentransfers nur im Rahmen eines Äquivalenzabkommens zulassen, sodass bei der Erhebung, Speicherung und Verarbeitung von Daten von EU-Nutzern in anderen Ländern die Standards der EU eingehalten werden müssen. Dies muss in Handelsabkommen verankert werden.¹

Durchführung begleitet werden. Die Ergebnisse einer solchen Erhebung werden zeigen, in welchen Bereichen Verbraucher bereits fit sind und wo die Europäische Union mit geeigneten Maßnahmen nachbessern muss. Erst eine regelmäßige, europaweite Erhebung ermöglicht es mittel- und langfristig auf die Bedarfe aller eingehen zu können.

Digitale Verbraucherkompetenzen europaweit regelmäßig erheben

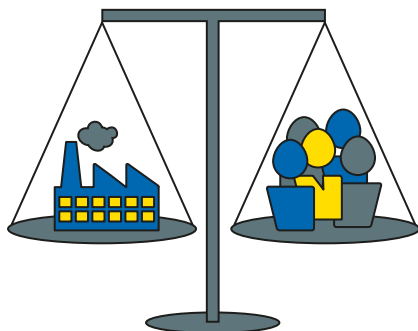
Um auf die Belange von Verbrauchern in allen Mitgliedstaaten eingehen zu können, ist eine Erhebung zum Stand der digitalen Kompetenzen europaweit notwendig. Die Europäische Kommission sollte eine europaweite Umfrage zu digitalen Verbraucherkompetenzen beauftragen. Diese sollte von Experten umgesetzt werden und durch ein beratendes Gremium, bestehend aus Vertretern aller EU-Mitgliedstaaten, in der Entwicklung und



FÜR VERBRAUCHERFREUNDLICHE MÄRKTE UND FAIREN WETTBEWERB

EUROPA KANN MEHR!

Für einfachen Schadenersatz bei Massenschäden:
kollektive Rechtsschutzinstrumente für Schadenersatzklagen auf europäischer Ebene einführen



Die EU-Kommission hat am 11. April 2018 im Rahmen des „New Deal for Consumers“ einen Vorschlag für neue kollektive Rechtsschutzmaßnahmen bei Verbraucherschutzverstößen vorgelegt. Der Vorschlag sieht vor, dass qualifizierte Einrichtungen wie Verbraucherverbände bei Verstößen gegen verbraucherschützende Vorschriften auch Schadenersatz für die geschädigten Verbraucher erwirken können. Wenn klar ist wie hoch der Schaden im Einzelfall ist, könnte so eine direkte Entschädigung der betroffenen Verbraucher erreicht werden. Beispiele hierfür sind standardisierte Fluggastentschädigungen oder unrechtmäßige Bankgebühren, die zurückerstattet werden müssen. In komplexen Fällen unterschiedlich hoher Individualschäden bliebe es bei ver-

bindlichen Musterurteilen, vergleichbar mit der in Deutschland eingeführten Musterfeststellungsklage. Diese Initiative ist ein wichtiger Schritt, damit das europäische Verbraucherrecht Verbrauchern auch unmittelbaren Nutzen bringt. Für den Fall, dass das entsprechende Gesetzgebungsverfahren nicht mehr in der laufenden Legislaturperiode abgeschlossen werden kann, fordert der vzbv eine prioritäre Beratung und Verabschiedung der Richtlinie in der Legislaturperiode 2019 bis 2024.

Für eine bedarfsgerechte Beratung von Verbrauchern in Finanzfragen:
Provisionsvertrieb bei Anlageprodukten und Finanzvergleichsplattformen beenden



Wenn Vermittler von Versicherungen oder Anlageprodukten über Provisionen Geld verdienen, bekommen Verbraucher im schlimmsten Fall nicht das Produkt, das am besten zu ihnen passt, sondern das, mit dem der Vermittler am meisten verdient. Vertriebsprovisionen führen zu Interessenskonflikten

und Fehlanreizen und so zu nachweislich schlechten Empfehlungen bei Finanzanlageprodukten.² Damit sind sie in keiner Weise mit dem Grundsatz vereinbar stets „im besten Kundeninteresse“ zu handeln, den die EU-Finanzmarktrichtlinie MiFID II mit Blick auf Anlageberatungen und andere Dienstleistungen vorschreibt.

Der europäische Gesetzgeber sollte daher ein umfassendes Verbot von Vertriebsprovisionen bei klassischen wie versicherungsförmigen Anlageprodukten, insbesondere aber auch bei Finanzvergleichsplattformen umsetzen. Ein europäisches Provisionsverbot eröffnet gleichzeitig die Chance für mehr grenzüberschreitenden Wettbewerb bei Finanzanlagen zu sorgen. Im Rahmen provisionsbasierter Vertriebsmodelle verkaufen nationaler Anbieter häufig hauseigene und damit nationale Produkte.

Für die Berücksichtigung von Verbraucherinteressen bei Handelsabkommen und beim Brexit: eigenständiges Kapitel „Handel und Verbraucherschutz“ muss zum Standard werden

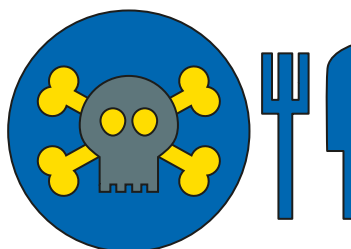


Verbraucherinteressen müssen in EU-Handelsabkommen klar Berücksichtigung finden. Das betrifft beispielsweise Regeln zum grenzüberschreitenden Onlinehandel und die Frage, welche Rechte Verbraucher haben, wenn sie ein beschädigtes Produkt erhalten oder die Gewährleistung in Anspruch

nehmen wollen. Auch die Kosten von Telekommunikation (Roaming) sollte in diesem Rahmen verhandelt werden. Diese Schwerpunktsetzungen könnten etwa in einem eigenständigen horizontalen Kapitel „Handel und Verbraucherschutz“ festgehalten werden. Die Verbraucherschutzregeln müssen auch in den jeweiligen sektoralen Kapiteln entsprechend berücksichtigt und ausgestaltet werden.

Der Austritt des Vereinigten Königreichs (UK) aus der Europäischen Union (Brexit) wird auch Auswirkungen auf deutsche Verbraucher haben. So haben etwa viele Verbraucher Finanzdienstleistungen im UK abgeschlossen. Die Verhandlungsführer in der Europäischen Kommission sowie das Europäische Parlament müssen sich für ein Handels- oder Assoziierungsabkommen mit dem Vereinigten Königreich einsetzen, das die Interessen von Verbrauchern in den Mittelpunkt stellt, ohne einem Aufweichen der vier Grundfreiheiten des Binnenmarktes Vorschub zu leisten.

Für den Schutz von Verbrauchern vor Lebensmittelskandalen und bessere Informationen im Ernstfall: europaweit einheitliche Umsetzung von Regeln für den Lebensmittelmarkt gewährleisten



Der Fitness-Check-Bericht der EU-Kommission belegt, dass das EU-Lebensmittelrecht in den Mitgliedstaaten unterschiedlich interpretiert und nicht

effizient und einheitlich umgesetzt wird. Risikokommunikation und -management in Krisenfällen unterscheiden sich stark innerhalb der einzelnen Länder, wie zuletzt im Fipronil-Fall im Sommer 2017. Auch die Durchführung von amtlichen Kontrollen und die Anwendung von Strafen werden unterschiedlich gehandhabt. Das verunsichert Verbraucher und bedeutet auch für Wirtschaftsakteure uneinheitliche Voraussetzungen innerhalb des Binnenmarktes.

Die EU-Kommission muss die Mitgliedstaaten bei der Interpretation und Durchsetzung des Rechts unterstützen und auf die Bereitstellung ausreichender Ressourcen für amtliche Kontrollen drängen. Auch im wachsenden Online-Lebensmittelhandel sind stichhaltige Kontrollen dringend notwendig. Zudem ist ein einheitliches Vorgehen der Mitgliedstaaten beim Krisenmanagement und bei Rückrufen zu gewährleisten. Der im Rahmen der Novelle der Lebensmittel-Basis-Verordnung geplante „Allgemeine Plan für Risikokommunikation“ muss entsprechende, klare Vorgaben enthalten.

Verbraucher- und Wettbewerbsrecht an die Digitalisierung des Handels anpassen

Nach dem Siegeszug des Online-Handels und der Internetplattformen findet gerade der nächste Schritt der Digitalisierung im Verbraucheralltag statt: der Markteintritt von digitalen Assistenten sowie die zunehmende Verbreitung von dynamisierten und personalisierten Preisen. Diese neuen Vertriebsformen stellen das Modell einer wettbewerblichen Marktordnung zunehmend in Frage. Digitale Assistenten verschaffen Verbrauchern gerade keinen Marktüberblick mehr, sondern geben konkrete Empfehlungen ab, die den persönlichen Interessen des Einzelnen entsprechen sollen. Personalisierte und dynamische Preise können es Verbrauchern erschweren, Produkte zu vergleichen und auszuwählen.

Die Kriterien, die einem solchen individualisierten Angebot zugrunde liegen, sind für Verbraucher eine „Black Box“ – geschützt durch Regelungen zu Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen. Für Verbraucher ist es somit nicht erkennbar, ob sie wirklich das für sie beste oder am Markt günstigste Produkt erhalten. Durch die konsequente Durchsetzung des geltenden Verbraucher- und Wettbewerbsrechts sowie durch die Fortentwicklung der Instrumente muss gesichert werden, dass Verbraucher souveräne Marktakteure bleiben und nicht zum bloßen Objekt von algorithmenbasierten Vertriebslogiken werden.

Vertrieb von Anlageprodukten einheitlich regulieren

An den Vertrieb von versicherungsförmigen Anlageprodukten, wie fondsgebundene Rentenversicherungen, legt die EU-Richtlinie über die Versicherungsvermittlung³ geringere gesetzliche Anforderungen an als für den Vertrieb von klassischen Anlageprodukten, wie Aktien oder Investmentfonds. Beispielsweise müssen Provisionen nicht in Euro und Cent offen gelegt werden. In der Konsequenz bekommen Verbraucher von provisionsorientierten Vermittlern – unabhängig vom tatsächlichen Bedarf – häufig versicherungsförmige Produkte empfohlen, die gegenüber anderen Anlageformen wesentlich teurer sind. Um eine einheitliche Regulierung des Vertriebs von Finanzanlageprodukten sicherzustellen und bestehende Wettbewerbsverzerrungen abzubauen, sollte der europäische Gesetzgeber die Regelungen der EU-Richtlinie über den Versicherungsvertrieb (IDD) an diejenigen der EU-Finanzmarkttrichtlinie (MiFID II) angleichen.

Gleichwertige Aufsicht über den Vertrieb von Anlageprodukten sicherstellen

Die Aufsicht über den auf EU-Ebene regulierten Vertrieb von Finanzanlageprodukten ist auf nationaler Ebene fragmentiert. Während die BaFin den Vertrieb der meisten klassischen Anlageprodukte beaufsichtigt, ist sie nur für einen Teil der Aufsicht über den Vertrieb versicherungsförmiger Anlageprodukte zuständig. Um EU-weit eine gleichwertige Aufsicht über den Vertrieb sämtlicher Finanzanlageprodukte zu gewährleisten, sollte der europäische Gesetzgeber alle Mitgliedstaaten verpflichten, eine zentral zuständige Aufsichtsbehörde für den Vertrieb von klassischen wie versicherungsförmigen Finanzanlageprodukten zu benennen (gleichermaßen in MiFID II und IDD vorzusehen). Nur so kann überhaupt eine Verzahnung der nationalen Aufsichtsbehörden mit den jeweiligen europäischen Aufsichtsbehörden sichergestellt werden. Da die Aufsicht über die Versicherungsvermittler in Deutschland überwiegend bei den regionalen Industrie- und Handelskammern (IHK) liegt, fehlt momentan eine direkte Anbindung an das europäische System. Diese ist aber notwendig, damit die europäischen Aufsichtsbehörden ihre koordinierende Funktion wahrnehmen können.

Kontowechselhilfe nachjustieren

Mit der EU-Zahlungskontorichtlinie wurde die Kontowechselhilfe vereinheitlicht, damit Verbraucher mit wenig Aufwand ihre Zahlungskonten wechseln können. Obwohl der Kontowechsel einfacher werden sollte, wechseln nur wenige Verbraucher ihren Anbieter. Der Wettbewerb um günstige Konditionen wird damit kaum verbessert.

Die Probleme bei der Kontowechselhilfe liegen unter anderem im zu verwendenden Formular und in den dort festgelegten Fristen. Diese können dazu führen, dass Zahlungen mit Zahlungsmitteln aus

bereits geschlossenen Konten scheitern. Die Folge können teure und ärgerliche Inkassoverfahren sein.

Die EU-Kommission sollte die Zahlungskontorichtlinie schnellstmöglich evaluieren und Konzepte entwickeln, wie Probleme bei der Kontowechselhilfe zuverlässig behoben werden können. Nur so entsteht echter Wettbewerb.

Fluggastrechte stärken

Der vzbv lehnt den seit 2013 im Rat der EU blockierten Novellierungsvorschlag der EU-Kommission für die europäische EU-Fluggastrechteverordnung ab, da er jahrelang bewährte Schutzvorschriften und die umfangreiche Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) beschneiden würde. Der vzbv fordert die neue EU-Kommission auf, den Vorschlag zur Reform der Fluggastrechte zurückzuziehen und eine Novellierung – wenn überhaupt – dafür zu nutzen, Fluggastrechte zu stärken, bestehende Lücken zu schließen und die Rechtsprechung des EuGH in der Verordnung zu kodifizieren.

Die neue EU-Kommission muss darüber hinaus endlich einen verpflichtenden Insolvenzschutz vorschlagen. Die Kommission muss Fluggesellschaften gesetzlich verpflichten, eine Insolvenzversicherung zugunsten der vorausbezahlten Kundengelder abzuschließen. Verbraucher dürfen bei Airline-Pleiten nicht auf ihrem Schaden sitzen bleiben. Des Weiteren darf die sogenannte „no-show“-Klausel, also das Verbot des Weiterfluges, wenn Passagiere bei mehreren Teilflügen (auch Hin- und Rückflug) nicht die vorgesehene Reihenfolge einhalten, sondern einen der Teilflüge auslassen, nicht mehr länger zulässig sein (wie bereits in Deutschland, Österreich oder Spanien gerichtlich entschieden).

Gesunde Ernährung einfacher machen

Europa wird dicker: Etwas mehr als die Hälfte der Erwachsenen (51,6 Prozent) gilt in der EU als übergewichtig.⁴ Gleichzeitig gibt es nur wenige Maßnahmen zur Stärkung einer gesunden Ernährung auf EU-Ebene: Ein gesetzlicher Grenzwert für industrielle Transfette steht noch immer aus und Nährwertprofile, die nun sogar Gegenstand einer REFIT-Evaluation waren, sind längst überfällig. Es fehlt nach wie vor eine vereinfachte Nährwertkennzeichnung auf der Produkt-Vorderseite für einen schnellen Überblick, ob vergleichsweise viel Salz, Zucker oder Fett in einem verarbeiteten Lebensmittel enthalten sind. Auch sind Kinder noch immer Zielscheibe von Marketing für ungesunde Lebensmittel. Nahrungsergänzungsmittel werden oft in Dosierungen vermarktet, die den Tagesbedarf an Vitaminen und Mineralstoffen um ein Vielfaches übersteigen. Obwohl die Nahrungsergänzungsmittel-Richtlinie von 2002 die Einführung gesetzlicher Höchstmengen vorsieht, hat die EU-Kommission bis heute keine EU-weit einheitlichen Höchstmengen festgesetzt.

Das Europäische Parlament und die EU-Kommission müssen dafür sorgen, dass die „gesunde Option“ EU-weit zur „einfachen Option“ wird. Das funktioniert nur mit besserer Kennzeichnung, einheitlicher Regulierung und klaren Regeln für Marketing, das sich an Kinder richtet. Dieses übergreifend wichtige Thema darf nicht einzelnen Mitgliedstaaten überlassen werden. Dafür sind die Möglichkeiten der Lebensmittelinformationsverordnung, der Health-Claims-Verordnung sowie der Nahrungsergänzungsmittel-Richtlinie zu nutzen.

EU-weit einheitliche Herkunftskennzeichnung einführen

Repräsentative Befragungen belegen: Verbraucher wollen wissen, woher ihr Essen kommt.⁵

Nachdem die EU-Kommission auf eine EU-weit einheitliche Herkunftskennzeichnung verzichtet hat, haben diverse Mitgliedstaaten nationale Initiativen zur Kennzeichnung von im Inland produzierten Fleisch- und Milchprodukten eingeführt. Diese lassen Verbraucher lediglich erkennen, welche Produkte aus dem jeweiligen eigenen Land kommen. Die Identifizierung von Produkten aus anderen EU-Mitgliedstaaten und Drittländern ist nicht möglich. Dies ginge ausschließlich durch eine EU-weit einheitliche Herkunftskennzeichnung. Die EU-Kommission muss auf Basis der Erkenntnisse aus nationalen Initiativen und dem Ziel eines einheitlichen Binnenmarktes endlich die richtigen Schlüsse ziehen und einen Gesetzgebungsvorschlag für eine EU-weit einheitliche Herkunftskennzeichnung, vor allem für tierische Lebensmittel, vorlegen.

Verbraucher in den Mittelpunkt des europäischen Energiegasmarktes rücken

Nach der Novellierung des Strommarktes muss nun der Gasmarkt reformiert und die Verbraucherrechte von Gaskunden gestärkt werden. Zum Beispiel müssen die Möglichkeiten für den Anbieterwechsel oder die Transparenz von Preisangeboten verbessert werden. Nicht nur in Deutschland wünschen Verbraucher mehrheitlich die Umstellung von fossilen auf erneuerbare Energien. Mittel- und langfristig soll daher das Angebot von Gas aus erneuerbaren Energiequellen, insbesondere aus Wind und Solar (Grüngas) als Alternative zum fossilen Gas deutlich erhöht werden. Die Europäische Kommission muss in ihrem Vorschlag berücksichtigen, dass dieses Grüngas entweder zusätzlich aus Strom von erneuerbaren Quellen erzeugt oder zusätzlich aus Drittstaaten importiert wird. Die Sicherstellung der Versorgungssicherheit für die Verbraucher muss dabei so kostengünstig wie möglich erfolgen.

Handelsabkommen transparent verhandeln

Die Transparenzinitiative der Europäischen Kommission für Handelsabkommen, die in der letzten Legislaturperiode eingeführt wurde, ist zu begrüßen. Seitdem veröffentlicht die EU-Kommission neue Textvorschläge und diskutiert regelmäßig neue Initiativen und laufende Verhandlungen mit Stakeholdern. Dies muss nun weiter fortgeführt werden. Perspektivisch sollte die EU-Kommission nur dann Verhandlungen für neue Handelsabkommen aufnehmen, wenn der Verhandlungspartner ein vergleichbares Niveau der Transparenz zubilligt. Auch sollte die EU-Kommission die Zwischenstände von Verhandlungen regelmäßig mit Vertretern der repräsentativen Zivilgesellschaft, wie etwa Verbraucherverbänden, diskutieren.

Vorsorgeprinzip und Lebensmittelstandards in Handelsabkommen sichern

Das europäische Vorsorgeprinzip muss in Handelsabkommen der EU mit Dritten verankert werden. Dieses Prinzip ist als Regulierungsziel im EU-Vertrag festgelegt und ein grundlegender Baustein der europäischen Verbraucherpolitik.⁶ In Bezug auf die Produkt- und Lebensmittelinformation muss die EU-Kommission Ausnahmeregeln durchsetzen, damit eine Produktkennzeichnung nicht als Handelshemmnis klassifiziert werden kann, wenn sie den Wünschen von Verbrauchern entspricht und Verbrauchern nützt. Auch „andere legitime Faktoren“, wie das Verbot von Gentechnik oder anderer Prozesse der Lebensmittelherstellung, müssen anerkannt werden.

Internationale regulatorische Kooperation muss freiwillig bleiben

Die Kooperation zwischen Regulierungs- und Aufsichtsbehörden kann Vorteile für Verbraucher haben, beispielsweise wenn die Lebensmittelüberwachung

im Rahmen von Handelsabkommen verbessert wird. Eine solche Kooperation kann auch die Angleichung technischer Regeln oder Standards umfassen. Regulatorische Kooperation darf jedoch keinesfalls verpflichtend sein und Gesetzgebungsprozesse nicht ersetzen. Der Mehrwert solcher Kooperationsstrukturen muss durch die EU-Kommission evaluiert werden. Verbraucherorganisationen sollten an der Themenfindung für eine solche Kooperation beteiligt werden.

Investorenschutz in Handelsabkommen auf Nichtdiskriminierung begrenzen

Immer wieder werden in Handelsabkommen Regeln zum Schutz von Investoren festgeschrieben, die europäische und nationale Verbraucherrechte bedrohen können. Bevor die EU-Kommission Regeln zum Investorenschutz in neuen EU-Handelsabkommen weiter festschreibt, sollte die Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) zur Vereinbarkeit dieser Regeln mit dem europäischen Recht abgewartet werden.⁷ Grundsätzlich sollten Regeln zum Investitionsschutz deutlich auf Tatbestände der Inländergleichbehandlung beschränkt werden, sodass ausländische Investoren keine weiterreichenden Rechte einklagen können als inländische Unternehmen. Verbraucherschutzstandards dürfen nicht Tatbestand von Investorenklagen werden. Die Einführung eines multilateralen Investitionsschiedsgerichts ist grundsätzlich zu begrüßen, da es klare Verfahrenswege festschreibt. Es muss jedoch noch stärkere Transparenzkriterien erfüllen.

Durchsetzung von Verbraucherinteressen im internationalen Handel verbessern

Werden in Handelsabkommen Regeln mit einem direkten Verbraucherbezug durch eine Vertragspartei verletzt, muss es Verbraucherorganisationen möglich sein, hiergegen Beschwerde einzulegen. Dies betrifft

unter anderem die Kennzeichnung von Produkten, Regeln zum elektronischen Geschäftsverkehr, Datenschutz oder Finanzdienstleistungen. Hierzu muss die Reform der Nachhaltigkeitskapitel durch die EU-Kommission fortgeführt werden, um bessere Regeln zur Durchsetzung von Handelsabkommen festzulegen.

Ökonomische Auswirkungen von Handelsabkommen intensiver untersuchen

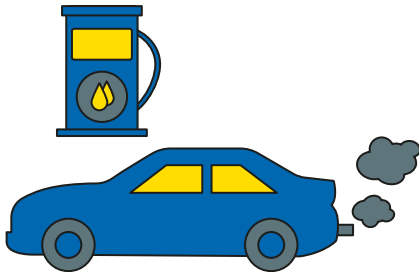
Bislang werden die ökonomischen Auswirkungen von Handelsabkommen auf Verbraucher nicht ausreichend erhoben. Eine Einschätzung, ob Handelsabkommen für Verbraucher echte Vorteile bringen, kann erst vorgenommen werden, wenn hierfür belastbare Zahlen vorliegen. Daraus sollte hervorgehen, ob Verbraucherpreise durch Handelsabkommen gesunken sind oder die Produktauswahl und die Kaufkraft von Verbrauchern gestiegen ist. Auswirkungen auf Verbraucher müssen von der EU-Kommission als eigenständige Säule in Folgenabschätzungen bei Handelsabkommen verankert werden.

EUROPA
KANN MEHR!
Für starke Verbraucherrechte und
einen fairen Binnenmarkt.

FÜR MEHR RESSOURCENSCHUTZ UND EINEN NACHHALTIGEN BINNENMARKT

EUROPA KANN MEHR.

Für neues Vertrauen in wahrheitsgemäße Angaben zu Kraftstoffverbrauch und Abgaswerten:
realistische Mess- und Prüfverfahren für die Zulassung von Pkw einführen

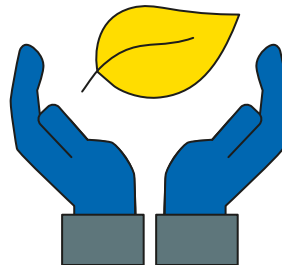


Verbraucher können sich beim Autokauf häufig nicht auf die Angaben der Hersteller verlassen. Das hat nicht nur der Dieselskandal gezeigt. Autobesitzer müssen beim Tanken meist mehr bezahlen als erwartet, weil das neue Auto mehr Sprit verbraucht als offiziell angegeben. Die Angaben zu Kraftstoffverbrauch und Schadstoffausstoß der Hersteller müssen realistischer und verlässlicher werden. Prüfprozedere für das Inverkehrbringen von Autos müssen so modernisiert werden, dass sie das realistische Nutzungsverhalten auf der Straße weitestgehend widerspiegeln. Unrealistische Rollenprüfstandverfahren müssen abgelöst werden.

Die Einführung des neuen Prüfzyklus WLTP ist zwar ein erster Schritt, da so länger mit höheren Geschwindigkeiten und unter Berücksichtigung von

spezifischen Motor-Getriebe-Varianten und Sonderausstattungen getestet wird. Um den Kraftstoffverbrauch jedoch realistisch angeben zu können, ist es zwingend notwendig, dass Autos auf der Straße getestet werden. Deshalb muss die neue EU-Kommission nach der Europawahl schnellstmöglich einen Vorschlag für die Novellierung der Verordnung (EU) 2017/1151⁸ erarbeiten und ein Straßenmessverfahren (Real Driving Emissions – RDE) einführen. Zusätzlich sind Vorgaben notwendig für die wirkungsvolle Begrenzung der Abweichung zwischen Prüfstand- und RDE-Werten („not to exceed“-Limit). Der Vorschlag muss auch Vorgaben für eine konsequente Überwachung der Angaben zum Kraftstoffverbrauch während der Produktion und gegebenenfalls einer Sanktionierung bei Zuwiderhandlung beinhalten.

Für einen einfachen nachhaltigen Konsum für Verbraucher:
EU-Ökodesign-Richtlinie auf neue Produktgruppen erweitern und verbindliche Vorschriften zum Ressourcenschutz einführen



Für einige Produkte, die den Energieverbrauch maßgeblich beeinflussen, wie zum Beispiel Fenster und Autoreifen, wurden bereits Verordnungen im Rahmen des Ökodesigns erlassen. Damit sollen durch ein verbessertes Produktdesign die Umweltauswirkungen während der gesamten Produktions- und Lebensdauer reduziert werden. Unter der Prämisse des Ressourcenschutzes muss die EU-Kommission dringend prüfen, für welche weiteren Produktkategorien Vorgaben eingeführt werden sollten. Aus Sicht des vzbv bieten sich hier insbesondere hochpreisige Produkte an, wie Möbel und andere Einrichtungsgestände. Auch die Nachhaltigkeit von Mobiltelefonen sollte dringend verbessert werden. Die ressourcenintensive Herstellung und die begrenzte Lebens- und Nutzungsdauer stehen bei Produkten im Bereich Informations- und Kommunikationstechnologien in einem starken Missverhältnis. Das schadet nicht nur der Umwelt, sondern auch dem Geldbeutel der Verbraucher. Der Arbeitsplan der EU-Kommission muss hinsichtlich der Anzahl der Produkte und der Umsetzungszeit ambitionierter werden.

Bei der Überarbeitung von Ökodesign-Vorgaben müssen Anforderungen an Haltbarkeit, Reparierbarkeit, Aufrüstbarkeit und Recyclingfähigkeit systematisch berücksichtigt werden. Der Aktionsplan der Kommission zur Kreislaufwirtschaft aus dem Jahr 2015 sieht vor, dass Produkte länger halten und reparierbar sein sollen. Trotzdem wurden in der Zwischenzeit kaum Fortschritte erzielt.

Verbraucherfreundliche Regeln zur Eindämmung von Einwegplastik verabschieden

Verbraucher wünschen sich mehrheitlich weniger Verpackungsmüll und sind besorgt über die Meeresverschmutzung sowie die Verbreitung von Mikroplastik.

Die EU-Plastiktütenrichtlinie⁹ hat gezeigt, dass es möglich ist, in kurzer Zeit Konsumgewohnheiten zu verändern. Die Vorschläge der EU-Kommission zur Eindämmung des Gebrauchs von Einwegplastik gehen in die richtige Richtung. Auch Verbote von bestimmten Artikeln dürfen nicht tabuisiert werden. Dort wo zumutbare und kostengünstige Alternativen vorhanden sind, kann ein Verbot verbraucherfreundlich mit angemessenen Übergangsfristen umgesetzt werden.

Verbraucher vor dem Autokauf verlässlich informieren

Der Kauf eines Autos kostet viel Geld und will gut überlegt sein. Um eine fundierte Kaufentscheidung treffen zu können, müssen Verbraucher einfach zugängliche, leicht verständliche und realistische Produktinformationen erhalten. Insbesondere hinsichtlich des Kraftstoffverbrauchs und der Fahrzeugeffizienz bestehen jedoch noch Defizite. Die europäische Richtlinie zur Bereitstellung von Verbraucherinformationen über den Kraftstoffverbrauch und CO₂-Emissionen beim Marketing für neue Personenkraftwagen hat sich in der Realität nicht bewährt und muss überarbeitet werden.

Die Spielräume der Mitgliedstaaten bei der Umsetzung wurden oftmals so ausgenutzt, dass partikuläre Interessen, zum Beispiel der Autoindustrie, übermäßig berücksichtigt wurden und Informationen für Verbraucher wenig hilfreich sind. In Deutschland wurde die Richtlinie in der Pkw-Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung umgesetzt. Für die Einstufung von Pkw in Effizienzklassen werden dabei die CO₂-Emissionen zum Verhältnis des Fahrzeuggewichts gesetzt. Das führt dazu, dass große, schwere Autos, die absolut mehr CO₂ ausstoßen, in eine bessere Effizienzkategorie gelangen als leichte Kleinwagen. Das ist nicht nur verwirrend für Verbraucher, sondern schadet auch der Umwelt.

Die Europäische Kommission muss deshalb die Richtlinie überarbeiten und in eine Verordnung überführen. Nur so wird eine EU-weit gleiche Qualität der Informationen erreicht. Irrelevante Bezugsparameter, wie in Deutschland die Fahrzeugmasse, müssen dabei außen vor gelassen werden. Ausschlaggebend für ein eindeutiges Label sollten die absoluten CO₂-Emissionen sein.

Vertrauen in nachhaltiges Wirtschaften durch aussagekräftige Nachhaltigkeitsberichte stärken

Verbraucher müssen umfassend über die gesellschaftlichen Auswirkungen des Handelns von Unternehmen informiert werden. Diese Einschätzung teilt die EU-Kommission und verabschiedete 2013 eine EU-Richtlinie, die Unternehmen zur Berichterstattung über nicht-finanzielle Informationen verpflichtet.¹⁰ Das deutsche CSR-Umsetzungsgesetz von 2017 erfasst aber nur einen kleinen Teil der betreffenden Unternehmen und ist daher nur sehr eingeschränkt wirksam. In Deutschland müssen nur kapitalmarktorientierte Unternehmen, Kreditinstitute und Versicherungsunternehmen ab 500 Beschäftigten über Soziales, Arbeitnehmerbelange, Menschenrechte, Umwelt und Korruption berichten. Nur etwa 500 Unternehmen unterliegen diesen Berichtspflichten – ein Bruchteil der Unternehmen, mit denen Verbraucher im Alltag Kontakt haben. Die meisten Firmen, auch mit Milliardenumsätzen und erheblichen Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft, fallen durch das Raster. Über verbraucherrelevante Themen wie Datenschutz und -sicherheit muss gar nicht berichtet werden. Zudem können Verbraucher aktuell die Nachhaltigkeitsberichte nur schwer vergleichen, denn ein einheitlicher, anerkannter Berichtsstandard ist nicht vorgegeben.

Deshalb begrüßt der vzbv, dass die EU-Kommission im Rahmen des *Aktionsplan[s]: Finanzierung*

*nachhaltigen Wachstums*¹¹ die Vorschriften zur Offenlegung von Nachhaltigkeitsinformationen von Unternehmen stärken möchte. Bei einer Revision der EU-Richtlinie muss der Anwendungskreis auf alle Unternehmen ab 250 Beschäftigten ausgeweitet werden. Verbraucherschutz muss im Nachhaltigkeitskonzept von Unternehmen verankert werden. Der Grund liegt auf der Hand: Ein Unternehmen, das gegen den unlauteren Wettbewerb verstößt, die Sicherheit seiner Produkte nicht überprüft und nicht über Systeme für einen Produktrückruf verfügt, darf nicht von sich behaupten, gesellschaftlich verantwortungsvoll zu agieren. Je transparenter Unternehmen mit Verbraucheranliegen umgehen, umso höher ist das entgegengebrachte Vertrauen auf Seiten der Verbraucher, aber auch von Investoren.

ANHANG

Fußnoten

- 1 Das Europäische Parlament hat bereits in seiner Resolution zum TiSA-Abkommen klare Anforderungen an eine solche Klausel formuliert: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P8-TA-2016-0041+0+DOC+XML+Vo//EN>
- 2 Die Stiftung Warentest hat die Qualität der Anlageberater bislang im Rahmen von drei Tests untersucht. Die Ergebnisse des ersten Tests im Jahr 2009 waren „blamabel“. Die des zweiten Tests (2010) noch schlechter. Die Ergebnisse des letzten Tests vom Januar 2016 sind nur auf den ersten Blick besser. Tatsächlich zeigt auch der Test aus 2016, dass Anlageempfehlungen durch Bankberater den Interessen der Kunden systematisch zuwiderlaufen.
- 3 Richtlinie 2002/92/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 9. Dezember 2002 über Versicherungsvermittlung
- 4 EUROSTAT (2016); <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/7700903/3-20102016-BP-DE.pdf/70d4do4a-f24b-47dc-b69d-e3a67774480>
- 5 Laut einer repräsentativen Befragung im Auftrag von BEUC (2012) wollen 70 Prozent der Verbraucher wissen, woher ihr Essen kommt. Eine Befragung des vzbv im Rahmen des Projekts Lebensmittelklarheit im Jahr 2014 ergab, dass 75,3 Prozent der Verbraucher wünschen, dass auf Lebensmitteln stehen sollte, woher sie kommen.
- 6 Eine mögliche Formulierung für die Sicherung des Vorsorgeprinzips findet sich in einem Kurzgutachten für den vzbv: <http://www.vzbv.de/pressemitteilung/ceta-nachbesserungen-nicht-ausreichend>
- 8 Es handelt sich hier um eine Stellungnahme des EuGH, die von Belgien beantragt wurde.
<http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=196185&pageIndex=0&doclang=DE&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=1206213>
- 8 Verordnung über die Typgenehmigung von Kraftfahrzeugen hinsichtlich der Emissionen von leichten Personenkraftwagen und Nutzfahrzeugen (Euro 5 und Euro 6) und über den Zugang zu Fahrzeugreparatur- und Wartungsinformationen
- 9 Richtlinie 2015/720
- 10 Richtlinie 2013/34/EU
- 11 <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52018DC0097>, S. 12.

Geschäftsbereich Verbraucherpolitik



Geschäftsbereichsleiterin
Jutta Gurkmann
Jutta.Gurkmann@vzbv.de



Geschäftsbereichsleiter
Ingmar Streese
Ingmar.Streese@vzbv.de

Team Büro Brüssel

Leiterin
Isabelle Buscke
Isabelle.Buscke@vzbv.de

Rue d'Arlon 80
1040 Brüssel
Twitter @vzbv_brussels



Team Digitales und Medien

Leiterin
Lina Ehrig
Lina.Ehrig@vzbv.de



Team Energie und Bauen

Leiter
Dr. Thomas Engelke
Thomas.Engelke@vzbv.de



Team Finanzmarkt

Leiterin
Dorothea Mohn
Dorothea.Mohn@vzbv.de



Team Gesundheit und Pflege

Leiter
Kai Helge Vogel
Kai-Helge.Vogel@vzbv.de



Team Lebensmittel

Leiterin
Sophie Herr
Sophie.Herr@vzbv.de



Team Mobilität und Reisen

Leiterin

Marion Jungbluth

Marion.Jungbluth@vzbv.de



Team Recht und Handel

Leiter

Dr. Otmar Lell

Otmar.Lell@vzbv.de



Team Rechtsdurchsetzung

Leiterin

Helke Heidemann-Peuser

Helke.Heidemann-Peuser@vzbv.de



Kommunikation

Geschäftsbereichsleiterin

Sabine Fiedler

Sabine.Fiedler@vzbv.de



Team Verbraucherbildung

Leiterin

Dr. Vera Fricke

Vera.Fricke@vzbv.de



Pressestelle

Pressesprecherin

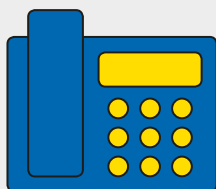
Franka Kühn

Franka.Kuehn@vzbv.de



Telefonzentrale

Tel. (030) 258 00-0



Pressestelle

Presse@vzbv.de

Tel. (030) 258 00-525



Herausgeber:

Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (vzbv)

Markgrafenstraße 66, 10969 Berlin

Tel. (030) 258 00-0

Fax (030) 258 00-518

info@vzbv.de

www.vzbv.de

www.twitter.com/vzbv

Für den Inhalt verantwortlich:

Klaus Müller, Vorstand des

Verbraucherzentrale Bundesverbands e.V.

Text:

vzbv

Konzeption und Gestaltung:

konstruktiv GmbH, www.konstruktiv.de

Druck:

Königsdruck Printmedien und digitale Dienste GmbH,

www.koenigsdruck.de

Stand:

September 2018

Gedruckt auf 100 Prozent Recyclingpapier

© 2018 Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.

www.europa-kann-mehr.de

www.twitter.com/vzbv

www.twitter.com/vzbv_brussels

[#EuropaKannMehr](#)

verbraucherzentrale

Bundesverband