

EU-VERBRAUCHERAGENDA 2030

Stärken, was alle stärkt: Verbraucherschutz

26. Mai 2025

Impressum

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

Team Büro Brüssel

buerobruessel@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

ZUSAMMENFASSUNG	3
I. AKTUELLE LEBENSITUATION DER VERBRAUCHER:INNEN IN DEUTSCHLAND	5
II. DIE NEUE EU-VERBRAUCHERAGENDA 2030	7
1. Verbraucherrecht und Digitalisierung fit für die Zukunft machen	8
2. Telekommunikationsmarkt verbraucherfreundlich gestalten	12
3. Nachhaltiges Wirtschaften für nachhaltiges Wachstum	13
4. Verbraucherfreundliches Energiesystem von morgen etablieren	14
5. Verbraucherfreundliche Mobilität von Morgen Gestalten	15
6. Starke Passagierrechte, starke Reisebranche	16
7. Gesunde und sichere Lebensmittel zu fairen Preisen	17
8. Gute Finanzdienstleistungen und Teilhabe in zunehmend digitalen Märkten	20
9. Verbraucherschutz auch international mitdenken	21
10. Den Verbraucheralltag entbürokratisieren	22

ZUSAMMENFASSUNG

Verbraucher:innen tragen zur Hälfte der Wirtschaftsleistung in der EU bei. Wer ihre Rechte stärkt, stärkt auch die Wirtschaft. Angesichts multipler Krisen – von der COVID-Pandemie über die Energiepreiskrise bis hin zu hoher Inflation – haben sich Konsumverhalten und Kaufkraft der Verbraucher:innen stark verändert. Eine neue EU-Verbraucheragenda 2030 muss Maßnahmen enthalten, die Rechte der Verbraucher:innen zu stärken und nachhaltiges Wirtschaftswachstum zu fördern.

Starke Verbraucherrechte in allen Wirtschaftsbereichen und eine effektive Durchsetzung des geltenden Rechts sollten die unverzichtbare Basis einer neuen EU-Verbraucheragenda 2030 sein. Die EU-Verbraucheragenda 2030 sollte die Europäische Union umfassend auf neue, verbraucherpolitische Herausforderungen vorbereiten, die durch rasanten technologischen Fortschritt, Klimawandel und gesellschaftliche Umbrüche entstehen.

Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) stellt daher folgende Anforderungen an eine gelungene EU-Verbraucheragenda 2030:

Digitalisierung verbraucherfreundlich gestalten:

- Schutz vor manipulativen Designs und anderen unfairen Online-Geschäftspraktiken
- Fairer Wettbewerb zwischen Online-Marktplätzen sowie sichere Produkte
- Verbot von Tracking zu Werbezwecken

Telekommunikation und Wettbewerb stärken:

- Erhalt eines offenen Telekommunikationsmarktes zu erschwinglichen Preisen
- Sicherung der Netzneutralität und des Universaldienstzugangs für alle

Nachhaltiges Wirtschaften fördern:

- Stärkung der Langlebigkeit und Reparierbarkeit von Produkten durch klare Vorschriften
- Erleichterung nachhaltiger Konsumententscheidungen durch transparente Produktinformationen

Energie- und Mobilitätswende verbraucherfreundlich umsetzen:

- Einführung von klaren Vorgaben für dynamische Stromtarife
- Einführung von Effizienzvorgaben für Elektrofahrzeuge

Passagierrechte stärken:

- Stärkung der Verbraucherrechte bei Flugreisen und multimodalen Tickets
- Einführung einer Insolvenzabsicherung für Fluggesellschaften

Einkauf von sicheren und gesunden Lebensmittel erleichtern:

- Transparenz in der Wertschöpfungskette und Schutz vor „Mogelpackungen“
- Klare Regeln für Lebensmittelwerbung

- Zulassungsverfahren für Nahrungsergänzungsmittel und Lebensmittelkontaktmaterialien

Finanzdienstleistungen für alle fair gestalten:

- Sicherstellung eines kostenlosen Basiskontos für alle Verbraucher:innen
- Pauschaler Schadensersatz für Störungen in der Erbringung von Finanzdienstleistungen

Verbraucherschutz international mitdenken:

- Verstärkter Austausch mit globalen Partnern (OECD, UNCTAD, USA).

Verbraucherrechte stärken und gleichzeitig Bürokratie abbauen:

- EU-weiter Kündigungsbutton für einfache Vertragsbeendigungen
- Verpflichtende Zusammenfassung von AGB in verständlicher Form
- Verbesserte Schlichtungsverfahren bei Konflikten zwischen Verbraucher:innen und Anbietern

Wettbewerbsfähig sind Unternehmen nur, wenn sie dem Wettbewerb ausgesetzt sind und mit innovativen Angeboten um Verbraucher:innen werben müssen. Daher muss die Europäische Kommission verbraucherfreundliche, digitale, nachhaltige und faire Marktbedingungen in der EU schaffen. Die EU-Verbraucheragenda 2030 kann dafür einen umfassenden Fahrplan bieten.

I. AKTUELLE LEBENSITUATION DER VERBRAUCHER:INNEN IN DEUTSCHLAND

Geschäftsmodelle entwickeln sich stetig weiter, mit Unterstützung moderner Technologien auch immer schneller. In der heute stark globalisierten Wirtschaft agieren viele Anbieter weltweit, zumindest aber im gesamten europäischen Binnenmarkt. Das hat zu einer Situation geführt, in der die EU-Gesetzgebung seit vielen Jahren die treibende Kraft ist, wenn es darum geht, Verbraucherschützende Regelungen mit der Zeit Schritt halten zu lassen. Das gilt für das sektorübergreifende Verbraucherrecht ebenso wie für das sektorspezifische Verbraucherrecht und das Marktordnungsrecht.

In den vergangenen fünf Jahren haben Verbraucher:innen multiple Krisen durchlebt, die ihr Konsumverhalten und ihre Lebenshaltungskosten auf einschneidende Weise verändert haben: COVID-Pandemie, Angriffskrieg auf die Ukraine und Energiepreiskrise, Rekordinflation und Zinsanstieg. Die Zölle, die die US-Regierung seit Anfang 2025 verhängt, sowie die Gegenmaßnahmen der EU, verteuern importierte Waren und führen zu weiterer Verunsicherung unter Verbraucher:innen.

Gerade die COVID-Pandemie wirkt bis heute nach. Sie hat erhebliche Herausforderungen mit sich gebracht, die sich auf den Alltag von Verbraucher:innen auswirken, insbesondere in Bezug auf die Verfügbarkeit und Zugänglichkeit von Produkten und Dienstleistungen. Die Störung von Lieferketten auch für essentielle Produkte wie Arzneimittel hat strukturelle Probleme und Abhängigkeiten von wenigen Ländern und Herstellern offengelegt. Die Unberechenbarkeit der neuen amerikanischen Zoll-, Außenhandels-, und Verteidigungspolitik rückt die Problematik von Abhängigkeiten noch einmal dramatisch in den Mittelpunkt. Diese Abhängigkeiten zu reduzieren und Lieferketten zu diversifizieren ist im Interesse von Verbraucher:innen in der EU.

Die COVID-Pandemie hat zudem wie ein Katalysator sich verändernde Konsumgewohnheiten der Menschen verstärkt. So kaufen Verbraucher:innen etwa häufiger im Internet ein, als noch vor der Pandemie¹. Die Verlagerung vieler Kaufentscheidungen weg vom Tresen hin zum Computer oder Smartphone hat auch auf Anbieterseite zu neuen Praktiken geführt, um Verbraucher:innen länger auf ihrer Webseite oder in ihrem Webshop zu halten oder das Einkaufen zum Spiel zu machen. Hier sehen sich Verbraucher:innen Herausforderungen gegenüber, die sie ohne Unterstützung des Gesetzgebers nicht bewältigen können. Manipulative und intransparente Geschäftspraktiken im digitalen Raum sorgen dafür, dass der Alltag der Verbraucher:innen zunehmend schwerer zu navigieren ist und Verbraucher:innen finanziellen Schaden davontragen können. Automatisierung, verbunden mit immer detaillierteren Profilen von Nutzer:innen, die durch umfassendes Datensammeln generiert werden, verstärkt die strukturellen Asymmetrien zwischen Anbietern und Verbraucher:innen in Bezug auf Wissen, Informationsverarbeitung und Entscheidungsautonomie zulasten von Verbraucher:innen. Die sich rasant entwickelnden technischen Möglichkeiten und die zunehmende Verschmelzung von Wirklichkeit und virtuellen Welten verstärken diese Risiken. Das europäische Verbraucherrecht reicht nicht aus, um diesen Herausforderungen zu begegnen und im digitalen Raum für Fairness zwischen Anbieter und Käufer zu sorgen.

¹ HDE (2024), HDE-Onlinemonitor 2024, Handelsverband Deutschland e.V., https://einzelhandel.de/images/Online_Monitor_2024_1305_WEB.pdf (zuletzt aufgerufen: 30. Juli 2024).

Der Angriffskrieg Russlands auf die Ukraine hat die Energiepreise seit 2022 zunächst vervielfacht und die Inflation auf ein 10-jähriges Rekordhoch getrieben. Dem begegnete die Europäische Zentralbank mit einer Zinswende. Höhere Finanzierungskosten, höhere Materialkosten sowie die hohen Preise für Energieprodukte und Lebensmittel haben die Kaufkraft von Verbraucher:innen stark reduziert. Die Folge ist eine anhaltend gedrückte Konsumstimmung², ein Zurückstellen von Kaufentscheidungen und eine große Verunsicherung über die eigene wirtschaftliche Zukunft.

Während der Energiekrise haben Verbraucher:innen leider auch die Erfahrung machen müssen, dass einige Anbieter diese Situation bewusst nutzten, um Verbraucher:innen zu übervorteilen. Die Verbraucherzentralen erreichten in den Jahren 2022 und 2023 über 130.000 Beschwerden zum Thema Energie³. Das Top-Ärgernis für Verbraucher:innen bestand in Preiserhöhungen von Strom- oder Gasverträgen (16 Prozent)⁴. Im Jahr der Energiekrise 2022 hat der vzbv insgesamt 45 Abmahnungen gegen Energieanbieter wegen Preiserhöhungen oder fragwürdigen Kündigungen ausgesprochen – mehr als doppelt so viele wie ein Jahr zuvor.⁵

Daher reicht es nicht aus, den Fokus politischer Entscheidungen in der neuen Legislaturperiode des Europäischen Parlaments auf Wirtschaftswachstum und Wettbewerbsfähigkeit gegenüber Unternehmen aus Drittstaaten zu verengen. Die großen Export- und Importabhängigkeiten der europäischen Wirtschaft von China und den USA bergen auch für Verbraucher:innen Risiken. Die globale Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Wirtschaft darf nicht zu Lasten der Verbraucher:innen angestrebt werden. Im Telekommunikationssektor wird beispielsweise von Entscheidungsträger:innen immer häufiger eine Konsolidierung der Anzahl der Marktteilnehmer gefordert, um bei den Investitionen in den Glasfaserausbau mit China und den USA mithalten zu können. Unternehmen sollten gegeneinander in den Wettbewerb um zahlungskräftige Kunden treten und ihre Geschäftspraxis auf attraktive Angebote trimmen. Stattdessen könnten neue Anbieter vom Markteintritt abgehalten und unliebsame Konkurrenz einfach aufgekauft werden, wenn sich Regulierung auf Marktkonsolidierung konzentriert. Die Folge könnten höhere Preise, weniger Auswahl oder schlechtere Anbieterqualität sein.

Bei gleichzeitigem Rückgang der Kaufkraft von Verbraucher:innen, wäre diese Art des Wachstums durch Konsolidierung auf lange Sicht nicht nachhaltig. EU-Entscheidungsträger:innen sollten daher den Fokus nicht einseitig auf die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen im internationalen Vergleich legen. Stattdessen braucht es einen Fokus auf Verbraucher:innen, denn sie sind ein wesentlicher Wirtschaftsfaktor und machen rund die Hälfte der Wirtschaftskraft der Europäischen Union aus⁶. Das gilt sogar für das als „Exportweltmeister“ geltende Deutschland.⁷ Hierin liegt ein ungeheures Potential für europaweites Wachstum, das durch gute Produktqualität und nachhaltige Produkte

² Nuremberg Institute for Market Decisions, 28. März 2025: [2025_03_PM_NIM_GfK_Konsumklima_powered_by_NIM_dt_fin.pdf](#)

³ vzbv, Verbraucherreport 2023 und 2024, <https://www.vzbv.de/verbraucherreport/2023/energie> und <https://www.vzbv.de/verbraucherreport/2024/energie> (zuletzt aufgerufen: 5. September 2024).

⁴ vzbv, Verbraucherreport 2024, <https://www.vzbv.de/verbraucherreport/2024/energie> (zuletzt aufgerufen: 5. September 2024).

⁵ idem

⁶ Eurostat, 27. November 2024: [Household consumption by purpose - Statistics Explained](#)

⁷ Statista, Höhe der privaten Konsumausgaben und des Bruttoinlandsprodukts (BIP) in Deutschland von 2012 bis 2023, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/161797/umfrage/konsumausgaben-und-bruttoinlandsprodukt-in-deutschland-im-vergleich/> (zuletzt aufgerufen am 5. September 2024)

auch den Verbraucher:innen selbst zu Gute kommt. Diese erwarten schließlich zu Recht, dass auch sie uneingeschränkt vom EU-Binnenmarkt profitieren können.

Im öffentlichen Diskurs geht die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit oft mit einer Forderung nach der Rückabwicklung des EU Green Deal einher, der als umfassendes Paket zur Anpassung der EU-Wirtschaft und Gesellschaft an den Klimawandel konzipiert wurde. Unter den Stichworten „Simplifizierung“ und „Entbürokratisierung“ hat die Europäische Kommission erste Gesetzespakete vorgelegt, die weit über das Abschaffen von Berichtspflichten für Unternehmen hinausgehen. Entgegen aller Gepflogenheiten und selbstaufgelegten Prozesse für „gute Rechtsetzung“ werden Richtlinien und Verordnungen, für die noch nicht einmal die Umsetzungsfrist in nationales Recht abgelaufen ist, wieder aufgeschnürt und zum Teil ihres klima- und verbraucherfreundlichen Kerns beraubt. Einige Vorschläge drohen das unter dem EU Green Deal Erreichte substantiell auszuhöhlen oder große verbraucherpolitische Erfolge der EU, beispielsweise die Datenschutzgrundverordnung, zu unterminieren. Dabei ist gerade in unsicheren Zeiten das Vertrauen in staatliche Institutionen und eine widerstandsfähige und untereinander solidarische Zivilgesellschaft notwendig. Der ehemalige finnische Präsident Niinistö hat darauf in seinem Bericht an die Europäische Kommission ausdrücklich hingewiesen: Das Vertrauen der Bürger:innen in staatliche Institutionen ist essenziell, wenn Menschen diese Staaten im Notfall verteidigen sollen.⁸

Die beste Unterstützung der Wirtschaft zur Bewältigung der langfristigen Herausforderungen ist eine Fortführung der Anstrengungen im Kampf gegen den Klimawandel und vertrauensbildende Maßnahmen für die Zivilgesellschaft, die das Konsumklima durch Rechts- und Planungssicherheit verbessert und Verbraucher:innen in ihren Konsumentscheidungen absichert. Von einer nachhaltigen Wirtschaft, an der Verbraucher:innen teilhaben können, profitieren alle. Deswegen müssen Verbraucher:innen auch in Zukunft darauf vertrauen können, dass das Verbraucherschutzniveau im Rahmen einer möglichen „Wachstums- und Simplifizierungsagenda“ nicht unterminiert wird.

Vielmehr benötigt die Europäische Union eine neue Vision und Weiterentwicklung der EU-Verbraucheragenda, die mit konkreten Maßnahmen die aktuellen und absehbaren Probleme der Verbraucher:innen aufgreift. Ziel muss es sein, den Alltag der Menschen übersichtlicher, günstiger und nachhaltiger zu gestalten und sie als Wirtschaftsakteure gegenüber Unternehmen zu stärken.

II. DIE NEUE EU-VERBRAUCHERAGENDA 2030

Die aktuelle Verbraucheragenda der Europäischen Kommission⁹ hat einen strategischen Rahmen bis 2025 vorgegeben. Auch die neue Europäische Kommission benötigt eine solche strategische Agenda für Verbraucher:innen, um die EU-Gesetzgebung an die Bedürfnisse von Verbraucher:innen anzupassen.

⁸ Bericht von Sauli Niinistö über die Stärkung der zivilen und militärischen Vorsorge und Bereitschaft Europas, 30. Oktober 2024, Seite 10: https://commission.europa.eu/document/download/5bb2881f-9e29-42f2-8b77-8739b19d047c_en?filename=2024_Niinisto-report_Book_VF.pdf

⁹ Europäische Kommission, Neue Verbraucheragenda - Stärkung der Resilienz der Verbraucher/innen für eine nachhaltige Erholung, 13. November 2020: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?qid=1605887353618&uri=CELEX%3A52020DC0696>

Die EU-Verbraucheragenda 2030 sollte darauf abzielen, Verbraucherrechte angesichts neuer Marktentwicklungen weiterzuentwickeln, Fairness im digitalen Raum zu gewährleisten und nachhaltige Konsumententscheidungen zu erleichtern. Ein verbraucherfreundlicher Binnenmarkt, der Digitalisierung, Nachhaltigkeit und soziale Gerechtigkeit verbindet, ist nicht nur für die individuelle Kaufkraft entscheidend, sondern trägt auch zum sozialen Zusammenhalt innerhalb der Europäischen Union bei. Eine umfassende EU-Verbraucheragenda 2030 sowie eine ambitionierte Umsetzung darin enthaltener Maßnahmen stärken das Vertrauen in eine faire, transparente und nachhaltige Wirtschaft.

Starke Verbraucherrechte in allen Wirtschaftsbereichen und eine funktionierende Rechtsdurchsetzung sollten die unverzichtbare Basis einer neuen EU-Verbraucheragenda 2030 sein. Verbraucher:innen müssen sich darauf verlassen können, dass bei der Regulierung bestehender oder neuer Märkte ihre Interessen im Zentrum stehen, an Stelle der Gewinnmargen von Unternehmen. Die Europäische Kommission muss das über alle Politikbereiche hinweg sicherstellen.

Verbraucher:innen müssen in ihrem Alltag erleben, dass Unternehmen sich an geltendes Recht halten, auch wenn ihre Produkte oder die Algorithmen, die dahinterstehen, komplex sind und ihre Marktmacht beträchtlich ist. Die EU-Verbraucheragenda 2030 sollte die Europäische Union umfassend auf neue, verbraucherpolitische Herausforderungen vorbereiten, die durch rasanten technologischen Fortschritt, Klimawandel und gesellschaftliche Umbrüche entstehen. Die auf EU-Ebene erlassenen Rechtsvorschriften sollten in erster Linie die ökonomischen, ökologischen und sozialen Interessen der Verbraucher:innen schützen. So kann ein „Europa, das beschützt“ in den Augen der Bürger:innen Realität werden.

Die nächste Europäische Kommission sollte daher folgende Themenfelder bearbeiten:

1. VERBRAUCHERRECHT UND DIGITALISIERUNG FIT FÜR DIE ZUKUNFT MACHEN

49 Prozent der Verbraucher:innen sehen ihre Interessen im Bereich Internet und Digitalisierung nicht gut geschützt; 79 Prozent der Verbraucher:innen finden, dass Unternehmen Webseiten nicht so gestalten dürfen, dass dadurch Einfluss auf die Entscheidungen von Menschen genommen wird.¹⁰

33 Prozent der Verbraucher:innen haben bereits negative Erfahrungen mit Online-Kundenpostfächern gemacht.¹¹

91 Prozent der Verbraucher:innen erwarten, dass Betreiber von Online-Marktplätzen haften, wenn ein Problem durch den Händler nicht gelöst wird.¹²

¹⁰ vzbv: Verbraucherreport 2024, 2024, S. 10, 20, https://www.vzbv.de/sites/default/files/2024-06/Chartbericht_Verbraucherreport-2024-aktuell.pdf, 10.05.2025

¹¹ vzbv: Ein Drittel der Verbraucher:innen hatte bereits Probleme mit Online-Kundenpostfächern, 2024, <https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/ein-drittel-der-verbraucherinnen-hatte-bereits-probleme-mit-online>, 10.05.2025

¹² vzbv: Online-Shopping: Verbraucher:innen erwarten sichere Produkte, 2024, <https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/online-shopping-verbraucherinnen-erwarten-sichere-produkte>, 10.05.2025

18 von 19 getesteten Kinderspielzeugen von Temu stellen eine Gefahr für Kinder dar.¹³ Im Jahr 2024 hat Ökotest Kleidung von Shein getestet: Zwei Drittel der getesteten Kleidungsstücke fielen durch, u. a. aufgrund diverser Schadstoffe.¹⁴

70 Prozent der Verbraucher:innen möchten nicht, dass Unternehmen Daten zu Profilen zusammenfassen, um personalisierte Werbung zu erstellen.¹⁵

66 Prozent der Verbraucher:innen finden es sehr/eher wichtig, dass personalisierte Online-Werbung auf Basis von Profilen verboten wird.¹⁶

Gut die Hälfte der Befragten hat bereits Erfahrungen mit Anwendungen gemacht, die KI einsetzen. Drei von zehn Befragten nutzen solche Anwendungen regelmäßig.¹⁷

Mehr als vier von zehn Befragten machen sich Sorgen, dass sie bei Kaufentscheidungen durch KI beeinflusst werden könnten.¹⁸

92 Prozent der Befragten stimmen der Aussage (voll und ganz/eher) zu, dass KI klar reguliert werden sollte, damit Verbraucher:innen zum Beispiel vor Manipulation geschützt werden.¹⁹

Für eine gelungene Digitalisierung braucht es belastbare und zukunftsorientierte Infrastruktur, Technologien und Geschäftsmodelle, die bereits von ihrem Design her Verbraucher- und Datenschutz berücksichtigen. Ziel muss sein, einen fairen Wettbewerb, Wahlfreiheit für Verbraucher:innen und umfassenden Verbraucher- und Datenschutz sicherzustellen. Das geltende Verbraucherrecht – insbesondere zur Regelung unfairer Geschäftspraktiken – muss an die Herausforderungen zunehmender Automatisierung und Personalisierung angepasst werden, um Verbraucher:innen auch zukünftig effektiv vor unerwünschten Praktiken schützen zu können.

Der vzbv fordert die Europäische Kommission auf, folgende Maßnahmen zu treffen:

- Digitale Fairness by Default in Generalklausel verankern: Die Generalklausel im Lauterkeitsrecht²⁰ (Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken, UGP-RL) sollte als horizontales Sicherheitsnetz gegen digitale Asymmetrien ausgestaltet werden. Es darf nicht länger Aufgabe der Verbraucher:innen sein, unfaire und benachteiligende Voreinstellungen korrigieren zu müssen. Webseiten und Apps müssen in ihren Grundeinstellungen so gestaltet sein, dass Verbraucher:innen weder manipuliert noch behindert werden. Diese Verpflichtung sollte nicht nur Unternehmen mit direktem Verbraucherkontakt treffen, sondern ebenfalls auch solche Unternehmen, die das Design für Online-Schnittstellen wie Webseiten und Apps entwerfen.

¹³ Toy Industries of Europe: 95% of toys bought from new online platform break EU safety rules, 2024, <https://www.toy-industries.eu/95-of-toys-bought-from-new-online-platform-break-eu-safety-rules/>, 10.05.2024

¹⁴ ÖkoTest: Shein-Mode im Test: Schnäppchen teils voller giftiger Chemikalien, 2024, https://www.oekotest.de/kosmetik-wellness/Shein-Mode-im-Test-Schnaepchen-teils-voller-giftiger-Chemikalien_14755_1.html#productList, 10.05.2025

¹⁵ vzbv: Datenschutz im Netz: Mehrheit lehnt personalisierte Werbung ab, 2024, <https://www.vzbv.de/meldungen/datenschutz-im-netz-mehrheit-lehnt-personalisierte-werbung-ab>, 10.05.2025

¹⁶ vzbv: Verbraucherreport 2024, 2024, S. 17, https://www.vzbv.de/sites/default/files/2024-06/Chartbericht_Verbraucherreport-2024-aktuell.pdf, 10.05.2025

¹⁷ vzbv: Chartbericht Verbraucherreport 2024, S. 22, <https://www.vzbv.de/verbraucherreport/2024>

¹⁸ vzbv: Chartbericht Verbraucherreport 2024, S. 23, <https://www.vzbv.de/verbraucherreport/2024>

¹⁹ vzbv: Chartbericht Verbraucherreport 2024, S. 21, <https://www.vzbv.de/verbraucherreport/2024>

²⁰ Richtlinie 2005/29/EG (Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken): <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=CELEX:32005L0029>

- ❖ Das Leitbild des Durchschnittsverbrauchers als Regel und des verletzlichen Verbrauchers als Ausnahme ist mit Blick auf gezielte personalisierte Ansprachen unter Ausnutzung individueller Schwächen und Situationen kein geeigneter Maßstab für digitale Fairness. Im digitalen Bereich sind alle Verbraucher:innen verletzlich. Digitale Verletzlichkeiten müssen deshalb ebenso wie situative und verhaltensökonomische Gesichtspunkte als normativer Maßstab bei der Bewertung von unfairen Geschäftspraktiken berücksichtigt werden.
- ❖ Verbraucher:innen dürfen nicht anhand ihrer persönlichen Vorlieben und individuellen Schwächen beeinflusst, manipuliert oder diskriminiert werden. Schädliche Personalisierungspraktiken, insbesondere unter Einsatz Künstlicher Intelligenz (KI), müssen daher untersagt werden. Bislang gibt es keine diesbezüglichen Regelungen im Verbraucherrecht und das Verhältnis zum Datenschutzrecht ist unklar. Diese Lücke sollte geschlossen werden.
 - Personalisierungen auf Basis individueller Verletzlichkeiten müssen untersagt werden. Die Entscheidungsautonomie von Verbraucher:innen darf nicht durch den Einsatz von Technologien zur Gefühlserkennung oder psychografischer Profilbildung (beispielsweise Unsicherheit, Angst, emotionale Not, Erschöpfung, Müdigkeit, Trauer, Kummer) und deren Auswertung unterlaufen werden.
 - Personalisierung muss transparent sein. Es muss immer eine wählbare nicht personalisierte Alternative geben.
 - Preise müssen diskriminierungsfrei sein, ohne dass unerwünschte Kund:innen durch individuell überhöhte Preise herausgefiltert werden.
 - Um den massiven Risiken der personalisierten Werbung für Individuen und für die Gesellschaft zu begegnen, sollte Tracking und Profilbildung zu Werbezwecken verboten werden.
- ❖ Plattformmärkte werden zukünftig voraussichtlich eine noch größere Rolle im Alltag von Verbraucher:innen spielen. Die Regelungen des Digital Services Act (DSA) und des Digital Markets Act (DMA) müssen konsequent durchgesetzt werden, um Verbraucher:innen umfassend zu schützen. Dass große Technologiekonzerne die Regelungen des DSA und DMA zum Schaden von Verbraucher:innen und Wettbewerb umgehen, kann nicht länger hingenommen werden. Die Evaluierung der Regelungen des DSA ab Ende 2025 sollte zum Anlass genommen werden, identifizierte Schutzlücken und weitere Regelungsbedarfe zu schließen.
- ❖ Verbraucher:innen nutzen das vielfältige Angebot, das ihnen Online-Marktplätze bieten. Leider kommen über Online-Marktplätze auch Waren auf den Binnenmarkt, die nicht den geltenden Vorschriften entsprechen. Ein Umstand, der für Verbraucher:innen gefährlich werden kann. Zudem werden immer wieder Verbraucherrechte missachtet.²¹ Verbraucher:innen vertrauen zu Recht darauf, dass Produkte, die hier verkauft werden, sicher sind. Betreiber von Online-Marktplätzen müssen stärker in die Verantwortung genommen werden, wenn Produktsicherheitsvorschriften und Verbraucherrechte von Händlern missachtet werden. Zudem sollten Marktplatzbetreiber, die beherrschenden Einfluss auf ihre Händler ausüben, neben

²¹ vzbv (2020): Grenzenloser Ärger statt bequemer Online-Kauf, <https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/grenzenloser-aerger-statt-bequemer-online-kauf> (abgerufen: 25.03.2025).

Händlern aus Drittstaaten haften, wenn letztere Unionsvorschriften verletzen (gesamtschuldnerische Haftung).

- ❖ Manipulative Praktiken und Designs²² nutzen und vergrößern das bestehende Machtungleichgewicht zwischen Unternehmen und Verbraucher:innen und verstärken das Misstrauen der Verbraucher:innen im digitalen Bereich. Das hiergegen gerichtete Manipulationsverbot in Artikel 25 DSA hat einen zu engen und unklaren Anwendungsbereich. Es gilt nur für Plattformen und wegen der Ausnahme für den harmonisierten Anwendungsbereich der UGP-RL bleibt unklar, inwieweit Verbraucher:innen überhaupt von dem Manipulationsverbot profitieren können. Deshalb sind klare Regeln erforderlich, um das Verbraucherrecht effektiv gegen unerwünschte Praktiken einsetzen zu können:
- Manipulatives Design und andere schädliche digitale Praktiken, die die autonome Nutzungsentscheidung beeinträchtigen, müssen im Einzelfall soweit wie möglich in den Anhang I der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (UGP-RL) der verbotenen Praktiken ("schwarze Liste") aufgenommen werden.
- Darüber hinaus ist in Anlehnung an Artikel 25 Digital Services Act ein allgemeines Manipulations-, Beeinflussungs- und Behinderungsverbot erforderlich, um schädliche Auswahlarchitektur²³ auch dann als unfair untersagen zu können, wenn es sich weder um Irreführung noch um Fälle der erweiterten „schwarzen Liste“ handelt.
- Der Schutzbereich der UGP-RL muss erweitert werden, um die Entscheidungsaunomie der Nutzer:innen über die geschäftliche Transaktionsentscheidung hinaus zu schützen und suchtgefährdende sowie andere schädliche Designstrukturen, die zur übermäßigen Nutzung verleiten, zu erfassen.
- ❖ Für Verbraucher:innen sind eine gute Kommunikation und ein hilfreicher Austausch mit Unternehmen von elementarer Bedeutung. Kundenkommunikation digital zu gestalten, bietet einerseits viele Möglichkeiten für einen schnelleren und effizienteren Austausch. Andererseits lässt sich nicht jedes Anliegen beispielsweise über einen Chatbot lösen.
- Persönliche und kompetente Ansprechpartner:innen bleiben folglich weiterhin wichtig. Verbraucher:innen müssen immer die Möglichkeit haben, sich direkt an einen menschlichen Ansprechpartner wenden zu können und diesen zügig zu erreichen, ohne sich vorher mit einem Bot auseinandersetzen zu müssen.
- Durch die zunehmende Verlagerung wichtiger vertraglicher Mitteilungen in digitale Kundenpostfächer kommt es zu unterschiedlichsten Problemen auf Seiten der Verbraucher:innen, wie beispielsweise nicht erhaltene/nicht bemerkte Dokumente oder fehlender Zugang zum Postfach. Aus Sicht des vzbv braucht es deshalb klare Regelungen für das Hinterlegen von vertraglichen Mitteilungen in digitalen Kundenpostfächern. Eine dieser notwendigen Regelungen wäre eine kostenfreie und verpflichtende Benachrichtigung (zum Beispiel per E-Mail), dass sich ein Dokument/Mitteilung im Kundenpostfach befindet.

²² vzbv (2025): Manipulatives Design auf Online-Marktplätzen und Social-Media-Plattformen, <https://www.vzbv.de/en/amazon-tiktok-temu-manipulative-designs-remain-problem> (abgerufen: 25.03.2025).

²³ Vgl. den von Cerre geprägten treffenden Begriff „Harmful online choice architecture“, um begrifflich Fälle jenseits von Irreführung, vorsätzlicher Manipulation oder gezielter Ausnutzung zu erfassen, Busch/Fletcher in: Cerre, Harmful online choice architecture, Report May 2024, <https://cerre.eu/publications/harmful-online-choice-architecture/>, abgerufen am 8.1.2025

- ❖ Damit Verbraucher:innen Entwicklungen wie virtuelle Welten und immersive Technologien vertrauen können, müssen der Schutz personenbezogener Daten und die Privatsphäre gewährleistet sein. Die Technologien müssen offen, interoperabel und sicher ausgestaltet sein. Die bestehende Gesetzgebung muss kontinuierlich einem Fitness-Check unterzogen werden, um bei Bedarf regulatorische Anpassungen vorzunehmen und ein hohes Verbraucherschutzniveau zu gewährleisten.
- ❖ In der Blackbox KI-gesteuerter automatisierter und personalisierter Prozesse wird es zunehmend schwieriger, Rechtsverstöße zu erkennen, darzulegen und vor Gericht zu beweisen. Dies gilt zum einen für geschädigte Verbraucher:innen, zum anderen aber auch für den kollektiven Rechtsschutz und Unterlassungsklagen durch Verbraucherverbände.
- Um die Durchsetzung des Verbraucherrechts auch weiterhin zu ermöglichen, sollte ein Unternehmen bereits im Falle eines plausibel dargelegten Verdachts einer unlauteren Geschäftspraxis darlegungs- und beweispflichtig sein, einschließlich einer aussagekräftigen und verständlichen Erläuterung der jeweiligen Geschäftspraktik. Bei Missachtung dieser Pflichten sollte eine gesetzliche Vermutung der Unlauterkeit gelten.²⁴
- Insbesondere bei personalisierten Geschäftspraktiken sollte die Beweislast für rechtskonformes Verhalten grundsätzlich beim Unternehmen liegen. Dieses muss darlegen, wie die Personalisierung funktioniert und geltendes Recht eingehalten wird.
- Der Schadensersatzanspruch für Verbraucher:innen sollte erleichtert werden (Artikel 11a UGP-RL). Die Kausalität zwischen einem festgestellten Rechtsverstoß und der daraus resultierenden geschäftlichen Entscheidung kann im Einzelfall nur schwer zu beweisen sein und sollte deshalb gesetzlich vermutet werden.

2. TELEKOMMUNIKATIONSMARKT VERBRAUCHERFREUNDLICH GESTALTEN

90 Prozent der Verbraucher:innen finden, dass die Bundesregierung sicherstellen muss, dass überall in Deutschland schnelles Internet verfügbar ist.²⁵

Im Jahr 2023 hatten etwa 2,6 Millionen Haushalte in Deutschland keinen Internetzugang.²⁶

Verbraucher:innen verbringen immer mehr Zeit online und nutzen das Internet in vielen Lebensbereichen. Sie sind in hohem Maße auf eine funktionierende digitale Infrastruktur angewiesen. Gleichzeitig sind Verbraucher:innen eine der wichtigsten Säulen des europäischen Telekommunikationsmarktes: Ohne sie gäbe es kaum Bedarf an einer digitalen Infrastruktur und ihren Diensten. Eine verbraucherfreundliche, digitale Infrastruktur und ein funktionierender Wettbewerb, der vielfältige Angebote und angemessene Preise sichert, sind von entscheidender Bedeutung.

²⁴ Siehe hierzu den Vorschlag von Rott in: Micklitz, Helberger, Kas, Namyslowska, Naudts, Rott, Sax, Veale: Towards Digital Fairness, EuCML 2024, 24, 29 f.

²⁵ Verbraucherzentrale Bundesverband: Verbraucherreport 2024, 2024, (45), <https://www.was-alle-staerkt.de/quellen#recht-schnelles-netz>, 16.04.2025.

²⁶ Statistisches Bundesamt: Statistischer Bericht IKT privater Haushalte, 2024, https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Einkommen-Konsum-Lebensbedingungen/IT-Nutzung/Publikationen/Downloads-IT-Nutzung/statistischer-bericht-ikt-privater-haushalte-2150400237005.xlsx?__blob=publicationFile, 16.04.2025.

- ❖ Verbraucherrechte sollten im Telekommunikationsrechtsrahmen gestärkt werden. Die Europäische Union sollte keine Vollharmonisierung des Verbraucherrechts anstreben, damit die Mitgliedstaaten auf nationale Probleme im Telekommunikationsmarkt schnell und passgenau reagieren können.
- ❖ Eine Marktkonsolidierung auf dem Telekommunikationsmarkt muss verhindert werden. Ein starker und nachhaltiger Wettbewerb im Telekommunikationsmarkt fördert die Angebotsvielfalt, faire Preise und wirkt sich positiv auf alle Marktteilnehmer aus. Hierfür sollte die Zugangsregulierung zu den Netzen für Wettbewerber beibehalten werden.
- ❖ Das freie Internet muss gewahrt werden. Hierfür sollten die Regeln der Netzneutralität stärker durchgesetzt und von einer Regulierung des Zusammenschaltungsmarktes (über Netzgebühren oder einen Streitbeilegungsmechanismus für Inhalteanbieter) abgesehen werden.
- ❖ Der Zugang zu Universaldiensten im Telekommunikationsmarkt muss für Bürger:innen einfach, schnell und effizient sein.
- ❖ Eine Zwangsmigration von Verbraucher:innen von Kupferkabeln zu Glasfaserkabeln für einen Internetanschluss muss verhindert werden. Außerdem muss sichergestellt werden, dass Verbraucher:innen nicht in teure Tarife gezwungen werden, weil es unzureichenden Wettbewerb am Glasfasermarkt für Internetanschlüsse gibt. Erschwingliche Preise im Glasfasermarkt müssen sichergestellt werden.

3. NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN FÜR NACHHALTIGES WACHSTUM

Um langfristigen Wohlstand zu fördern, muss der Fokus auf einer guten und nachhaltigen Produktqualität liegen. Dafür braucht es klare Produkthanforderungen, damit alle Verbraucher:innen, unabhängig von ihrem Einkommen, nachhaltig konsumieren können und die Ressourcenversorgung für weiteres Wachstum auch morgen noch sichergestellt ist. Denn Ressourceneffizienz senkt langfristig die Kosten und fördert so die Wirtschaft.

Mit dem Beschluss der neuen Ökodesign-Verordnung (ESPR)²⁷ wurde der Rahmen für nachhaltige und reparierbare Produkte geschaffen. Die Richtlinie zum Recht auf Reparatur²⁸ ist ein erster Schritt hin zu einem verbraucherfreundlichen Reparaturmarkt in der EU.

- ❖ Schnellstmöglich sollten produktgruppenübergreifende Anforderungen zur Langlebigkeit und Reparierbarkeit von Produkten in delegierten Verordnungen im Rahmen der ESPR festgelegt werden. Damit können die betroffenen Produktgruppen in den Anwendungsbereich der Richtlinie zum Recht auf Reparatur aufgenommen werden, der aktuell noch viel zu eingeschränkt ist.

²⁷ Verordnung (EU) 2024/1781 zur Schaffung eines Rahmens für die Festlegung von Ökodesign-Anforderungen für nachhaltige Produkte: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=OJ:L_202401781

²⁸ Richtlinie (EU) 2024/1799 über gemeinsame Vorschriften zur Förderung der Reparatur von Waren: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX:32024L1799>

- ✦ Es sollte einen Reparaturindex eingeführt werden, der auch die Ersatzteilpreise berücksichtigt. Nur so erhält der Index eine Aussagekraft darüber, wie gut das Produkt reparierbar ist. Denn hohe Ersatzteilkosten halten Verbraucher:innen oft davon ab, defekte Gerät zu reparieren.²⁹
- ✦ Informationen zu nachhaltigem Konsum, beispielsweise über die durchschnittliche Lebensdauer und Reparierbarkeit von Elektrogeräten, müssen einheitlich und verlässlich über den digitalen Produktpass bereitgestellt werden. Die Europäische Kommission muss sicherstellen, dass der digitale Produktpass auf Verbraucherbedürfnisse ausgerichtet ist, um den Kauf, Nutzung und Wiederverwendung von Produkten nachhaltig zu gestalten. Produktnormung und delegierte Rechtsakte zur Art der Informationen dürfen sich nicht ausschließlich an den Interessen von Industrie und Handel orientieren. Sonst besteht die Gefahr, dass insgesamt mehr Ressourcen für den digitalen Produktpass ausgegeben als eingespart werden.³⁰

4. VERBRAUCHERFREUNDLICHES ENERGIESYSTEM VON MORGEN ETABLIEREN

In einem Energiesystem, das im Zuge des Ausbaus der erneuerbaren Energien und der Elektrifizierung durch eine zunehmend volatile Stromerzeugung und der Zunahme von steuerbaren Verbrauchsgeschäften wie Wärmepumpen und E-Auto-Ladestationen geprägt ist, gewinnen dynamische Stromtarife für private Haushalte an Relevanz. So können Verbraucher:innen bei der Nutzung eines dynamischen Stromtarifs durch Verhaltensanpassung Kosten einsparen. Allerdings können extreme Preissteigerungen an den Strommärkten für sie mit Kostenrisiken verbunden sein. Viele Verbraucher:innen fühlen sich häufig noch unzureichend über dynamische Stromtarife informiert.³¹

- ✦ Bisher müssen Stromversorger vollständig über die Chancen, Kosten und Risiken dieser Tarife informieren. Der vzbv fordert darüberhinausgehend klare Mindeststandards für die Tarifinformationen dynamischer Tarife.
- ✦ Anbieter sollten verpflichtend standardisierte und leicht verständliche Informationen über die Struktur und Zusammensetzung der Strompreise bereitstellen.
- ✦ Die wichtigsten Preisbestandteile und potenzielle Kostenrisiken sollten für Verbraucher:innen direkt einsehbar und vergleichbar sein.
- ✦ Die Angabe von historischen Preisdaten über einen Zeitraum von zwölf Monaten ist hilfreich. Hierbei sollten alle staatlichen Abgaben und Umlagen als auch Aufschläge, welche das Unternehmen selbst erhebt, berücksichtigt werden.
- ✦ Der Tarifvergleich von Festpreis- und dynamischen Tarifen sollte verbraucherfreundlicher ausgestaltet werden. Dazu zählt etwa eine klare Auszeichnung, um welche Art von Tarif es sich handelt. Darüber hinaus sollte der Durchschnittspreis

²⁹ Aktuelle Forderungspapiere rund um das Thema Reparatur und Ersatzteilkosten siehe vzbv: Recht auf Reparatur: Teure Ersatzteile machen Reparaturen unattraktiv, 2024, <https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/recht-auf-reparatur-teure-ersatzteile-machen-reparaturen-unattraktiv>, 10.12.2024

³⁰ Aktuelle Forderungspapiere rund um das Thema Digitaler Produktpass siehe vzbv: Digitaler Produktpass muss nachhaltigen Konsum für Verbraucher:innen vereinfachen, 2024, <https://www.vzbv.de/meldungen/digitaler-produktpass-muss-nachhaltigen-konsum-fuer-verbraucherinnen-vereinfachen>, 10.12.2024

³¹ Repräsentative Befragung im Auftrag der Marktbeobachtung Energie, 16. Oktober 2024: https://www.vzbv.de/sites/default/files/2024-10/Dynamische%20Stromtarife_repr%C3%A4sentative%20Befragung%202024.pdf

des dynamischen Tarifs sowie dessen Minimal- und Maximalwerte für die vergangenen zwölf Monate bereitgestellt werden. Optional ist es sinnvoll, auch nur Tarife eines Typs miteinander vergleichen zu können.

- ❖ Es braucht transparente Preisinformationen auf Vergleichsportalen, damit Verbraucher:innen aus verschiedenen Tariftypen den für sie besten auswählen können.
- ❖ Es braucht dynamische Tarife, die eine Preisobergrenze enthalten und gegenüber exorbitanten Börsenausschlägen schützen, denn für viele Verbraucher:innen würde eine Preisobergrenze einen dynamischen Stromtarif attraktiver machen.

Neben dem Aus- und Umbau der Stromnetze sind lokale und regionale Wärmenetze ein wichtiger Teil der Energiewende. Die Europäische Union hat im Rahmen der Neufassung der Richtlinie zur Steigerung der Energieeffizienz (EED)³² die Kriterien für effiziente Wärmenetze neu gefasst. Dies betrifft insbesondere den Mindestanteil von Wärme aus erneuerbaren Quellen, Kraftwerken mit Kraft-Wärme-Kopplung oder Abwärme. Falls diese Anteile nicht erfüllt werden, müssen die Betreiber der entsprechenden Netze nach Art. 26 Abs. 5 EED einen Plan zur Gewährleistung eines effizienteren Verbrauchs von Primärenergie, zur Reduzierung von Verteilungsverlusten und zur Steigerung des Anteils erneuerbarer Energien erstellen. Das dort adressierte Problem von Verteilungsverlusten sollte jedoch unabhängig von der Erzeugungsstruktur adressiert werden. So haben auch Netze, die bereits mit einem hohen Anteil erneuerbarer Energien betrieben werden, teilweise hohe Verteilungsverluste. Dies wiederum kann zu erhöhten Wärmepreisen für Verbraucher:innen führen.

- ❖ Der vzbv fordert die Festlegung spezifischer Grenzwerte für Verteilungsverluste in Wärmenetzen. Falls ein Netz über diesem Grenzwert liegt, sollte der jeweilige Betreiber dazu verpflichtet werden, Maßnahmen zu ergreifen, die Verteilungsverluste zu verringern – unabhängig davon, wie die Wärme im jeweiligen Netz erzeugt wird.

5. VERBRAUCHERFREUNDLICHE MOBILITÄT VON MORGEN GESTALTEN

Die Elektromobilität spielt eine Schlüsselrolle bei der Transformation des Verkehrssektors hin zu einer nachhaltigeren und klimafreundlicheren Zukunft. Verbraucher:innen profitieren besonders von energieeffizienten Elektrofahrzeugen, da diese nicht nur die Umwelt schonen, sondern oftmals auch durch geringere Betriebskosten überzeugen.³³ Um die Akzeptanz und Verbreitung dieser Technologie zu stärken und die ökologische Wirkung der Elektromobilität ganzheitlich zu bewerten, sieht der vzbv Handlungsbedarf.

- ❖ Es müssen verbindliche Effizienzvorgaben für batterieelektrische Fahrzeuge, basierend auf einem Flottengrenzwert von 16 kWh/100 km nach dem Weltweit harmonisierten Testverfahren für Personenkraftwagen (WLTP), ab dem Jahr 2030 eingeführt werden. Im Gegensatz zur aktuellen CO₂-Grenzwertregelung darf das Fahrzeuggewicht nicht als Bezugsgröße herangezogen werden, da es Verbraucher:innen nicht als Kaufkriterium dient. Stattdessen sollte der durchschnittliche Energieverbrauch pro Kilometer den Maßstab bilden. Überschreitungen des Grenzwerts sollten analog zur bestehenden Gesetzgebung mit einer Strafe von 95

³² RICHTLINIE (EU) 2023/1791 DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES vom 13. September 2023 zur Energieeffizienz und zur Änderung der Verordnung (EU) 2023/955 (Neufassung); https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=CELEX:32023L1791_02.01.2025

³³ ADAC Kostenvergleich: Elektrofahrzeuge und PlugIn-Hybride mit Benzinern und Dieselfahrzeugen, ADAC, Oktober 2024; <https://assets.adac.de/Autodatenbank/Autokosten/E-AutosVergleich.pdf>

Euro pro kWh/100 km geahndet werden, um Anreize für Effizienz und Nachhaltigkeit zu setzen.

- Eine Cradle-to-Grave-Lebenszyklusanalyse sollte für alle Fahrzeuge verpflichtend werden, um deren gesamten CO₂-Emissionen von der Rohstoffgewinnung bis zur Entsorgung transparent zu erfassen. Automobilhersteller sollten ab dem Jahr 2026 dazu verpflichtet werden standardisierte Daten bereitzustellen. Dies ermöglicht Verbraucher:innen eine bessere Vergleichbarkeit und liefert dem Gesetzgeber die notwendige Grundlage für verbindliche Vorgaben, um die Kreislaufwirtschaft im Fahrzeugsektor gezielt zu fördern.

6. STARKE PASSAGIERRECHTE, STARKE REISEBRANCHE

Im Sommer 2024 waren 110 Millionen Fluggäste in Europa von Verspätungen und Flugannullierungen betroffen.³⁴

Die EU-Kommission geht davon aus, dass die Zahl von Passagieren, die multimodale Reisen unternehmen, von 2019 bis 2050 um 60 Millionen steigen wird.³⁵

Nur eine starke Reisebranche ist international wettbewerbsfähig. Stark ist sie, wenn viel gereist wird. Dazu braucht es effektive und effiziente Verbraucherrechte. Schlechte Erfahrungen beim Reisen müssen angemessen entschädigt werden, weil ansonsten die Menschen mittel- und langfristig weniger reisen. Das widerspräche auch der europäischen Idee von Freizügigkeit, wäre eine Belastung für die Menschen und nicht im Interesse der Reiseindustrie. Mobilitätsangebote müssen gleichzeitig zuverlässig sein. Nur das schafft das nötige Vertrauen diese auch zu nutzen. Starke Verbraucherrechte bieten dabei für die Reisebranche Anreize, sich stetig zu verbessern.

Nicht immer verläuft eine Flugreise wie geplant, manches Mal wird sie komplett von der Airline gestrichen. Reisende dürfen in diesen Fällen nicht auf einem Schaden sitzen bleiben.

- Die Reisenden brauchen starke Fluggastrechte, die im Vorfeld gut kommuniziert und im Nachgang effizient durchgesetzt werden. Das bestehende Schutzniveau muss erhalten bleiben. Soweit die Europäische Kommission die Fluggastrechte modernisieren möchte, bedarf es einer neuen Folgenabschätzung und eines Gesetzgebungsvorschlages, der den aktuellen Stand und die Entwicklungen im Reisemarkt widerspiegelt. Dabei muss die verbraucherfreundliche Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofes berücksichtigt werden. Auch zukünftig sollten Reisende ab drei Stunden Ankunftsverspätung einen Anspruch auf eine Entschädigung haben und von starken Passagierrechten profitieren. Starke Fluggastrechte unterstützen das Vertrauen der Verbraucher:innen in die Flugbranche und ermöglichen dort stärkeres Wachstum.
- Bei vielen Pleiten sind Verbraucher:innen in der Vergangenheit auf den faktisch wertlosen Erstattungsansprüchen bezüglich ihrer Vorauszahlungen für ihre geplanten aber entfallenen Flugreisen sitzengeblieben. Fluggesellschaften sollen verpflichtet werden, eine Absicherung gegen die Folgen von Insolvenzen nach Vorbild bei Pauschalreisen einzuführen.

³⁴ <https://img.airhelp.com/Documents/Reports/2024/summer-disruption-DE.pdf> (letzte Zugriff 9.4.2025)

³⁵ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=CELEX:52023PC0752> (letzter Zugriff: 9.4.2025)

- ❖ Um die Folgen des Insolvenzrisikos zu verringern, muss neben einer geeigneten Absicherung zugunsten von Flugreisenden eine ausgewogene gesetzliche Anzahlungsregelung geschaffen werden. Die derzeitige komplette Vorkassepraxis bei Flugreisen sollte verändert und durch eine Anzahlungsregelung wie im deutschen Pauschalreiserecht ersetzt werden.
- ❖ Bei multimodalen Reisen, also der Nutzung von mindestens zwei verschiedenen Verkehrsmitteln von zwei unterschiedlichen Anbietern, sind die Rechte Reisender im Falle von Verspätungen, verpassten Anschlüssen oder Ausfällen deutlich schlechter, als bei der Nutzung nur eines Verkehrsmittels. Wirklich multimodale Fahrkarten mit durchgehenden Passagierrechten sind aktuell kaum vorhanden. Gleiches gilt oftmals auch für monomodale Fahrkarten, insbesondere für grenzüberschreitende Eisenbahnreisen. Mobilitätsanbieter müssen verpflichtet werden, verstärkt multimodale Fahrkarten mit durchgehenden Passagierrechten anzubieten, ohne diese durch Ausschlussklauseln oder Ähnliches einzuschränken. Für internationale Bahnfahrten müssen die Eisenbahnunternehmen zur Ausstellung durchgehender Bahnfahrkarten verpflichtet werden.

7. GESUNDE UND SICHERE LEBENSMITTEL ZU FAIREN PREISEN

Seit Januar 2020 sind die Lebensmittelpreise um 36 Prozent gestiegen.³⁶

39 Prozent der Deutschen mussten sich im Dezember 2024 beim Lebensmitteleinkauf einschränken.³⁷

74 Prozent der Verbraucher:innen sind bereits Verpackungen mit einem verringerten Inhalt aufgefallen.³⁸

72 Prozent der Verbraucher:innen verlieren durch Mogelpackungen in Form von Preiserhöhungen durch weniger Inhalt das Vertrauen in Unternehmen.³⁹

In diesen Ländern gibt es bereits eine Kennzeichnungspflicht für Mogelpackungen: Frankreich⁴⁰, Brasilien⁴¹ und Ungarn⁴².

³⁶ Statistisches Bundesamt, 2025, https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2025/04/PD25_139_611.html, zuletzt abgerufen am 11.04.2025

³⁷ Verbraucherzentrale Bundesverband: Stärken, was alle stärkt: Verbraucherschutz im Supermarkt, 2025, <https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/staerken-was-alle-staerkt-verbraucherschutz-im-supermarkt>, zuletzt abgerufen am 11.04.2025

³⁸ Verbraucherzentrale Bundesverband: Shrink- und Skimpflation bei Lebensmitteln: Indirekte Preiserhöhungen aus Verbraucherperspektive, 2024, S.20, https://www.vzbv.de/sites/default/files/2024-11/24-11-08_Chartbook%20verdeckte%20Preiserho%CC%88hungen.pdf, zuletzt abgerufen am 11.04.2025

³⁹ Verbraucherzentrale Bundesverband: Shrink- und Skimpflation bei Lebensmitteln: Indirekte Preiserhöhungen aus Verbraucherperspektive, 2024, S.35, https://www.vzbv.de/sites/default/files/2024-11/24-11-08_Chartbook%20verdeckte%20Preiserho%CC%88hungen.pdf, zuletzt abgerufen am 11.04.2025

⁴⁰ Ministerium für Wirtschaft, Finanzen, Industrielle und Digitale Souveränität, 2024, <https://presse.economie.gouv.fr/reduflation-publication-de-larrete-ministeriel-reglementant-linformation-des-consommateurs-sur-laugmentation-des-prix-des-produits-dont-la-quantite-a-diminue/>, zuletzt abgerufen am 11.04.2025

⁴¹ Instituto de defesa de consumidores, 2022, <https://idec.org.br/dicas-e-direitos/reduflacao-pode-um-produto-diferente-ou-menor-com-embalagem-igual>, zuletzt abgerufen am 11.04.2025

⁴² Hungary Today, 2024, <https://hungarytoday.hu/new-regulation-introduced-to-combat-shrinkflation>, zuletzt abgerufen am 11.04.2025

Alleine durch erhöhte Durchschnittstemperaturen können Lebensmittel ab 2035 pro Jahr um bis zu 3,2 Prozent teurer werden.⁴³

Die steigenden Lebensmittelpreise der vergangenen Jahre haben es Verbraucher:innen erschwert, sich gesund und nachhaltig zu ernähren.⁴⁴ Oftmals ist nicht festzustellen, worauf die steigenden Lebensmittelpreise zurückzuführen sind. Klar ist aber, dass eine gesunde Ernährung nicht vom Geldbeutel abhängig sein darf. Denn Verbraucher:innen möchten sich ausgewogen und gesund ernähren.⁴⁵ Doch das ist im Alltag nicht immer so einfach. Beim Blick auf die Verpackungen im Supermarkt sehen sie sich einer Vielzahl von kleingedruckten Informationen ausgesetzt. Zu beurteilen, welches Müsli im Vergleich zu einem anderen das Gesundere ist, ist kaum möglich. Viele Lebensmittel werden sogar als besonders gesund beworben, obwohl sie zu viel Zucker, Fett oder Salz enthalten. Kinder kommen durch Marketingtricks und Werbung der Unternehmen früh mit Lebensmitteln, die viel Zucker, Fett und Salz enthalten in Berührung.

Um es Verbraucher:innen einfacher zu machen, sich gesünder zu ernähren, müssen Umgebungen geschaffen werden, die eine gesunde und nachhaltige Ernährung fördern („Ernährungsumgebung“). Dabei muss die gesündere Wahl die leichtere Wahl sein. Neben Ernährungsbildung und -aufklärung, muss ein ernährungspolitisches Gesamtpaket mit verschiedenen Maßnahmen entwickelt werden. Hohe Lebensmittelpreise müssen eine politische Priorität für die Europäischen Kommission werden.

- Die Lebensmittelwertschöpfungskette muss transparenter werden. Durch Transparenzmaßnahmen können Verbraucher:innen in ihrem Konsumalltag gestärkt und Erzeuger:innen vor unlauteren Handelspraktiken geschützt werden. Auf die Arbeit des Agriculture and Food Chain Observatory (AFCO)⁴⁶ müssen angepasste Meldeverordnungen zur Erhebung und Berechnung von Kosten und Margen entlang der Lebensmittellieferkette folgen.
- Indirekte Preiserhöhungen, wie Shrink- und Skimpflation schwächen das Vertrauen der Verbraucher:innen in die Lebensmittelwirtschaft.⁴⁷ Mogelpackungen sollten durch Lebensmittelhersteller mit einem Warnhinweis auf der Verpackung für sechs Monate gekennzeichnet werden, wenn sich der Inhalt reduziert oder die Zutatenzusammensetzung bei gleichem oder höheren Grundpreis ändert.

⁴³ Potsdam Institute for Climate Impact Research, 2024, <https://www.pik-potsdam.de/en/news/latest-news/climate-change-risk-to-price-stability-higher-average-temperatures-increase-inflation-1>, zuletzt abgerufen am 11.04.2025

⁴⁴ Verbraucherzentrale Bundesverband: Stärken, was alle stärkt: Verbraucherschutz im Supermarkt, 2025, <https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/staerken-was-alle-staerkt-verbraucherschutz-im-supermarkt>, zuletzt abgerufen am 26.03.2025

⁴⁵ Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL): Deutschland, wie es isst – der BMEL-Ernährungsreport 2024, 2024, https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/Broschueren/ernaehrungsreport-2024.pdf?__blob=publicationFile&v=4, zuletzt abgerufen am 28.03.2025

⁴⁶ European Commission: EU agri-food chain Observatory, 2025: https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/agri-food-supply-chain/afco_en, zuletzt abgerufen am 26.03.2025

⁴⁷ Zühlsdorf, A., Kühl, S., Schäfer, A., Spiller, A. (2024): Shrink- und Skimpflation bei Lebensmitteln: Indirekte Preiserhöhungen aus Verbraucherperspektive. Verbraucherstudie zur Preiswahrnehmung und Akzeptanz indirekter Preiserhöhungen, Ergebnisbericht, Göttingen, S.13, https://www.lebensmittelklarheit.de/sites/default/files/2024-11/Ergebnisbericht%20indirekte%20Preiserh%C3%B6hungen%2020241008_Barrierefrei_final_0.pdf, zuletzt abgerufen am 26.03.2025

- ❖ Die Folgen des Klimawandels haben massiven Einfluss auf die Produktivität der Landwirtschaft, die Sicherung von Lieferketten und die Preise für Verbraucher:innen.⁴⁸ Die Gefahr einer klimabedingten Lebensmittelinflation aufgrund von Verknappung von Produkten in der Landwirtschaft muss durch eine wissenschaftlich fundierte und unabhängige Folgenabschätzung frühzeitig aufgezeigt werden, um Verbraucher:innen vor unerwarteten Preiserhöhungen zu schützen.
- ❖ Der Nutri-Score erleichtert es Verbraucher:innen, die Nährstoffzusammensetzung von Lebensmitteln einer Produktkategorie miteinander zu vergleichen und hilft dabei gesünder einzukaufen. Er hat sich in den vergangenen Jahren als wichtige Unterstützung für Verbraucher:innen etabliert. Damit er Verbraucher:innen jedoch dabei unterstützt, das gesamte Produktsortiment vergleichen zu können, sollte die farbliche Nährwertkennzeichnung in Form des Nutri-Score verpflichtend eingeführt werden.
- ❖ Lebensmittel mit Kinderoptik enthalten oft zu viel Zucker, Fett oder Salz. Um für gesündere Ernährungsumgebungen zu sorgen, reichen freiwillige Selbstverpflichtungen der Lebensmittelunternehmen oder der Werbebranche erfahrungsgemäß nicht aus. Werbung für Lebensmittel mit viel Zucker, Fett und Salz, die Kinder anspricht, muss beschränkt werden.

Verbraucher:innen müssen darauf vertrauen können, dass Lebensmittel sicher sind – egal ob diese online oder im stationären Handel erworben werden. Medienberichte über bedenkliche Inhaltsstoffe oder verunreinigte Lebensmittel schwächen das Vertrauen der Verbraucher:innen in die Lebensmittelwirtschaft und die Politik gleichermaßen.⁴⁹

- ❖ Im Umgang mit Lebensmittelverpackungen, Kochgeschirr und Küchenutensilien sind Verbraucher:innen einer Vielzahl von Schadstoffen ausgesetzt.⁵⁰ Verbraucher:innen müssen sich darauf verlassen können, dass von Materialien, die mit Lebensmitteln in Kontakt kommen, keine Schadstoffe auf diese übergehen. Deshalb muss der europäische Gesetzgeber die lange angekündigte Überarbeitung der EU-Rechtsvorschriften für Lebensmittelkontaktmaterialien endlich vorlegen. Konkret angegangen werden sollten ein Verbot besonders schädlicher Stoffe, die Einführung eines Zulassungsverfahrens für Lebensmittelkontaktmaterialien und die Entwicklung eines einheitlichen und für Verbraucher:innen leicht verständlichen Kennzeichnungskonzepts.
- ❖ Viele Verbraucher:innen vertrauen fälschlicherweise darauf, dass Nahrungsergänzungsmittel auf Sicherheit, Qualität und Wirksamkeit überprüft werden, bevor sie verkauft werden dürfen. In Kontrollen der amtlichen Lebensmittelüberwachung und in Marktchecks der Verbraucherzentralen⁵¹ fallen immer wieder Produkte auf, die fragwürdige Inhaltsstoffe enthalten, überdosiert sind und mit unzulässigen Ge-

⁴⁸ Potsdam Institut für Klimafolgenforschung: Climate Change risk to price stability: Higher average temperature increase inflation, 2024: <https://www.pik-potsdam.de/en/news/latest-news/climate-change-risk-to-price-stability-higher-average-temperatures-increase-inflation-1>, zuletzt abgerufen am 26.03.2025

⁴⁹ Norddeutscher Rundfunk (NDR): 2011: Dioxinskandal erschüttert Deutschland, <https://www.ndr.de/geschichte/chronologie/2011-Dioxinskandal-erschuettert-Deutschland,dioxinskandal148.html>

⁵⁰ Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR): Gesundheitliche Bewertung von Materialien in Kontakt mit Lebensmitteln, https://www.bfr.bund.de/de/gesundheitsliche_bewertung_von_materialien_in_kontakt_mit_lebensmitteln-227.html

⁵¹ Verbraucherzentrale NRW: Marktcheck Isoflavonhaltige Nahrungsergänzungsmittel, 2024, <https://www.klartext-nahrungsergaenzung.de/wissen/lebensmittel/nahrungsergaenzungsmittel/marktcheck-isoflavone-fuer-die-wechseljahre-40843>

sundheitsversprechen beworben werden. Um den gesundheitlichen Verbraucherschutz zu stärken, muss die Europäische Kommission ein Zulassungsverfahren für Nahrungsergänzungsmittel, verbindliche Höchstmengen für Vitamine und Mineralstoffe sowie eine rechtsverbindliche Positivliste für die „sonstigen Stoffe“, aus der klar hervorgeht, welche Stoffe in Nahrungsergänzungsmitteln enthalten sein dürfen, vorschlagen.

8. GUTE FINANZDIENSTLEISTUNGEN UND TEILHABE IN ZUNEHMEND DIGITALEN MÄRKTEN

Am Finanzmarkt sind Verbraucher:innen mit einer hohen Komplexität der Produkte, einer umfassenden Digitalisierung und verschiedensten Ausschlussrisiken konfrontiert. Zusätzlich stehen viele Haushalte unter finanziellem Druck, was die Sparmöglichkeiten häufig begrenzt. Die private Altersvorsorge, die im Alter finanziellen Druck lindern soll, leistet keine ausreichend hohen Zusatzrenten. Dies liegt auch daran, dass das Geld deutlich weniger effizient angelegt wird als es möglich wäre.

➤ Um echte Teilhabe am modernen gesellschaftlichen Leben sicherzustellen, muss der Zugang zum Zahlungskonto abgesichert werden. Die Zahlungskontenrichtlinie⁵² führte 2014 das Recht auf ein Konto mit grundlegenden Funktionen ein – das Basiskonto. In der Praxis hat das leider keinen einfachen und günstigen Zugang zu einem Zahlungskonto für alle Verbraucher:innen bewirkt. Unkonkrete Vorgaben zur Entgelthöhe und das Verhalten einiger Anbieter, schlicht kein Konto anzubieten, führen dazu, dass Verbraucher:innen in Deutschland und anderen EU-Mitgliedsstaaten hohe Kosten für ein Basiskonto tragen müssen.⁵³ Einige EU-Mitgliedsstaaten haben die Zahlungskontenrichtlinie zwar aktiv verbraucherfreundlich ausgelegt und erschwingliche Basiskonten durch eindeutige Kostenobergrenzen gesetzlich sichergestellt. Die unklare Formulierung der Richtlinie lässt allerdings auch eine vage Regelungen zu, die wie in Deutschland oder Dänemark zu hohen Kosten für Basiskonten führen.⁵⁴ Die Zahlungskontenrichtlinie muss daher eindeutige Kostengrenzen und eine Pflicht zum Angebot eines Basiskontos vorschreiben, um einen praktischen Zugang zum Basiskonto sicherzustellen. Darüber hinaus sollten die Vorgaben zu den Merkmalen eines Basiskontos modernisiert und der Geltungsbereich der für Verbraucher:innen zu erwartenden Funktionen auf alle Zahlungskonten ausgedehnt werden.

➤ Für Verbraucher:innen ist es von teils existenzieller Wichtigkeit, dass Störungen bei der Nutzung ihrer Konten schnell beseitigt werden. Zugleich geht es aber auch darum, wie mögliche zusätzliche Kosten für Verbraucher:innen ausgeglichen oder eingetretene Schäden ersetzt werden können. Auf Bankenseite besteht kein hoher Handlungsdruck, Störungen zu beseitigen oder Kosten zu erstatten, solange nicht eine Vielzahl von Geschädigten ihre Ansprüche qualifiziert geltend macht. Dazu sind aber nur wenige Verbraucher:innen bereit oder in der Lage. Deshalb sollten europaweit pauschale Zahlungen zu leisten sein, wenn Konten nicht vollständig

⁵² Richtlinie 2014/92/EU (Zahlungskontenrichtlinie): <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX:32014L0092>

⁵³ Verbraucherzentrale Bundesverband: Basiskonto für alle – wenn die Bank es will <https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/basiskonto-fuer-alle-sofern-die-bank-es-will>

⁵⁴ Verbraucherzentrale Bundesverband: Basiskontoentgelte <https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/europaweiter-vergleich-basiskonto-deutschland-am-teuersten>

funktionieren. Der vzbv hält hier eine pauschale Ausgleichszahlung von 50 Euro pro Tag der nicht erbrachten Leistung für angemessen.

- ❖ Werden Versicherer in Europa insolvent, fehlt bislang eine einheitliche Insolvenzabsicherung. Dies führt dazu, dass Verbraucher:innen, die grenzüberschreitend Versicherungen abschließen im Zweifel im Insolvenzfall ihrer Versicherung schutzlos dastehen. Durch einen europaweit verpflichtenden, einheitlichen Insolvenzschutz sollte der Versicherungsschutz von Verbraucher:innen europaweit abgesichert werden.
- ❖ Verbraucher:innen brauchen vereinfachte Anlageprodukte, die unter Ausschluss von Finanzvertrieben verstanden und abgeschlossen werden können. Finanzanlagen sind Vertrauensgüter. Verbraucher:innen sind keine Finanzexpert:innen und häufig auf Beratung angewiesen. Damit müssen sie sich darauf verlassen, dass ihnen objektiv vermittelt wird, wie bestimmte Anlagen funktionieren und ob diese zu ihrem Anlagebedarf passen. Das provisionsbasierte Vertriebssystem konterkariert allerdings systematisch diese Funktion der Beratung. Häufig erhalten Verbraucher:innen gerade keine bedarfsgerechte Empfehlung. Vereinfachte und standardisierte Anlageprodukte, die den Entscheidungsprozess für Verbraucher:innen vereinfachen, können eine Abmilderung des Problems darstellen.

9. VERBRAUCHERSCHUTZ AUCH INTERNATIONAL MITDENKEN

Nicht nur in der Europäischen Union hat sich der Alltag der Verbraucher:innen durch die vergangenen Krisen verändert, sondern auch in anderen Ländern. Hohe Lebenshaltungskosten, unsichere Lieferketten, Risiken durch eine verstärkte Internetnutzung oder die Sicherheit von Produkten sind nicht nur ein Problem von europäischen Verbraucher:innen, sondern von Verbraucher:innen überall auf der Welt. Der Austausch und die Kooperation von Entscheidungsträger:innen ist daher von besonderer Bedeutung. Denn globale Unternehmen sind nicht nur in der Europäischen Union tätig, sondern auch in den USA oder Asien. Deswegen sollte Verbraucherschutz auf internationaler Ebene immer mitgedacht werden.

- ❖ Die internationale Kooperation im Rahmen des OECD-Ministertreffens sollte gestärkt werden. Das erstmalige Treffen der Verbraucherschutzminister im Jahr 2024 (OECD Consumer Policy Ministerial Meeting) sollte in regelmäßigen Abständen weitergeführt werden.
- ❖ Die Europäische Kommission sollte sich aktiv in der Intergovernmental Group of Experts on Consumer Protection and Competition Law and Policy (UNCTAD) auf UN-Ebene einbringen.
- ❖ Die bisherige Zusammenarbeit zwischen der EU und den USA auf Behördenebene sollte auch mit der neuen Administration fortgeführt werden. EU- und US-Märkte und die dort aktiven Unternehmen ähneln und überschneiden sich häufig, so dass ein Behördendialog zu besserem Verbraucherschutz auf beiden Seiten führen kann. Perspektivisch sollten EU und US-Behörden Rechtsdurchsetzungsaktivitäten miteinander koordinieren. Über die Arbeitsergebnisse muss transparent berichtet werden. Die Europäische Union sollte sich etwa für einen strukturierten Datenaustausch mit den USA über die Einfuhr gefährlicher und nicht verkehrsfähiger Produkte einsetzen.

10. DEN VERBRAUCHERALLTAG ENTBÜROKRATISIEREN

61 Prozent der Verbraucher:innen ohne Rechtsschutzversicherung können sich keinen Anwalt für einen Rechtsstreit leisten.⁵⁵

Bei grenzüberschreitenden Streitigkeiten sind Verbraucher:innen besonders schutzbedürftig, wenn sie sowohl mit einem ausländischen Unternehmen als auch einer anderen Sprache und Rechtsordnung konfrontiert sind. Es ist deshalb wichtig, dass Verbraucher:innen bereits nach geltendem Recht grundsätzlich in ihrem Heimatland klagen können und auch nur dort verklagt werden können. Doch diese Regelungen sind lückenhaft und gelten nicht für Beförderungsverträge und bei der Miete von Ferienwohnungen, obwohl gerade hier häufig ein Auslandsbezug besteht.

Für Sammelklagen gibt es bislang keine Regelungen über die internationale Zuständigkeit, obwohl mit der Verbandsklagenrichtlinie (RL 2020/1828) europaweite Sammelklagen eingeführt wurden. Auch nach der bisherigen Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs⁵⁶ bleibt ungeklärt, ob sich Verbraucherorganisationen auf den Verbrauchergerichtsstand berufen können und inwieweit bei Sammelklagen auch Geschädigte aus anderen Mitgliedstaaten vertreten werden können.

Um das Verbrauchervertrauen in den Europäischen Binnenmarkt nachhaltig zu fördern, ist es wichtig, Verbraucher:innen auch bei grenzüberschreitenden Streitigkeiten hohe Rechtssicherheit und einen möglichst niedrigschwelligen (bürokratiearmen) Zugang zu Lösungen anzubieten. Die Europäische Union sollte die Verordnung über die gerichtliche Zuständigkeit und Vollstreckung⁵⁷ deshalb in folgenden Punkten ergänzen:

- Verbraucher:innen müssen möglichst ausnahmslos vor dem Gericht ihres Wohnsitzes klagen dürfen und auch nur dort verklagt werden können. In der EU-Verordnung über die gerichtliche Zuständigkeit in grenzüberschreitenden Fällen müssen die Ausnahme für Beförderungsverträge gestrichen und die Miete von Ferienwohnungen als Verbrauchervertrag eingestuft werden.
- Es muss ein neuer Gerichtsstand für Sammelklagen geschaffen werden, der dem Verbrauchergerichtsstand der abhängigen Ansprüche der Verbraucher:innen folgt. Ein solcher Gerichtsstand für Kollektivklagen muss in all denjenigen Mitgliedstaaten zur Verfügung stehen, in denen von der Klage betroffene Verbraucher:innen ihren gewöhnlichen Aufenthaltsort haben. Darüber hinaus müssen aber immer auch grenzüberschreitende Anmeldungen zu einer Kollektivklage möglich sein, um den unionsweiten Anschluss von betroffenen Verbraucher:innen im Sinne der Verbandsklagenrichtlinie⁵⁸ zu ermöglichen.⁵⁹ Haben Verbraucher:innen einen Konflikt

⁵⁵ GDV: Verbraucher wünschen sich einen leichten und schnellen Zugang zum Recht, 2022, <https://www.gdv.de/gdv/medien/medieninformationen/verbraucher-wuenschen-sich-einen-leichten-und-schnellen-zugang-zum-recht--112774>, 10.05.2025

⁵⁶ EuGH, Urt. v. 25.1.2018 – C-498/16 (Schrems/Facebook Ireland Limited); EuGH Urt. v. 9.7.2020 – C-343/19 (VKI./WW AG)

⁵⁷ Verordnung (EU) Nr. 1215/2012, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/ALL/?uri=celex%3A32012R1215>

⁵⁸ Richtlinie (EU) 2020/1828, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/ALL/?uri=CELEX:32020L1828>

⁵⁹ Artikel 9 (3) Richtlinie 2020/1828/EU (Verbandsklagenrichtlinie): <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=CELEX:32020L1828>

mit ihrem Vertragspartner und kommen bei der Problemlösung mit dem betroffenen Unternehmen nicht weiter, kann ein unabhängiger Dritter helfen. Verbraucher:innen müssen ihre Ansprüche schnell, einfach und effizient durchsetzen können. Das gilt für alle Bereiche des Alltags: Ob im Bereich der Fluggastrechte, bei Streit um die Energieversorgung oder bei defekten Elektrogeräten.

- ❖ Damit alle Verbraucher:innen eine tatsächliche Chance auf niedrigschwellige und faire Lösungen haben, sind Anpassungen an der Richtlinie zur außergerichtlichen Streitbeilegung⁶⁰ nötig:
- ❖ Es braucht eine Teilnahmepflicht für Unternehmer in den Sektoren mit den europaweit höchsten Verbraucherbeschwerden. Das betrifft aus deutscher Sicht insbesondere kritische Bereiche wie Reisen und Mobilität sowie Telekommunikation. Zugang zu einer Schlichtungsstelle muss in diesen Bereichen auch Zugang zu einem Schlichtungsverfahren bedeuten.
- ❖ Um Verbraucher:innen langwierige Auseinandersetzungen zu ersparen, ist mehr Verbindlichkeit in den Entscheidungen nötig. Ein Schlichtungsvorschlag zugunsten von Verbraucher:innen muss nach einer bestimmten Zeit bindend werden, wenn der Händler ihm nicht widerspricht.

Allgemeine Geschäftsbedingungen spielen als Vertragsbestandteile im Geschäftsverkehr eine wichtige Rolle. Zugleich werden sie aber immer komplexer und sind oft sehr umfangreich. Sie zu lesen bedeutet viel Zeitaufwand für die Verbraucher:innen und viele schrecken vor diesem Aufwand zurück. Daher werden die allgemeinen Geschäftsbedingungen von den meisten Verbraucher:innen zwar zur Kenntnis genommen, der genaue Inhalt bleibt aber oft unbekannt und kommt erst im Streitfall zum Tragen. Um einen besseren Überblick über die Vertragsbedingungen und deren Inhalte zu erhalten, sollten Verbraucher:innen eine leicht verständliche Zusammenfassung der wichtigsten Geschäftsbedingungen in leicht zugänglicher Weise zur Verfügung gestellt bekommen. Darüber hinaus sollte es Standards für eine fest vorgegebene Struktur und der wiederzugebenden Inhalte in einer solchen Zusammenfassung geben.

Eine weitere Erleichterung im Verbraucheralltag könnte ein EU-weiter Kündigungsbutton bringen. In Deutschland wurde bereits zum 1. Juli 2022 ein Kündigungsbutton samt Eingangsbestätigung eingeführt⁶¹ und brachte eine Erleichterung bei der Kündigung von langfristigen Verträgen, wie zum Beispiel Handyverträgen oder Abonnements. Die Regelungen zum deutschen Kündigungsbutton sind detailliert und gut und sollten als Vorbild für einen EU-weiten Kündigungsbutton herangezogen werden.

⁶⁰ Richtlinie 2013/11/EU (Richtlinie über alternative Streitbeilegung in Verbraucherangelegenheiten): <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX%3A32013L0011>

⁶¹ Gesetz für faire Verbraucherverträge, https://www.bmj.de/SharedDocs/Downloads/DE/Gesetzgebung/BGBl/Bgbl_Faire_Verbrauchervertraege.pdf?__blob=publicationFile&v=3