

LEITBILD DES VZBV

Vision, Mission und Grundsätze unseres Handelns

20. November 2024

Impressum

**Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände –
Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.**

Vorstand

info@vzbv.de

Rudi-Dutschke-Straße 17
10969 Berlin

Der Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. ist im Deutschen Lobbyregister und im europäischen Transparenzregister registriert. Sie erreichen die entsprechenden Einträge [hier](#) und [hier](#).

INHALT

I. LEITBILD DES VZBV	3
1. Unsere Vision	3
2. Unsere Mission	3
3. Die Grundsätze unseres Handelns	3
3.1 Wofür der vzbv steht	3
3.2 Für die Selbstbestimmung des Menschen und eine Pluralität an Bedürfnissen	4
3.3 Verbraucherschutz als Grundlage für Vertrauen in die soziale Marktwirtschaft	4
3.4 Soziale Dimension der Verbraucherpolitik	4
3.5 Nachhaltige Dimension der Verbraucherpolitik	5
3.6 Schutz von Verbraucherrechten weltweit	6

I. LEITBILD DES VZBV

1. UNSERE VISION

Der vzbv setzt sich für eine gerechte und nachhaltige Gesellschafts- und Wirtschaftsordnung ein, in der die Bedürfnisse der Verbraucher:innen im Mittelpunkt stehen.

2. UNSERE MISSION

Um diese Vision zu verwirklichen, arbeitet der vzbv als Verbraucherorganisation in der nationalen, europäischen und internationalen Politik gemeinsam mit seinen Mitgliedern und Bündnispartnern für fairen Wettbewerb zwischen Anbietern und für rechtliche Rahmenbedingungen, die der freien selbstbestimmten Wahl von Verbraucher:innen den Weg ebnen. Dabei gilt es, niemanden abzuhängen und zu überfordern.

Wir schützen die Rechte der Verbraucher:innen, indem wir gemeinsam mit ihnen Märkte beobachten, Missstände benennen, Rahmenbedingungen und Regulierung mitgestalten, Verbraucherbildung fördern und dazu beitragen, rechtswidriges Geschäftsgebaren abzustellen.

3. DIE GRUNDSÄTZE UNSERES HANDELNS

3.1 Wofür der vzbv steht

Der vzbv übernimmt als Interessenvertretung für Verbraucher:innen eine wichtige Brückenfunktion zwischen Politik und den Verbraucher:innen. Der vzbv setzt sich für eine offene Gesellschaft ohne Diskriminierung ein. Der vzbv versteht sich als Stimme aller Verbraucher:innen – ungeachtet ihrer Nationalität, sexuellen Identität, ihres Bildungsstands oder ihrer ökonomischen Leistungsfähigkeit.

Verbraucherinteressen müssen vertreten werden – das leistet der vzbv mit Expertenwissen, konstruktiv und sachlich, parteineutral.

Verbraucher:innen müssen Rechtsverletzungen erkennen und ihre Rechte selbstbestimmt durchsetzen können.

Der vzbv setzt sich für gesetzliche Rahmenbedingungen ein, die Verbraucher:innen vor Schaden schützen und ihre Bedürfnisse ins Zentrum der Gesellschafts- und Wirtschaftsordnung stellen, für leicht verständliche Informationen und eine umfassende Verbraucherbildung.

Die Marktbeobachtung hilft, Verwerfungen am Markt, Fehlentwicklungen oder neue Abzockmethoden frühzeitig zu erkennen.

Vor Ort stehen Verbraucherzentralen den Verbraucher:innen bei, prüfen, beraten, helfen weiter, erstreiten wichtige Urteile vor Gericht und leisten verbraucherpolitische Lobbyarbeit auf ihrer Ebene.

Mit Musterfeststellungsklagen kann der vzbv Betroffene von Massenschäden in einem Gerichtsverfahren vertreten, damit Geschädigte effizienter und kostensparender zu ihrem Recht kommen.

Der vzbv arbeitet mit den Verbraucherzentralen und Verbänden, die seine Mitglieder sind, zu bestimmten Fachthemen zusammen, um gemeinsam Verbraucherinteressen wahrzunehmen und den Verbraucherschutz zu fördern.

3.2 Für die Selbstbestimmung des Menschen und eine Pluralität an Bedürfnissen

Die Selbstbestimmung des Menschen ist das normative Leitbild des vzbv. Verbraucher:innen stärken heißt für uns, die Menschen zu selbstbestimmten Entscheidungen zu befähigen.

Aber nicht jeder Mensch hat die gleichen Bedürfnisse. Das gilt auch für Verbraucher:innen. Wer Schutz und Orientierung sucht, soll diese bekommen können. Wer offener für Risiken ist, soll sich frei dafür entscheiden können.

Als „Stimme der Verbraucher:innen“ tritt der vzbv für ein differenziertes Menschenbild in der Verbraucherpolitik ein, das der Pluralität der Interessen, der Fähigkeiten und ökonomischen Möglichkeiten gerecht wird.

Dazu gehört es zu erkennen, dass fast alle Menschen in einem oder mehreren Märkten verletzlich sind. „Verletzlichkeit“ ist keine Eigenschaft, die klar abgegrenzten Zielgruppen zugewiesen werden könnte. Verletzlichkeit und Schutzbedürfnis ergeben sich immer aus einer Mischung individueller und situativer Faktoren.

Niemand ist aufgrund seiner Zugehörigkeit zu einer bestimmten sozialen Gruppe per se kompetent, vertrauend oder verletzlich. Jeder Mensch kann in individuellen Entscheidungssituationen Verletzlichkeit, Überforderung oder Ohnmacht erfahren und auf Schutz angewiesen sein. Verletzlichkeit ist demnach keine Frage von Herkunft, sondern von Kontext.

3.3 Verbraucherschutz als Grundlage für Vertrauen in die soziale Marktwirtschaft

Skandale und strukturelle Missstände in unterschiedlichen Märkten führen dazu, dass Menschen weniger darauf vertrauen, das für sie passende, beste, sicherste und preiswerteste Produkt zu erhalten.

Dies beeinträchtigt das Vertrauen in staatliche und marktwirtschaftliche Akteure. Verbraucherschutz kann Ängste auffangen und Sicherheiten schaffen, die das Vertrauen in die soziale Marktwirtschaft wieder stärken können.

Ein fairer und nachhaltiger Wettbewerb zwischen Anbietern basiert auf der Benennung klarer und einheitlicher Regeln für alle. Um die Einhaltung dieser Regeln sicherzustellen, braucht es die nötige Durchsetzungsstärke und Ausstattung der entsprechend zuständigen Institutionen und Verbände.

Auf dieser Grundlage kann ein produktiver Preis- und Qualitätswettbewerb stattfinden, der im langfristigen Interesse der Verbraucher:innen Innovationen sowie wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklungen ermöglicht. Es bedarf Rahmenbedingungen, die allen eine gesellschaftliche Teilhabe ermöglichen und digitale Exklusion ausschließen.

3.4 Soziale Dimension der Verbraucherpolitik

Fragen nach sozialer Gerechtigkeit und sozialem Ausgleich beeinflussen immer häufiger die verbraucherpolitischen Debatten. Besondere Aufmerksamkeit erfährt in der Arbeit des vzbv die Lebensrealität verletzlicher und hier insbesondere einkommensschwacher Menschen. Der vzbv fordert daher Instrumente des sozialen Ausgleichs zwischen Verbrauchergruppen, wenn Verbraucher:innen in spezifischen Märkten und Lebensbereichen wirtschaftlich besonders betroffen oder gar existenziell bedroht sind oder um einkommensschwache Haushalte nicht überbordend zu belasten. An grundsätzlichen Verteilungsdebatten beteiligt sich der vzbv jedoch nicht.

Das Eintreten des vzbv für die soziale Marktwirtschaft beinhaltet ein Bekenntnis zu einer marktwirtschaftlichen Ordnung, in welcher die Marktergebnisse aus sozialpolitischen Gründen durch Maßnahmen der staatlichen Wirtschaftspolitik korrigiert werden. Wo Wettbewerb auf Kosten gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Teilhabe geht, muss der Staat ein Mindestmaß an Absicherung gewährleisten und vor Diskriminierung schützen. Eine angemessene öffentliche Infrastruktur, staatlich garantierte Basisprodukte, spezifische Beratungs- und Bildungsangebote sowie stabile Sozialsysteme sollen das „Sicherheitsnetz“ bilden, das den Fortbestand der sozialen Marktwirtschaft sichert.

Zu Fragen der Daseinsvorsorge äußert sich der vzbv, wenn Unternehmen mit der Leistungserbringung beauftragt sind und der Zugang, die Funktionsweise des Marktes oder Wettbewerb und Preisbildung gestört sind. Der vzbv fordert den Staat erst dann auf, die Leistungserbringung im Sinne der Daseinsvorsorge zu verantworten, wenn eine Regulierung privater Angebote scheitert oder vermeintlich scheitern würde. Sobald der Staat die Leistungserbringung übernimmt, entsteht ein Verhältnis zwischen Bürger:innen und Staat. Zur Beeinflussung dieses Verhältnisses fehlt dem vzbv das Mandat, so dass er nicht zur Art der Leistungserbringung durch den Staat politisch arbeitet. Der vzbv kann sich zudem gegen die Privatisierung staateigener Betriebe aussprechen, sofern eine Beeinträchtigung der Versorgung mit Waren und Dienstleistungen der Daseinsvorsorge absehbar ist.

3.5 Nachhaltige Dimension der Verbraucherpolitik

Der Auftrag des vzbv ist es, auch für den Schutz heute noch sehr junger Verbraucher:innen und künftiger Generationen zu sorgen. Im Bemühen um Nachhaltigkeit stecken mehrere Kernanliegen des Verbraucherschutzes.

Der vzbv tritt für das Vorsorgeprinzip ein, nach dem auch im Interesse nachfolgender Generationen nach Möglichkeit Belastungen und Schäden für Gesundheit und Umwelt im Voraus vermieden und verringert werden sollen, auch wenn komplexe Wirkungszusammenhänge noch nicht voll erschlossen sind.

Der vzbv möchte dem Verursacherprinzip Geltung verschaffen, das eine Kostenabwälzung für die Reinhaltung von Luft, Wasser und Lebensräumen auf die Allgemeinheit unterbindet und die Kosten auf deren Verursacher, die Produzenten und Händler, verlagert. Es müssen die tatsächlichen Preise abgebildet werden, indem soziale und ökologische Kosten in die jeweiligen Güter eingepreist werden.

Der vzbv spricht sich dagegen aus, die Verantwortung für Nachhaltigkeit in den Wertschöpfungsketten allein den Verbraucher:innen zu überlassen. Die Debatte um nachhaltiges Wirtschaften und Konsumieren muss sich weg von der individuellen Ebene des Verbraucherverhaltens bewegen. Über Rahmengesetzgebung sind die Voraussetzungen für Nachhaltigkeit in der Wirtschaft zu schaffen.

Spannungsverhältnisse zwischen dem Ziel der Nachhaltigkeit und der Befriedigung individueller Konsumbedürfnisse sind innerhalb eines marktwirtschaftlichen Systems hingegen nur schwer auflösbar. Individuelle Bedürfnisse und Vorlieben von Menschen wertend gegeneinander abzuwägen ist nicht die Aufgabe des vzbv. Der vzbv agiert nicht als moralische Instanz, die das individuelle Verbraucherverhalten bewertet oder konkrete Empfehlungen zu einem nachhaltigeren Lebensstil ausspricht.

3.6 Schutz von Verbraucherrechten weltweit

Mit unseren internationalen Dachorganisationen BEUC¹ und Consumers International (CI) arbeitet der vzbv daran, Verbraucherrechte nicht nur national, sondern auch im globalen Kontext gegen das Primat von Handels- und Wirtschaftsinteressen zu verteidigen und an sich verändernde Herausforderungen anzupassen.

Verbraucherrecht und verbraucherrelevante Rahmenbedingungen der sozialen Marktwirtschaft finden ihren Ursprung zunehmend in EU-Richtlinien und -verordnungen. Daher kooperiert der vzbv im Rahmen seiner BEUC-Mitgliedschaft mit anderen europäischen Verbraucherorganisationen mit dem Ziel, bessere Rahmenbedingungen für alle Verbraucher:innen in der EU zu erwirken. Zu diesem Zweck teilt der vzbv „best practices“ aus der deutschen Verbraucherpolitik und Erfahrungsberichte, um europäischen Handlungsbedarf aufzuzeigen. Der vzbv bringt sich bei der Ausarbeitung der europäischen Forderungen aktiv ein und vertritt auf europäischer Ebene die gemeinsam beschlossenen BEUC-Positionen, damit der Verbraucherschutz gegenüber den europäischen Entscheidungsträgern mit einer Stimme auftritt.

Auf globaler Ebene arbeitet der vzbv darauf hin, dass internationale Handelsabkommen Verbraucherrechte und den Verbraucherschutz in Deutschland und Europa nicht absenken. Zusammen mit den Mitgliedsorganisationen von CI und im transatlantischen Netzwerk TACD² setzt sich der vzbv dafür ein, dass internationale Regeln Verbraucherinteressen reflektieren und sie dazu beitragen, Verbraucher:innen in einer globalisierten Wirtschaft besser zu schützen.

¹ Bureau Européen des Unions de Consommateurs

² Transatlantic Consumer Dialogue