

**KONZEPTE FÜR HESSEN:
MIT GRÜN GEHT'S BESSER**



**MODERNE GRÜNE
VERBRAUCHERPOLITIK
EIN KONZEPT
FÜR HESSEN**

www.gruene-hessen.de

**BÜNDNIS 90
DIE GRÜNEN**

LANDTAGSFRAKTION HESSEN



KONZEPTE FÜR HESSEN: MIT GRÜN GEHT'S BESSER



Hessen braucht neue Antworten auf die wichtigen gesellschaftlichen Fragen unserer Zeit. Die Grünen wollen Alternativen zur schwarz-gelben Politik aufzeigen und Antworten geben: mit innovativen, manchmal auch provokanten und für die Gesellschaft relevanten Konzepten.

Mit diesen neuen Konzepten bekräftigen wir unseren selbstbewussten Anspruch, die ökologische, soziale und progressive Kraft der Linken Mitte zu werden. Es ist Zeit für grüne Konzepte, um Hessen fit für die Zukunft zu machen.

Unsere Maxime lautet deshalb: Konzepte für Hessen – Mit Grün geht's besser!

Fraktionsvorsitzender

Weitere Informationen, die Möglichkeiten zum Download und zur Bestellung aller bislang erschienen Konzeptpapiere finden Sie unter:

www.gruene-hessen.de - Konzepte für Hessen

www.gruene-hessen.de

**BÜNDNIS 90
DIE GRÜNEN**

LANDTAGSFRAKTION HESSEN



MODERNE GRÜNE VERBRAUCHERPOLITIK – EIN KONZEPT FÜR HESSEN

INHALT

I. Einleitung	2
1. Ausgangslage: Macht und Ohnmacht der Verbraucherinnen und Verbraucher.....	4
2. Spielräume der hessischen Verbraucherschutzpolitik nutzen.....	2
II. Leitlinien GRÜNER Verbraucherschutzpolitik	4
1. Verbraucherschutz zu einem modernen Bürgerrecht entwickeln.....	4
2. Kompetenz der Verbraucherinnen und Verbraucher ausbauen.....	5
3. Verbraucherinnen und Verbraucher zu verantwortlichem Konsum anregen.....	5
III. Maßnahmen für eine moderne Verbraucherpolitik in Hessen	6
1. Maßnahmen damit Verbraucherschutz in Hessen zu einem modernen Bürgerrecht wird.....	6
1.1. Kontrollen schlagkräftiger machen.....	6
1.2. Transparenz verbessern.....	7
1.3. Grauen Markt im Internet und „Borderline-Produkte“ kontrollieren.....	7
1.4. Kinder vor giftigem Spielzeug schützen.....	8
1.5. Verbraucherinformationsgesetz verbessern.....	8
1.6. Finanzkontrolle stärken.....	9
1.7. Qualität und Preistransparenz beim Trinkwasser sicher stellen.....	10
1.8. Nanotechnologie.....	11
1.9. Radiofrequenz Identifikation (RFID).....	11
1.10. Beteiligung der Wirtschaft an der Finanzierung.....	13
2. Kompetenz stärken.....	13
2.1. Verbraucherbildung vor Ort.....	13
2.2. Verbraucherbildung in Lehrpläne integrieren.....	14
2.3. Verbraucherzentralen stärken.....	14
2.4. Transparente Kennzeichnung von Produkten fördern.....	15
2.5. Kennzeichnung von Produkten ohne Gentechnik.....	15
2.6. Internet nutzen.....	16
3. Verbraucherinnen und Verbraucher zum verantwortlichen und nachhaltigen Konsum anregen.....	17
3.1. Qualität des Konsums – Was wir konsumieren kann die Welt verändern.....	17
3.2. Quantität des Konsums – Weniger ist mehr.....	17

I. EINLEITUNG

1. Ausgangslage: Macht und Ohnmacht der Verbraucherinnen und Verbraucher

In Deutschland haben wir einen relativ hohen gesetzlich vorgeschriebenen Standard für Lebensmittel. Trotzdem sorgen Skandale im Ernährungsbereich regelmäßig für negative Schlagzeilen. Gut in Erinnerung sind Dioxinverunreinigungen, Gammelfleisch oder Schimmelpilze. Mangelnde Eigenkontrolle durch die Unternehmen, lückenhafte staatliche Kontrollen, eine unzureichend ausgestattete Lebensmittelüberwachung, undurchsichtige Kennzeichnung und zum Teil kriminelle Energien führen immer wieder zu gravierenden Fällen von Verbrauchertäuschung und Gefährdungen. Oft entstehen die Probleme aus dem Kostendruck in der Ernährungsbranche, weil möglichst billige Produkte nachgefragt und angeboten werden.

Verbraucherpolitik beschränkt sich aber keineswegs nur auf Lebensmittel. Gift im Spielzeug, finanzielle Verluste durch falsche und provisorientierte Finanzberatung der Anbieter und Verkäufer (Bsp.: Lehman-Zertifikate) sowie bei Versicherungen und bei Krediten prägen immer wieder die Schlagzeilen. Durch Kartelle übertriebene Gas-, Strom- und Treibstoffpreise, Telefon- und Internetabzocke und unlautere Werbung sind wichtige politische Fragen, auch wenn sie leider immer noch stiefmütterlich behandelt werden.

Gleichzeitig verändert sich unsere Konsumwelt seit Jahren rasant und mit gravierenden Auswirkungen auf die gesamte Gesellschaft. Immer mehr neue Produkte, neue Kommunikationsmöglichkeiten und neue Dienstleistungsangebote kommen auf den Markt. Dies bietet Auswahl und Wahlmöglichkeit, stellt Verbraucherinnen

und Verbraucher aber auch vor große Herausforderungen und komplexe Entscheidungen. Durch Fehlentscheidungen können gesundheitliche oder finanzielle Nachteile entstehen.

Mit ihren Konsumententscheidungen besitzen Verbraucherinnen und Verbraucher eine große Macht innerhalb des Marktgefüges. Sie können durch ihr Nachfrageverhalten Einfluss auf Herstellungsprozesse und Produktentwicklungen nehmen. Denn Unternehmen reagieren empfindlich, wenn Kundinnen und Kunden „mit dem Einkaufskorb abstimmen“, also negativ eingeschätzte Produkte oder Unternehmen meiden.

2. Spielräume der hessischen Verbraucherpolitik ausnutzen

Auch wenn viele Weichen für die Verbraucherpolitik in Hessen auf EU- oder Bundesebene gestellt werden, müssen die vorhandenen Spielräume im Sinne von Verbraucherinnen und Verbrauchern genutzt werden.

Die EU gibt einheitliche Standards für den Verbraucherschutz in Europa vor, die in Deutschland umgesetzt werden müssen. Aufgabe der Bundesregierung ist die zeitgemäße Gestaltung der Rahmenbedingungen für angemessene Verbraucherrechte und den Schutz vor Täuschung und Irreführung. Dabei werden jedoch die Interessen der Verbraucherinnen und Verbraucher noch zu selten und nur punktuell berücksichtigt. Die Bundesländer sind teilweise für die Umsetzung der Vorgaben zuständig. Originäre Landesaufgaben sind die Überwachung der Lebens- und Futtermittelwirtschaft und von Gebrauchsgegenständen wie Spielzeug und Kosmetik.

Die hessische Landesregierung baut ihr Verbraucherkonzept derzeit auf den drei Säulen (1) Verbraucherinformation und Verbraucherbildung, (2) Qualitätsmanagement bei Produktion und Verarbeitung von Lebensmitteln und (3) behördlichen Verbraucherschutz auf.

Auf allen drei Ebenen gibt es in Hessen gravierende Mängel.

Das Budget für Verbraucherinformation wurde in 2004 empfindlich gekürzt. Betroffen war vor allem die Verbraucherzentrale Hessen (VZH). Ohne angemessene Landesunterstützung ist die VZH personell und finanziell nicht in der Lage, die stetig wachsenden Beratungsbedürfnisse von Verbraucherinnen und Verbrauchern zu bewältigen. Generelle Kontroll- oder Marktüberwachungsaufgaben wie Abmahnungen bei Verstößen gegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) oder im Rahmen des Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb sind kaum mehr möglich.

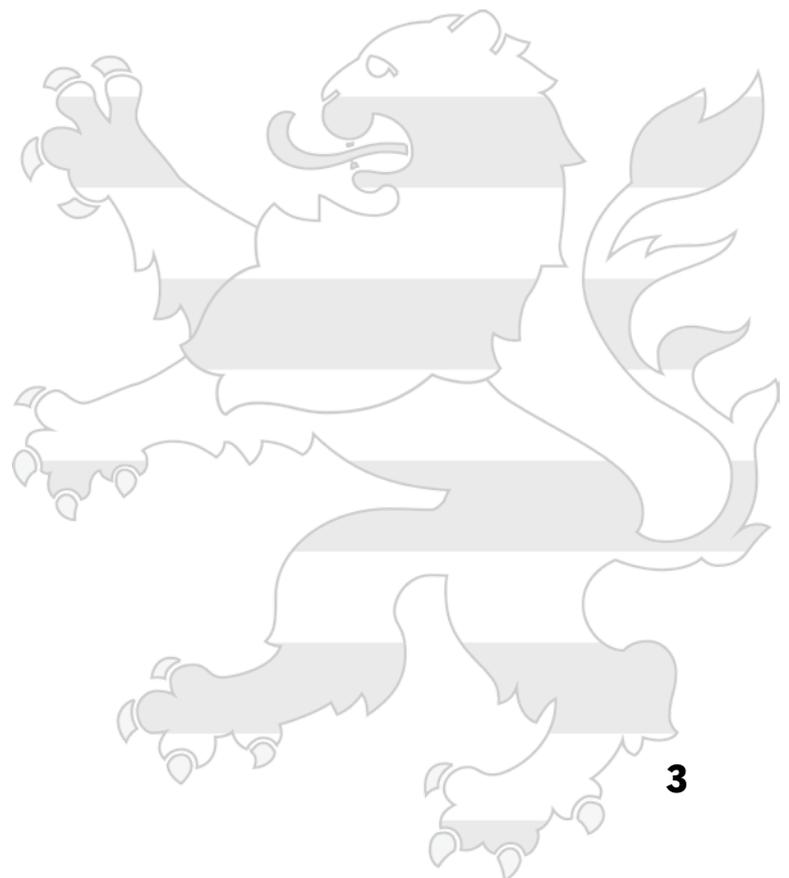
Im Bereich Qualitätsmanagement setzt die Landesregierung in erster Linie auf die Eigenkontrolle und Selbstverantwortung der Lebensmittelwirtschaft sowie auf punktuelle Kontrollen durch die Lebens- und Futtermittelüberwachung. Die Lebensmittelskandale der letzten Jahre haben aber gezeigt, dass dies nicht ausreicht, um Verbraucherinnen und Verbraucher z.B. vor Gammelfleisch oder Dioxin im Essen zu schützen.

Der behördliche Verbraucherschutz wurde u.a. aus Spargründen von der Landesregierung kommunalisiert. Dieser Prozess führte in den Kommunen teilweise zu einer Eingliederung der Lebensmittelkontrolle in andere Ämter wie das Gesundheitsamt und eine Ausdünnung der Personaldecke. Im Ergebnis gibt es nun große regi-

onale Unterschiede bei dieser behördlichen Aufgabe. Chronischer Finanz- und Personalmangel führt dazu, dass nur ein Bruchteil der Betriebe für Lebensmittel und Bedarfsgegenstände kontrolliert werden kann.

Der wirtschaftliche Verbraucherschutz ist für die Landesregierung kaum ein Thema. Hessische Initiativen gibt es lediglich zur Kontrolle der Gas- und Wasserpreise und zu unlauterer Telefonwerbung. In den Bereichen Finanzen, Telekommunikation, Informationstechnologie, Gesundheit oder Fahrgastrechte ist kaum Engagement zu beobachten.

In Hessen fehlt eine umfassende Gesamtstrategie der Landesregierung für den Verbraucherschutz. Die Landesregierung soll diese so schnell wie möglich erarbeiten und dem Landtag vorlegen.

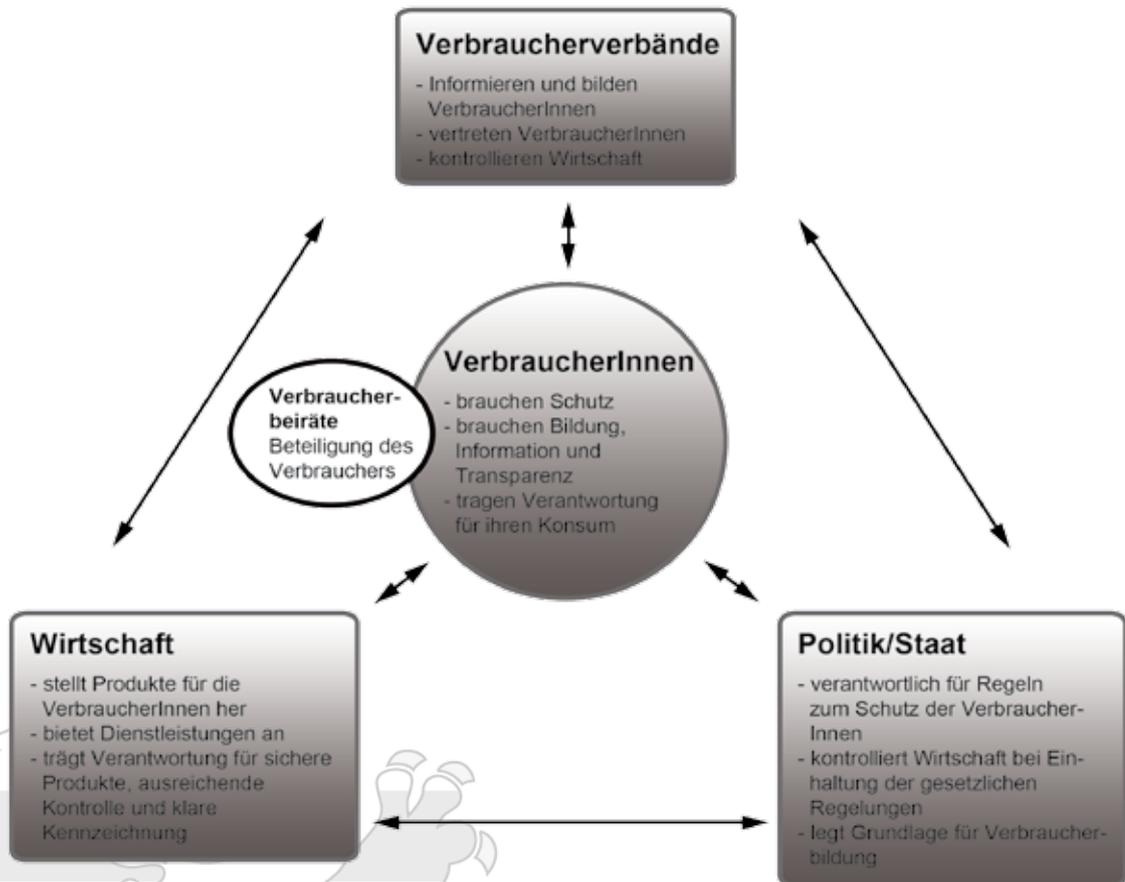


II. LEITLINIEN GRÜNER VERBRAUCHERPOLITIK

GRÜNE Verbraucherpolitik tritt aktiv und konsequent für die Rechte der Verbraucherinnen und Verbraucher ein. Die Menschen sollen ihr Leben sicher, selbstbestimmt und genussvoll gestalten können. Konsumentinnen und Konsumenten sollen auf Augenhöhe mit der Wirtschaft stehen und sich mit großem Vertrauen auf dem Markt bewegen können. Die Politik muss hierfür die

Rahmenbedingungen schaffen. Wir nehmen die Verbraucherinnen und Verbraucher ernst, fordern sie aber auch auf, ihrer Verantwortung als Käuferinnen und Käufer gerecht zu werden.

Verbraucherpolitik muss auf verschiedenen Ebenen ansetzen. Folgendes Schaubild verdeutlicht dies:



GRÜNE Verbraucherpolitik in Hessen stützt sich auf drei Säulen:

1. Verbraucherschutz zu einem modernen Bürgerrecht entwickeln

Für uns ist Verbraucherschutz ein Bürgerrecht. Verbraucherinnen und Verbraucher müssen vor Sicherheits- und Gesundheitsbeeinträchtigungen, Persönlichkeitseingriffen sowie vor wirt-

schaftlicher Benachteiligung geschützt werden. Vorhandene strukturelle Ungleichgewichte zu Gunsten der Wirtschaft und zu Lasten der Kundinnen und Kunden müssen abgebaut werden, indem der erforderliche gesetzliche Rahmen geschaffen und funktionierende Kontrollen ermöglicht werden. Gleichzeitig soll jede und jeder selbstbestimmt Marktentscheidungen fällen können. Hierfür brauchen wir transparente Pro-

dukte, d.h. eine klare Kennzeichnung von Inhaltsstoffen, Risiken etc. Der Wirtschaft als Anbieterseite sind deshalb eindeutige Regelungen durch den Staat vorzugeben.

Verbraucherschutz ist ein Querschnittsthema. Er beginnt bei dem Schutz vor gefährlichen Inhaltsstoffen in Lebensmitteln und reicht über die Schaffung von Wettbewerb bei den Energiepreisen, der Frage von sicheren Finanzprodukten und Gesundheitsdienstleistungen bis hin zur Frage des Persönlichkeitsschutzes im digitalen Zeitalter.

Verbraucherschutzpolitik und die hierfür nötigen gesetzlichen Einschnitte in das freie Handeln der Wirtschaft sind kein Gegensatz, sondern die Ergänzung einer erfolgreichen und nachhaltigen Wirtschaftspolitik. Aufgeklärte und gut informierte Kundinnen und Kunden haben Vertrauen in die angebotenen Produkte und sind verlässliche Wirtschaftspartner. Redlich wirtschaftende Unternehmen profitieren von der Kontrolle der Werbung und Abmahnungen verbrauchertäuschender Konkurrenzunternehmen. Genügen Produkte außerdem bestimmten Qualitätsstandards oder ökologischen und/oder sozialen Herstellungskriterien, werden höhere Preise von vielen als angemessen empfunden und gerne akzeptiert. Nicht zuletzt kann Verbraucherschutzpolitik Innovationsimpulse setzen, wie z.B. an dem immer noch anhaltenden Boom ökologisch erzeugter Landwirtschaftsprodukte seit der Einführung des Bio-Siegels zu sehen ist.

2. Kompetenz der Verbraucherinnen und Verbraucher als selbstbestimmte und unabhängige Marktakteure ausbauen

Damit Verbraucherinnen und Verbraucher wirklich selbstbestimmt handeln können - gerade bei

komplexen Entscheidungen wie bei Fragen der finanziellen Vorsorge oder der Wahl der richtigen Krankenkasse - reichen gesetzliche Regelungen nicht aus. Um in der Marktwirtschaft ein Gleichgewicht zwischen Unternehmen und Abnehmerinnen und Abnehmern herzustellen, müssen diese in ihrer Kompetenz für selbstbestimmte, unabhängige Entscheidungen gestärkt werden. Verbraucherbildung und -Information sind nötig, um das Für und Wider, die Chancen und Risiken von Produktentscheidungen abwägen zu können.

Leicht zugängliche, kompetente und unabhängige Informationen für die verschiedenen verbraucherrelevanten Bereiche sind hierfür unerlässlich. Dabei sind entsprechende Möglichkeiten für professionelle Beratung durch Verbraucherverbände ein entscheidender Faktor.

Beim Thema Kompetenzstärkung ist uns insbesondere der chancengerechte Zugang zu Verbraucherinformationen wichtig. Derzeit sind vor allem Akademikerinnen und Akademiker am Verbraucherschutz interessiert, beschaffen sich Informationen oder suchen eine entsprechende Beratung auf. Wir möchten, dass alle Menschen von ihren Rechten und Möglichkeiten Gebrauch machen, damit niemand finanziellen oder gesundheitlichen Schaden leidet. Deshalb schlagen wir – mit Fokus auf Chancengleichheit im Verbraucherschutz - verschiedene Maßnahmen zur Verbraucherbildung vor, die alle Gruppen unserer Gesellschaft einbeziehen.

3. Verbraucherinnen und Verbraucher zum verantwortlichen Konsum anregen

Wir erwarten von den Verbraucherinnen und Verbrauchern, dass sie Verantwortung übernehmen. Wir ermutigen sie, aktiv zu werden und für ihre Rechte zu streiten, zum Beispiel in Gremien wie dem Fahrgastbeirat von Verkehrsunterneh-

men. Gleichzeitig wollen wir Käuferinnen und Käufern nahe bringen, ihre Nachfragemacht zu nutzen und für ihre Konsumententscheidungen Verantwortung zu übernehmen. Die Anbieterseite reagiert insbesondere auf Druck, der durch gezielte Nachfragen von Kundinnen und Kunden erzeugt wird, wodurch langfristig ein vertrauensvoller und genussvoller Konsum möglich wird. So finden sich die Ursachen im jüngsten Dioxinskandal zwar in erster Linie in den unzureichenden Vorschriften für die Futtermittelproduktion, in der mangelnden Kontrolldichte und den betrügerischen Absichten bestimmter Futtermittelhersteller. Doch auch die weit verbreitete „Geiz ist geil“-Mentalität beim Fleischkauf

hat das Ausmaß dieses Skandals gefördert und begünstigt.

Verbraucherpolitik ist für uns klar wertegebunden. Ökologische Nachhaltigkeit, Generationengerechtigkeit und soziale sowie globale Gerechtigkeit müssen mit Konsum in Einklang gebracht werden. Die Verantwortung liegt hier bei allen Marktakteuren. Verbraucherschutzpolitik wird zur nachhaltigen Wirtschaftspolitik, wenn die Verbraucherinnen und Verbraucher sowohl beachten, was sie konsumieren (Konsumqualität), als auch, wie viel sie konsumieren (Konsumquantität).

III. MASSNAHMEN FÜR EINE MODERNE VERBRAUCHERPOLITIK IN HESSEN

1. Maßnahmen, damit Verbraucherschutz in Hessen zu einem modernen Bürgerrecht wird

1.1. Kontrolle von Lebensmitteln, Alltagsprodukten und Futtermitteln in Hessen schlagkräftiger machen

Kernaufgabe des Landes Hessen im Verbraucherschutz ist die Überwachung der Lebensmittel und Bedarfsgegenstände sowie der Futtermittel. Die Landesregierung hat sich seit 2005 allerdings aus der direkten Verantwortung gestohlen. Damals wurde die Durchführung der Lebensmittel- und Bedarfsgegenstandekontrolle von der Landesregierung auf die Landkreise und Großstädte übertragen. Dies hat in weiten Teilen zu einer Zersplitterung des einst einheitlichen Vollzugs der Kontrolle geführt, u.a. weil die einzelnen Landkreise im Verbraucherschutz unterschiedliche Prioritäten setzen. Hinzu kommt,

dass für einen vorsorgenden Verbraucherschutz zu wenig Personal vorhanden ist. Die Landkreise und Großstädte sind aufgrund der angespannten finanziellen Situation nicht in der Lage, ihren Personalbestand in diesem Bereich aufzustocken. Eigentlich sollten Lebensmittelbetriebe entsprechend ihrer Risikoeinstufung kontrolliert werden. Dies kann in Hessen mit der derzeitigen personellen Ausstattung nicht erfüllt werden.

Hessen braucht eine finanzielle und personelle Stärkung der amtlichen Lebensmittelkontrolle. Ziel muss es sein, dass nicht nur auf die immer wiederkehrenden Lebensmittelskandale reagiert wird, sondern ein effektiver vorsorgender Verbraucherschutz betrieben werden kann. Eine umfassende Evaluierung der Auswirkungen der Kommunalisierung soll Aufschluss darüber geben, welche Änderungen in der Struktur der Lebensmittelüberwachung vorgenommen werden

müssen, um diese effektiver zu machen und den Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher zu verbessern. Dazu kann auch gehören, dass die Verantwortung wieder auf die Ebene des Landes gezogen wird, wie dies erst kürzlich im Saarland durch die Bildung eines Landesamtes für Gesundheit und Verbraucherschutz geschehen ist.

Zusätzlich muss die derzeit bei den Regierungspräsidien angesiedelte Futtermittelkontrolle dringend auf Ausstattung und Effizienz überprüft werden, damit Futtermittelkontaminationen mit Giftstoffen wie z.B. Dioxinen in Zukunft schnell aufgedeckt und unterbunden werden können. Nur saubere Futtermittel sorgen auch für gesunde Lebensmittel.

1.2. Transparenz verbessern – Einfaches und verbindliches Kennzeichensystem in Lebensmittelbetrieben und Gaststätten einführen

Jedes Jahr dokumentiert die amtliche Lebensmittelüberwachung hohe Beanstandungsquoten in Lebensmittelbetrieben. Probleme gibt es sowohl bei der Hygiene in Betrieben, als auch durch falsche oder fehlende Kennzeichnung von deklarationspflichtigen Produkten, Zusatz- oder Inhaltsstoffen. Insbesondere unter gastronomischen Betrieben gibt es immer wieder schwarze Schafe, doch selbst schwerwiegende Verstöße kann ein Gast nur schwer erkennen. Deshalb braucht Hessen ein Kennzeichnungssystem, das das Abschneiden von Gaststätten und Lebensmittelunternehmen bei der Lebensmittelkontrolle transparent macht.

Schon lange fordern wir, dass Verbraucherinnen und Verbraucher schnell und unkompliziert erkennen sollten, ob ein Unternehmen sauber arbeitet und korrekt kennzeichnet. Wir haben als Symbol einen Smiley vorgeschlagen, analog zum

erfolgreichen dänischen Smiley-System. Die Betriebe sollen verpflichtet werden, die Ergebnisse der Untersuchung gut sichtbar in den Geschäfts- bzw. Betriebsräumen und im Eingangsbereich aufzuhängen. Zusätzlich sollen die Ergebnisse der Kontrollen auf den Internetseiten der jeweiligen Ämter für Verbraucherschutz veröffentlicht werden. So entsteht durch das Smiley-System ein positiver Anreiz für die Gastwirte und Betreiber hygienisch sauber zu arbeiten und ihre Produkte richtig zu kennzeichnen. Im Bezirk Berlin-Pankow wird der Smiley seit langem erfolgreich praktiziert, auch die Stadt Offenbach hat als erste Stadt in Hessen den Positiv-Smiley eingeführt. Wenn sich die Bundesländer mit der Bundesregierung auf eine bundeseinheitliche Lösung z.B. in Form der Hygieneampel einigen können, stimmen wir dieser Lösung zu.

1.3. Grauen Markt im Internet und „Borderline-Produkte“ kontrollieren

Seit einigen Jahren kommen Produkte auf den Markt, die als Grenzprodukte zwischen den Bereichen Nahrungs(ergänzungs)mittel, Kosmetika und Arzneimittel zu verstehen sind („Borderline-Produkte“). Insbesondere vorgebliche Gesundheitsprodukte wie Schlankheitsmittel oder Anti-Aging-Mittel, ohne oder sogar mit schädlicher Wirkung durch arzneiliche Wirkstoffe, müssen vom Verbraucherschutz in den Blick genommen werden. Aktuell wandern diese Produkte zunehmend aus dem Einzelhandel in den Graubereich des Internet ab. Deswegen müssen Strukturen geschaffen werden, die auch im Internet eine effiziente Kontrolle ermöglichen. Wichtig für eine funktionierende Kontrolle dieser Produkte ist weiterhin, dass die Lebensmittelkontrolle und Kontrollbehörden des Gesundheitswesens (z.B. die Arzneimittelkontrolle) stärker vernetzt zusammen arbeiten. Auf Bundes- und EU-Ebene müssen schärfere Regelungen bei Fragen von Zulassung bestimmter Wirkstoffe beschlossen

werden. Außerdem muss es eine Deklarationspflicht von Risiken und Nebenwirkungen auch bei „Borderline-Produkten“ geben.

In Hessen zeigte sich jüngst in einem vom Hessischen Rundfunk aufgedeckten Fall, dass das Thema „Borderline-Produkte“ weder vom Gesundheits- noch vom Verbraucherschutzministerium erkannt wurde. Ein hessisches Unternehmen hatte Vitaccino, einen angeblichen Abnehmkafee, vertrieben. Das Produkt wurde zweimal wegen des verbotenen Inhaltsstoffes Sibutramin von der Arzneimittelkontrolle beanstandet. Sibutramin hat gefährliche Nebenwirkungen wie Herz-Kreislauf-Probleme und darf deshalb nur ärztlich verordnet eingenommen werden. Trotz Ermittlungen der Staatsanwaltschaft wegen zweimaliger Beanstandung und zwei Rückrufaktionen durfte das Unternehmen sein Produkt weiterhin als gesundheitsförderlich bewerben. Ein vorläufiges Verkaufsverbot wäre beim zweiten Verstoß eigentlich geboten gewesen. Zudem ist das Produkt auch ohne Sibutramin gesundheitsbedenklich und hätte unter den bestehenden Regelungen zumindest als irreführende Werbung beanstandet werden können. Der Wirkstoff Bitterorange, der angeblich beim Abnehmen helfen soll, ist zwar als natürlicher Wirkstoff erlaubt, aber auch vor diesem wird von Gesundheitsexperten gewarnt.

Die erschreckend hohe Zahl unbedarfter Konsumentinnen und Konsumenten zeigt, dass es einer besseren Verbraucheraufklärung (über die Gefährlichkeit solcher Produkte) ggf. auch in Verbindung mit Gesundheitsbildung (z.B. gesund abnehmen) bedarf. Allerdings werden die Grenzen der Aufklärung in Zeiten der Werbeindustrie gerade bei solchen Produkten deutlich. Erwiesenermaßen negieren einige Konsumentinnen und Konsumenten im Schönheitswahn alle Warnungen.

1.4. Kinder vor giftigem Spielzeug schützen

Immer wieder werden Spielzeuge aufgrund hoher Schadstoffbelastungen beanstandet. Das ist ein unglaublicher Skandal. Gerade Kinder müssen besser vor Gift im Spielzeug geschützt werden. Die Landesregierung hat sich zwar bereits im Bundesrat für die Verschärfung der EU-Spielzeugrichtlinie eingesetzt, das ist aber nicht genug. Spielzeuge müssen in Hessen öfter und umfassender kontrolliert und die Ergebnisse schneller der Öffentlichkeit mitgeteilt werden. Zudem muss sich die Landesregierung auf Bundes- und EU-Ebene für eine verbindliche und deutliche Kennzeichnung von Spielzeug einsetzen. Aktuell gibt es zwar auf Spielzeugen verschiedenste Siegel. Doch nur wenige Eltern können durch den Siegel-Dschungel durchblicken und erkennen, was welches Siegel über die Sicherheit des Spielzeugs aussagen kann. Teilweise suggerieren einige „Siegel“ sogar Sicherheit, ohne dass hierfür je einen Nachweis erbracht wurde. Deshalb muss es ein staatlich garantiertes Sicherheitssiegel geben, das eine betriebsunabhängige Kontrolle zur Pflicht macht. Eltern sollen auf einen Blick erkennen können, ob das Produkt giftfrei ist und die Gesundheit der Kinder nicht beeinträchtigt.

1.5. Verbraucherinformationsgesetz verbessern – Bundesratsinitiative starten

Das Verbraucherinformationsgesetz (VIG) wurde im Mai 2008 auf Bundesebene eingeführt. Es räumt Verbraucherinnen und Verbrauchern das Recht ein, sich z.B. bei Behörden gezielt, schnell und unkompliziert über Produkte, deren Inhaltsstoffe und Wirkungsweisen zu informieren. Auch der Zugang zu Herstellernamen und Produkten mit Beanstandungen soll ermöglicht werden. Das Gesetz hat sich jedoch als unzureichend herausgestellt, weil Behörden nur einen Teil der vorhandenen Informationen weitergeben dürfen, um u.a. angebliche Betriebsgeheimnisse von

Firmen zu schützen. Die Namen von Herstellern, Betrieben und Produkten werden nur sehr selten genannt. Außerdem sind die Daten, die im Internet von Behörden zur Verfügung gestellt werden, oft nicht ausreichend auf die Anliegen von Verbraucherinnen und Verbrauchern zugeschnitten. Auskünfte dauern in der Regel sehr lange, weswegen sie für konkret anstehende Kaufentscheidungen nicht hilfreich sind.

In Hessen haben bisher sehr wenige Bürgerinnen und Bürger die Informationsmöglichkeit durch das VIG in Anspruch genommen. Das liegt daran, dass kaum bekannt ist, an welche Stellen man sich wenden kann, um Informationen über ein Produkt zu erhalten. Zudem werden den Bürgerinnen und Bürgern für die Informationsbeschaffung Kosten in Rechnung gestellt, die sich bis zu mehreren hundert Euro summieren können. Hessen ist hinsichtlich der erhobenen Gebühren über dem Durchschnitt der übrigen Bundesländer. Die Landesregierung muss sich deshalb im Rahmen einer Bundesratsinitiative für eine umfassende Novellierung des VIG einsetzen. Die wichtigsten Punkte für Verbesserungen dabei sind:

- Verpflichtung der Unternehmen zu Auskünften,
- Streichung von beschränkenden Ausnahmen vom Auskunftsanspruch,
- Neuregelung der Gebühren, so dass Verbraucherinnen und Verbraucher unbürokratisch und ohne abschreckende Kosten Auskünfte erhalten,
- Ausweitung des Gesetzes auf Dienstleistungen und Finanzdienstleistungen.

1.6. Finanzkontrolle bei Banken, Sparkassen und Börsen stärken

Die Finanzkrise hat deutlich gemacht, wie wichtig transparente Finanzprodukte und eine funktionierende Finanzkontrolle für unser Wirtschafts-

und Finanzsystem sind. Obwohl die Bedeutung von transparenten Anlageprodukten und verbraucherorientierter Anlageberatung seitdem anerkannt ist, gibt es weiterhin große Defizite. Wir setzen uns bundespolitisch dafür ein, den Verbraucherschutz bei Banken und Finanzdienstleistern generell besser zu verankern. In kommunaler und landespolitischer Verantwortung wollen wir die vorhandenen Möglichkeiten in den Verwaltungsräten der Sparkassen nutzen. Kommunale Vertreter der Verwaltungsräte der Sparkassen können so den gemeinnützigen Auftrag der Sparkassen nutzen, um Verbraucherthemen zu stärken: Die Sparkassen sollen z.B. unterschiedliche, auf den Kunden zugeschnittene Modelle einer provisionsunabhängigen Anlageberatung anbieten. In einem Beratungsgespräch müssen sich beide Seiten über Risiko- und Renditeerwartung im Klaren sein – es gilt die Grundregel „Hohe Rendite und gleichzeitig hohe Sicherheit gibt es nicht!“. Wir erwarten von den Sparkassen, dass sie ihren öffentlichen Auftrag ernst nehmen und eine faire und verbraucherfreundliche Zinspolitik betreiben. Zinssenkungen müssen in angemessenem Maße an Kundinnen und Kunden weitergeben und bei der Kreditvergabe dürfen keine unnötigen Zusatzversicherungen verkauft werden.

Für Börsengeschäfte müssen international geltende Standards entwickelt werden. Da der Börsen- und Bankenplatz Frankfurt auch in der EU und international ein wichtiger Faktor ist, und die Börsenaufsicht dem Land unterstellt ist, muss die Landesregierung in diesem Bereich aktiver werden. Dazu soll sie mit anderen Börsenstandorten in Europa und den USA zusammenwirken und ihr Engagement auch auf internationale Organisationen ausdehnen. Ziel ist es, dass weltweit nur Finanzprodukte an Börsen und Banken zugelassen und gehandelt werden, die einer Aufsicht unterliegen und international abge-

stimmten Transparenzkriterien für den Verbraucherschutz genügen.

1.7. Qualität und Preistransparenz beim Trinkwasser sicher stellen

Im Februar 2010 sorgte ein Urteil des Bundesgerichtshofs zur Preissenkungsverfügung des hessischen Wirtschaftsministeriums hessen- und bundesweit für Aufsehen. Der BGH hatte eine Verfügung des Wiesbadener Wirtschaftsministerium als rechtens bestätigt, die den Wetzlarer Versorger Enwag im Mai 2007 verpflichtete, die Wasserpreise bis Ende 2008 um rund 30 Prozent zu senken. Das Grundsatzurteil wurde in der Öffentlichkeit mehrheitlich als vermeintlicher Sieg für geringere Kosten und damit höhere Rechte der Verbraucherinnen und Verbraucher gefeiert. Bei genauem Hinsehen wird aber schnell deutlich, dass der Preisdruck auf privatrechtlich organisierte Wasserversorger in öffentlicher Hand langfristig nicht als ein solcher Erfolg zu bewerten ist. Bei der Zusammensetzung der Wasserpreise muss berücksichtigt werden, dass ausreichend Investitionen für eine nachhaltige Wasserversorgung getätigt werden müssen. Wenn kommunale Versorger dies aufgrund des Preisdrucks nicht mehr stemmen können, wird die Qualität des Wassers zum Nachteil des Verbrauchers zwangsläufig sinken und unterlassene Investitionen werden schließlich zu noch größeren Belastungen der Konsumenten führen. Außerdem hängt der Wasserpreis stark von regionalen Faktoren wie topographischer Lage, Siedlungsdichte und Wasserquellen ab.

Die Versorgung mit qualitativ hochwertigem Trinkwasser zu angemessenen und fairen Preisen muss auch in Zukunft zuverlässig gewährleistet sein. Eine Wasserversorgung in der öffentlichen Hand kann dies am besten gewährleisten. Der Trend zur Rekommunalisierung der Wasserwirt-

schaft in Hessen und bundesweit, der durch das Urteil des Bundesgerichtshof und der Auseinandersetzung mit dem Wirtschaftsministerium verstärkt wurde, ist daher aus verbraucher- und umweltpolitischer Perspektive sehr begrüßenswert.

Wasserversorgung im Besitz der Kommunen und in öffentlicher Rechtsform bringt für die Bürgerinnen und Bürgern die größten Chancen einer nachhaltigen Wasserversorgung und gleichzeitig einer transparente Gebührenpolitik. Gebührenerhöhungen sind zum Beispiel nur durch einen Beschluss im Gemeindeparlament möglich. So wird sichergestellt, dass eine öffentliche Diskussion entsteht, in der die Verantwortlichen unter Rechtfertigungsdruck stehen. Gleichzeitig besteht die Kommunalaufsicht im Innenministerium. Dort wird geprüft, ob die öffentliche Leistung und die Gebühr im angemessenen Verhältnis stehen.

Trotzdem muss auch in diesem Modell die Transparenz für die Verbraucherinnen und Verbraucher im Hinblick auf die Zusammensetzung der Wasserpreise verbessert werden. Deshalb soll auf kommunaler Ebene ein lokaler Verbraucherdialo ggeführt werden, in dem der Öffentlichkeit alle wesentlichen Informationen und Kostenindikatoren für die Preisgestaltung zur Verfügung gestellt werden. So können kommunale Versorger Wasserpreisunterschiede vor Ort transparent darstellen und erklären. Denkbar wäre, dass jede Wasserrechnung eine kurze Zusammenstellung der Gebührenentstehung (Auszug aus dem Wirtschaftsplan) enthält, die aufführt, wie sich der Wasserpreis zusammensetzt. Außerdem sollten die Wasserversorger verpflichtet werden, den Durchschnittspreis in Hessen aufzuführen und Abweichungen durch die ortsspezifischen Gegebenheiten zu erläutern.

In Zusammenarbeit mit dem Innenministerium sollten zusätzlich Kriterien festgelegt werden, die eine nachhaltige, faire und transparente Bemessung der Gebühren ermöglichen.

1.8. Nanotechnologie - Risiken erforschen und Verbrauchern Entscheidungsfreiheit ermöglichen

Die Nanotechnologie ist ein Forschungs- und Technologiefeld mit großen Chancen. Nicht zuletzt ist sie Hoffnungsträger in lebenswichtigen Bereichen wie der Medizin oder in Zukunftsbereichen wie der Umwelttechnologie. Die Nanoforschung ist also absolut wünschenswert und unterstützenswert. Aber noch sind unbeabsichtigte Nebenfolgen und Risiken weitgehend unerforscht. Bundesweit entspricht der Anteil an Vorsorge und Begleitmaßnahmen lediglich 7% des Projektfördervolumens der Nanotechnologie.

FAKTEN

Unter Nanotechnologie versteht man eine Vielzahl von Anwendungen und Produkten, die mit kleinsten Partikeln bekannter Stoffe, wie Silber oder Silizium arbeiten und dadurch über ganz spezielle Eigenschaften verfügen. Nanopartikel sind mit dem bloßen Auge nicht sichtbar. Ein menschliches Haar müsste man 80.000 Mal spalten, bis es ein Nanometer dünn wäre. Durch die Verkleinerung der Nanopartikel gelten für sie die normalen chemischen und physikalischen Gesetze ihrer Stoffgruppe nicht mehr. So zeigen z.B. elektrisch isolierende Stoffe plötzlich leitendes Verhalten oder nicht-lösliche Stoffe werden löslich. Möglich ist nicht nur eine Veränderung im Verhalten der kleinen Partikel, sondern auch in ihrer Mobilität. Im Gegensatz zu den größeren Mikropartikeln haben Nanopartikel fast unbeschränkten Zugang zum menschlichen Körper. Die Möglichkeit der Aufnahme in die Haut wird derzeit diskutiert, während der Eintritt von gewissen Nanopartikeln in die Blutbahn durch das Einatmen über die Lunge als gesichert gilt. Auch über den Verdauungstrakt können manche der winzigen Partikel in den Körper gelangen. Einmal in der Blutbahn bewegen sie sich praktisch ungehindert im gesamten Körper. Auch die Blut-Hirnschranke wird von gewissen Nanopartikeln wahrscheinlich überwunden.

Quelle: BUND-Studie „Aus dem Labor auf den Teller – Die Nutzung der Nanotechnologie im Lebensmittelsektor“

Weder das Umweltverhalten noch die Wirkung synthetischer Nanopartikel auf Organismen sind hinreichend untersucht. Auch Informationen zur tatsächlichen Exposition der Bevölkerung, insbesondere am Arbeitsplatz, gibt es bisher nicht. Deswegen ist die Vermarktung nanopartikelhaltiger Produkte ohne vorausgehende umfassende Risikoforschung verantwortungslos. Eine Kennzeichnung von Produkten, in denen Nanotechnologie eingesetzt wurde, ist unverzichtbar. Insbesondere bei Lebensmitteln, Kosmetika und Bedarfsgegenständen muss Verbraucherinnen und Verbrauchern Wahlfreiheit ermöglicht werden. Auf Bundes- und Europaebene soll deshalb die Kennzeichnungspflicht für Nanoprodukte bzw. -zutaten umgesetzt werden, wie sie für den Bereich Nanotechnologie Kosmetika jüngst auf EU-Ebene beschlossen wurde.

Nanotechnologie wird vom Land Hessen sowohl in der Forschung als auch im Marketing mit einigen Hunderttausend Euro gefördert. Für eine ausgewogenere Forschung wären entsprechende Förderrichtlinien im Innovationsbudget zur Risikofolgenabschätzung notwendig.

1.9. Radiofrequenz Identifikation (RFID) – den gläsernen Verbraucher im digitalen Zeitalter verhindern

Ebenso wie Nanotechnologie bringt auch die Informationstechnologie Chancen und Risiken mit sich. Das digitale Zeitalter bringt zwar enorme Vorteile für die schnelle Kommunikation der Menschen und für die Wirtschaft mit sich. Gleichzeitig greifen Marketingstrategien immer tiefer in die Persönlichkeitsrechte ein. Kundenprofile werden beispielsweise durch Kundenkarten, elektronisches Bezahlen und beim Surfen im Internet erstellt und oftmals durch die Unternehmen, z.B. für personengebundene Werbemaßnahmen, genutzt. Innerhalb der Regulierungsmöglichkeit des hessischen Datenschutzbeauftragten muss

ein besonderes Augenmerk auf das Thema RFID gelegt werden.

FAKTEN

Radiofrequenz Identifikation (RFID) ist eine Methode zur automatischen Identifizierung und Lokalisierung von Handelsprodukten etc. durch elektronische Chips mittels elektromagnetischer Wellen. Man kann über ein Lesegerät Gegenstände identifizieren, ohne dass ein direkter Kontakt mit dem Produkt nötig ist. Die Reichweite dieser kontaktlosen Übertragung reicht je nach Technik und Anwendungsbedarf von wenigen Millimetern bis zu mehreren Metern.

Ziel ist, die positiven Möglichkeiten der neuen Technologie z. B. im Sinne verbesserter Produktions- und Logistikprozesse bei großen Produktladungen oder in der Medizin (z.B. zur Nachverfolgung von Organtransporten) zu nutzen, aber gleichzeitig Verbraucherinnen und Verbraucher vor der Datensammelwut der Unternehmen zu schützen.

Vor allem im Bereich des Einzelhandels und in verbrauchersensiblen Bereichen wie im Gesundheitsbereich ist die neue Technik aus Sicht des Verbraucherschutzes problematisch. So werden auf den RFID-Transpondern weltweit einmalige Kennungen gespeichert, die ein „markiertes“ Produkt eindeutig identifizierbar machen. So kann das einzelne Produkt identifiziert werden. Das ist bei der bisher üblichen Kennzeichnung mit dem Barcode nicht der Fall – hier wird lediglich eine Produktreihe mit dem gleichen Barcode versehen.

In Verbindung mit Kunden- oder Bezahlkarten könnten beispielsweise Supermärkte mittels RFID-Chips Einkaufsprofile erstellen und diese für personenbezogene Werbung (ähnlich wie bereits im Internet üblich) nutzen. Kundinnen und Kunden könnten z.B. vom Einkaufswagen darauf „angesprochen“ werden, ob sie nicht wieder Produkt X kaufen möchten, oder ob sie sich eventuell für das Produkt Y interessieren,

an dem sie gerade vorbei gehen. Hinzu kommt, dass RFID-Transponder noch nach Verlassen des Ladens ausgelesen werden können, wenn sie nicht beim Kauf bzw. während des Bezahlvorgangs zerstört werden. So könnte es dazu kommen, dass RFID-Chips in weiteren Läden ausgelesen werden, so dass Informationen über die Verbraucherin oder den Verbraucher – ohne deren Kenntnis – preisgegeben werden. Besonders unangenehm wäre dies nach dem Erwerb von persönlichen Produkten wie z.B. speziellen Medikamente, Sexartikeln o.ä. Bisher gibt es nur wenige Supermärkte in Deutschland, die RFID verwenden, doch das Unternehmen Metro erprobt bereits Modellsupermärkte.

Zudem ergibt sich die Gefahr der Erstellung von Bewegungsprofilen von Kundinnen und Kunden. Bereits heute werden im Nahverkehr verwandte Technologien angewandt. In Hessen gibt es ein Pilotprojekt der Hanauer Straßenbahn GmbH. Im Busverkehr werden alle Ein- und Ausstiegspunkte der Kunden erfasst und für Zwecke individueller Kundenberatung wie z.B. Kauf einer Jahreskarte gespeichert. Wir sehen natürlich die Chance, dass in Zukunft der Nahverkehr durch einfache Abbuchung von Fahrpreise und entfernungsabhängige Abrechnung attraktiver werden kann. Die Kundeninformation über die Speicherung der Daten ist allerdings sehr mangelhaft. Es ist zu begrüßen, dass der Bundesrat die Bundesregierung im Februar 2011 dazu aufgefordert hat, die EU-Empfehlungen für einen besseren Daten- und Verbraucherschutz bei RFID-gestützten Anwendungen (2009/387/EG) auf nationaler Ebene zu konkretisieren und umzusetzen. Leider setzt die Bundesregierung lediglich auf eine freiwillige Selbstverpflichtung der Wirtschaft bei Fragen von Transparenz und Kennzeichnungspflicht der RFID-Technologie. Die Landesregierung soll sich daher auf Bundesebene für verpflichtende gesetzliche Maßnahmen

aussprechen, um Verbraucherschutzbelange bei RFID-gestützten Anwendungen zu verankern. Im Sinne eines verbraucherfreundlichen und zukunftsfähigen RFID-Einsatzes muss in allen verbraucherrelevanten Bereichen ein tragfähiges Datenschutzkonzept vorgelegt werden und dessen Einhaltung durch den Landesdatenschutz kontrolliert werden.

Für Anwendungen speziell im Einzelhandel ist zusätzlich nötig:

- eine transparente Kennzeichnung von Produkten mit RFID-Chip,
- eine ausreichende und unabdingbare Information der Kundinnen und Kunden durch die Betreiber über die Technologie an sich sowie die Präsenz von RFID-Lesegeräten
- und eine einfache Deaktivierung der Chips vor Ort, bei der Hilfestellung garantiert sein muss

1.10. Beteiligung der Wirtschaft bei der Finanzierung von Verbraucherschutzpolitik

Verbraucherschutz ist eine staatliche Aufgabe, die Wirtschaft sollte jedoch an der Finanzierung entsprechend beteiligt werden. Schließlich ist die Wirtschaft mit ihren Marketingstrategien und oft intransparenten Kennzeichnungsverfahren maßgeblich dafür verantwortlich, dass der Markt teilweise zum Dschungel für Verbraucherinnen und Verbraucher geworden ist. Die Kontrolle von Lebensmitteln und Bedarfsgegenständen wird zunehmend zu einer finanziellen Belastung der Länder, bislang werden jedoch Produzenten und Verkaufsbetriebe nicht entsprechend zu ihrer Finanzierung herangezogen. Bisweilen ist sogar eine kriminelle Geschäftspolitik zu beklagen, der man mit dem bisherigen Haftungs- und Strafrecht nur ungenügend begegnen kann. Der letzte Futtermittelskandal („Dioxinskandal“) hat uns dies wieder einmal vor Augen geführt.

Das Verursacherprinzip muss deshalb auch im Verbraucherschutzbereich durch Regelungen auf Bundes- und EU-Ebene deutlich verschärft werden. Hierfür bedarf es eindeutiger Haftungsregeln, insbesondere einer Verschärfung der Produkthaftung. Daneben wäre eine strafrechtliche Verantwortlichkeit von Unternehmensleitungen zu prüfen, so dass bei krimineller Geschäftspolitik nicht der ausführende Mitarbeiter, sondern der eigentlich Verantwortliche entsprechend juristisch zu belangen ist. Schließlich sollte im Sinne einer präventiven Verbraucherschutzpolitik über ein europäisches Siegel zur Prüfung der Verkehrsfähigkeit von Produkten nachgedacht werden, welches für alle Unternehmen verpflichtend und kostenpflichtig ist.

2. Kompetenz stärken – Verbraucherinnen und Verbraucher als selbstbestimmte und unabhängige Marktakteure

2.1. Verbraucherbildung vor Ort: Aufsuchende Verbraucherberatung aufbauen

Um das Gefälle in der Verbraucherbildung zu reduzieren und allen Personen die Möglichkeit zur selbstbestimmten Marktteilnahme zu ermöglichen, müssen Hürden bei der Informationsbeschaffung abgebaut werden. Die Erfahrung von Verbraucherverbänden und Beratungsstellen zeigt, dass es bei der Beschaffung verbraucherrelevanter Informationen keine Chancengleichheit gibt. Obwohl das Problem bereits erkannt ist, ist z.B. die Verbraucherzentrale zu wenig sichtbar und greifbar für die Personen, die deren Beratung am nötigsten brauchen. Deshalb muss die Verbraucherberatung eine stärker aufsuchende Arbeit leisten. Professionelle Verbraucherberatung muss zukünftig verstärkt in Kitas, Schulen, Gemeindehäuser, Stadtteile, Volkshochschulen, Seniorenheime und Betriebe gehen.

2.2. Verbraucherbildung in Lehrpläne integrieren

Den Schulen kommt bei der Verbraucherbildung eine wichtige Rolle zu, denn dort werden alle Kinder und Jugendliche erreicht und können präventiv für ein souveränes Verbraucherverhalten in den verschiedenen Verbraucherbereichen geschult werden. Die Frage nach einem eigenen Schulfach Verbraucherschutz steht im Widerspruch zur Notwendigkeit der Entschlackung der überfüllten Lehrpläne in Hessen. Der Bereich Verbraucherbildung muss als fächerübergreifendes Thema in den hessischen Bildungsstandards verankert werden. Hessen soll sich dabei an der „Richtlinie Verbraucherbildung an allgemeinbildenden Schulen“ von Rheinland-Pfalz orientieren. Dort hat die Landesregierung die Verbraucherbildung als inter- und multidisziplinären Bereich so im Unterricht verankert, dass Lernende befähigt werden, auf die Herausforderungen der gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Veränderungen angemessen und kompetent reagieren und handeln zu können. Die Inhalte, die in verschiedenen Unterrichtsfächern angesprochen werden sollen, umfassen alle wichtigen Bereiche des Lebens, wie Ernährung, Finanzen, Vertragsbildung, Gesundheit, Wohnen, Freizeit, Sport, Mobilität und Mediennutzung.

2.3. Verbraucherzentralen stärken

Gerade durch die liberalisierten Märkte wie bspw. in den Bereichen Telekommunikation, Gesundheitsvorsorge und Altersabsicherung sind die Anforderungen für Verbraucherinnen und Verbraucher immer komplexer und unüberschaubarer geworden. Selbst gut informierte Kundinnen und Kunden haben mittlerweile Schwierigkeiten, die Fülle von Informationen zu filtern. Zudem fehlt den meisten Menschen schlichtweg die Zeit, um sich durch den Informationsdschungel zu forsten.

Einen grundlegenden Pfeiler für eine umfassende, unabhängige und objektive Verbraucherinformation stellen somit in erster Linie die Beratungsstellen der Verbraucherzentrale Hessen (VZH) dar. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Verbraucherzentrale agieren als Berater im direkten Verbraucherkontakt. Sie erstellen umfassende, objektive und allgemein zugängliche Verbraucherinformationen und betreiben – soweit es ihnen personell möglich ist – eine systematische Angebots- und Marktbeobachtung. Damit die VZH den steigenden Herausforderungen fachlich und zeitlich gerecht werden kann, muss sie finanziell und personell besser ausgestattet werden. Die Kürzungen der Landesregierung durch die Operation „Düstere Zukunft“ in 2004 waren nicht nur inhaltlich falsch, sie waren auch sehr kurzfristig gedacht. Es ist nämlich nachweislich feststellbar, dass sich vorsorgender Verbraucherschutz sogar volkswirtschaftlich auszahlt. Deutlich wird dies am Beispiel der Finanzkrise. Mangels verbraucherorientierter Anlageberatungen durch Banken sind nicht nur persönliche Verluste, sondern auch volkswirtschaftliche Verluste in Milliardenhöhe entstanden.

Derzeit ist die Verbraucherinformation in Hessen zersplittert, teilweise unkoordiniert und qualitativ nicht ausreichend gesichert. Neben der Verbraucherzentrale arbeiten der Deutsche Hausfrauenbund Hessen (DHB), der Landfrauenverband, die Sektion Hessen der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE), die Landesvereinigung Milch und andere am Thema Verbraucherinformation. Eine Bündelung und Koordinierung der verschiedenen Stellen ist notwendig, um die Effektivität und Qualität in der Verbraucherinformation und –beratung in Hessen zu verbessern.

Um die Verbraucherinformation in der Fläche zu stärken und zu professionalisieren, sollen die sie-

ben Verbraucherberatungsstellen des Hausfrauenbundes Hessen innerhalb einer Legislaturperiode in Beratungsstellen der VZH umgewandelt werden. Dies ist sinnvoll, da die Beratungsstellen des Hausfrauenbundes keine juristische Beratung und mangels entsprechender Ausbildung keine komplexen Beratungen zu Finanz- oder Versicherungsfragen leisten können. Mit der Umwandlung gäbe es in Hessen fünfzehn Beratungsstellen der VZH. Dies wäre eine gute Ausgangsbasis, um neben den wachsenden inhaltlichen Anforderungen auch die aufsuchende Arbeit zu organisieren und zu verstärken. Das Personal des Hausfrauenbundes und das der Landfrauen, das bereits in der Verbraucheraufklärung tätig ist, soll nach den Qualitätsvorgaben des Verbraucherzentralen Bundesverband (vzbv) weitergebildet und deren Kompetenz für die Grundlagenbildung im Verbraucherschutz (Ernährung, Kochen etc.) bei der aufsuchenden Arbeit genutzt werden.

2.4. Transparente Kennzeichnung von Produkten fördern

Jeder zweite Deutsche versteht die Angaben auf Lebensmittelverpackungen nicht und drei Viertel aller Deutschen können anhand der Verpackungsangaben nicht erkennen, was gesund ist. Die größte Sorge der deutschen Verbraucherinnen und Verbraucher besteht vor Mogelpackungen und gentechnisch veränderten Lebensmitteln. Dies stellte die Verbraucherstudie 2010, durchgeführt vom Institut für Demoskopie Allensbach, fest. Diese Fakten unterstreichen zum einen die Forderung für eine Verbraucherbildung, die bereits im Kindesalter beginnt, und zeigen zum anderen, dass das Thema „verständlichere Kennzeichnung“ kein Randphänomen ist. Vielmehr würde der Großteil der Bevölkerung von transparenteren Produkten profitieren. Das Land Hessen sollte sich deshalb zum einen auf Bundes- und EU-Ebene für eine trans-

parentere Kennzeichnung von Lebensmitteln, Konsumgütern sowie Finanzprodukten einsetzen, statt sie zu blockieren. Zum anderen sollen hessische Initiativen zur transparenteren Kennzeichnung unterstützt und beworben werden. Unverständlich ist, warum die von Milchbauern in Hessen eingeführte „Fair Milch“ mit regionaler Herkunft und Qualitätskriterien von der Landesregierung nicht unterstützt wird. Zudem erschwert die landeseigene Marketinggesellschaft „Gutes aus Hessen“ das Werben für tierische Produkte wie Milch, Eier und Fleisch, die ohne den Einsatz von gentechnisch veränderten Futtermitteln hergestellt sind – also genau das, was Käuferinnen und Käufer nachweislich nachfragen. Direktvermarkter und Biobauern empfinden ihre Vertretung in der Marketinggesellschaft als unzureichend. Gerade diese Bereiche stoßen bei Verbraucherinnen und Verbrauchern auf ein hohes Interesse. Deshalb sollten in einem staatlichen, regionalen Qualitätssiegel verstärkt Verbrauchererwartungen umgesetzt werden, die den Anspruch auf gute Qualität (Tier-, Umwelt- und Klimaschutz etc.) erfüllen und in dem sich die Besonderheiten der hessischen Landwirtschaft (kleinere Betriebe, kurze Wege etc.) wiederfinden. Die Marketinggesellschaft „Gutes aus Hessen“ sollte deshalb vorrangig die Interessen der Konsumentinnen und Konsumenten im Blick haben, statt einseitig die Interessen des Bauernverbands zu bedienen.

2.5. Kennzeichnung von Produkten ohne Gentechnik

Agrogentechnik ist eine Risikotechnologie, deren Spätfolgen für Verbraucherinnen und Verbraucher nach wie vor ungeklärt sind. 87 Prozent der Deutschen wollen keine Gentechnik auf dem Teller. Wir setzen uns dafür ein, dass Hessens Landwirtschaft gentechnikfrei bleibt. Einmal im Freiland ausgebracht ist Agrogentechnik nicht mehr rückholbar. Deshalb müssen alle Initiativen

ergriffen werden, um die Technologie möglichst weit einzugrenzen bzw. zu verhindern. Wir wollen eine Kennzeichnung von gentechnisch veränderten Lebensmitteln, die den Verbraucherinnen und Verbrauchern echte Wahlfreiheit garantiert. Bisher gibt es eine Kennzeichnungspflicht von gentechnisch veränderten Lebensmitteln, Zutaten oder Zusatzstoffen wenn sie:

- ein gentechnisch veränderter Organismus sind z.B. Kartoffel, Tomate;
- Gentechnisch veränderte Organismen enthalten z.B. Weizenbier mit gentechnisch veränderter Hefe;
- Aus gentechnisch veränderten Organismen hergestellt sind z.B. Öl aus gentechnisch veränderten Sojabohnen.

Lebensmittel und Zutaten, die mit Hilfe gentechnisch veränderter Pflanzen erzeugt werden, fallen nicht unter die Kennzeichnungspflicht. Fleisch, Milch oder Eier von Tieren, die gentechnisch verändertes Futter erhalten haben, müssen also nicht entsprechend ausgewiesen werden. Wir GRÜNE setzen uns für die Ausweitung der Kennzeichnungspflicht auf tierische Produkte auf Bundes- und EU-Ebene ein.

Durch das Label „Ohne Gentechnik“ werden auf freiwilliger Basis tierische Lebensmittel gekennzeichnet, die ohne den Einsatz von gentechnisch verändertem Futter hergestellt wurden. Das Label trägt damit zur gewünschten Transparenz für die Verbraucherinnen und Verbraucher bei. Das Label „Ohne Gentechnik“ muss vom hessischen Landwirtschaftsministerium durch eine Informationskampagne weiter bekannt gemacht werden, damit die Verbraucher auch bei tierischen Produkten die Wahlfreiheit haben.

2.6. Internet nutzen und zentrale Verbraucherseiten einrichten

Bei der Informationssuche wird zunehmend das Internet zum Mittel der Wahl. Vielfach entstehen Kaufentscheidungen heute durch den Austausch über individuelle Produkterfahrungen im Internet oder in sozialen Netzwerken. Anbieterunabhängige Kompetenzen kommen dabei häufig zu kurz. Leider gibt es im Internet auch viele unseriöse Verbraucherseiten, sogenannte Testseiten oder Bewertungsseiten von Ärzten etc.

Allerdings gibt es bereits einige sachlich gut informierende Seiten wie die der Stiftung Warentest, von Ökotest oder den Verbraucherzentralen. Auch in anderen Bereichen des Verbraucherschutzes gibt es wichtige Entwicklungen wie z.B. die Krankenhausbewertungsliste „Weiße Liste“, die in Kooperation verschiedener Sozialverbände mit der Verbraucherzentrale entstanden ist.

Besonders Internetseiten, die nach wissenschaftlichen Kriterien vorgehen und den Datenschutz beachten, sollten aufgebaut und gefördert werden. Im Dschungel des Internets muss es aber auch zentrale Seiten für Verbraucherinnen und Verbraucher geben, die einen hohen Glaubwürdigkeitsgrad und eine ausreichend informative Datenbasis haben. Deshalb soll der qualitätsgesicherte Aufbau eines bundesweiten Verbraucherportals unter Federführung des Bundesverbandes der Verbraucherzentralen unterstützt werden. Das von der Bundesregierung finanzierte und von der Verbraucherzentrale erstellte Internetportal www.lebensmittelklarheit.de ist zu begrüßen. Ein solches Portal sollte sukzessive auch für weitere Themen ausgebaut werden. An der Finanzierung sollen sich die Bundesländer je nach Bevölkerungsanteil sowie die Wirtschaft beteiligen. Die bestehende Verbraucherseite des hessischen Verbraucherministeriums [16](http://www.ver-</p>
</div>
<div data-bbox=)

braucherfenster.de ist lediglich als erster Schritt zu verstehen, um dem Thema Verbraucherschutz im Internet gerecht zu werden. Sie könnte dann entfallen bzw. deutlich eingeschränkt werden.

3. Verbraucherinnen und Verbraucher zum verantwortlichen und nachhaltigen Konsum anregen

3.1. Qualität des Konsums – Was wir konsumieren, kann die Welt verändern

Was wir konsumieren kann die Welt verändern. Wer ökologisch und regional angebaute Nahrung isst, Produkte aus fairem Handel kauft, regenerative Energie statt Atomstrom bezieht oder bei der Wahl von Finanzprodukten auf ökologische und soziale Kriterien achtet, kann jeden Tag Politik, Wirtschaft und Gesellschaft mit beeinflussen.

Die Aussage, dass nur Besserverdienende nachhaltig konsumieren können, ist durch viele Studien entkräftet. Es ist möglich, nachhaltig und günstig zu konsumieren. Hierfür bedarf es aber einer ausreichenden Verbraucherbildung, z.B. dem Wissen, welches Gemüse zu welcher Jahreszeit saisonal und damit gesünder, ökologischer und günstiger ist. Jede und jeder kann und soll Verantwortung übernehmen und einen persönlichen Beitrag zum nachhaltigen Konsum leisten - natürlich in unterschiedlichem Maße, je nach den eigenen Kräften und finanziellen Ressourcen.

Die Landespolitik hat bei ihrer allgemeinen Beschaffungspraxis sowie in Kantinen etc. die Möglichkeit, als Vorbild zu wirken. Daher sollen in den landeseigenen Kantinen regionale und ökologisch erzeugte Produkte angeboten werden. Es sind mittlerweile zaghafte Pflänzchen

in diesen Bereichen zu erkennen, doch noch lange keine Systematik. Auch in Schulen, Universitäten und Betreuungseinrichtungen soll es eine gesunde, ökologisch und regional erzeugte Pausen- und Mittagsverpflegung geben. Im Sinne der Verbraucherbildung und im Hinblick auf Nachhaltigkeit, Klimaschutz und Gesundheit soll zudem ein wöchentlicher „Vegetarisch“-Tag in allen öffentlichen Einrichtungen, von der Krippe bis zur Kantine eingeführt werden. Auch hierbei sollen die landeseigenen Kantinen als Vorbild voran gehen.

3.2. Quantität des Konsums – Weniger ist mehr

Echte Nachhaltigkeit geht aber über die Frage der Qualität der Produkte hinaus. Nachhaltige Verbraucherpolitik heißt auch, die Frage zu stellen, wie wir wirtschaften wollen und wie wir dies in Verantwortung auch für kommende Generationen tun können. Die Steigerung des Bruttoinlandsprodukts und die ständige Konsumsteigerung kann kein ausschließlicher Erfolgsparameter für eine erfolgreiche Wirtschaftspolitik und schon gar nicht für persönliche Zufriedenheit sein. In einer endlichen Welt mit endlichen Ressourcen kann es kein unbegrenztes Wachstum geben, wie bereits der Club of Rome in den siebziger Jahren des letzten Jahrhunderts festgestellt hat. Denn die Konsequenz einer ungehemmten Ressourcenverschwendung können wir uns weder ökologisch noch volkswirtschaftlich langfristig leisten. Qualitatives statt rein quantitatives Wachstum, also Wachstum in ökologisch nachhaltigen Bereichen und Vermeidung oder Reduzierung ökologisch schädlicher Bereiche muss das Ziel sein. In die Verbraucherpolitik übersetzt heißt das, qualitativ hochwertig und genussvoll, aber auch maßvoll und verantwortlich zu konsumieren. Nicht nur bei Slow Food hat man erkannt, dass Weniger oft mehr ist.

Wir wollen alle Verbraucher, einschließlich uns selbst, dazu ermuntern, den Sinn bzw. Unsinn einer neuen Anschaffung und die Frage der Langlebigkeit eines Produkts zu bedenken. Wir wissen aus unseren eigenen täglichen Erfahrungen, dass es manchmal schwer ist, sich beim

Kauf nicht nur von Impulsen und Gefühlen leiten zu lassen. Uns geht es nicht, um den erhobenen Zeigefinger, sondern um das Schaffen gemeinsamer neuer Werte und eines neuen, genussvollen und auf die Zukunft gerichteten Lebensgefühls.





[ZUM INHALTSVERZEICHNIS](#)

KONZEPTE FÜR HESSEN: MIT GRÜN GEHT'S BESSER

IHR DRAHT ZUR FRAKTION

BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN
Fraktion im Hessischen Landtag
Schlossplatz 1-3
65183 Wiesbaden

ZUSTÄNDIGE ABGEORDNETE

ANGELA DORN



Sprecherin für Verbraucher- und
Ressourcenschutz, Belange der
Studierenden

Tel.: 0611/350-634
a.dorn@ltg.hessen.de

MITARBEITERIN

ANKE PAVLICEK



Referentin für Umwelt (Boden,
Wasser, Luft, Lärm, Abfall), Ver-
braucherschutz, ländlicher Raum
und Gentechnik

Tel.: 0611/350-598
a.pavlicek@ltg.hessen.de

ANDREA WERNER



Das Konzept ist in Zusammenar-
beit mit unserer bisherigen Refe-
rentin für diesen Bereich entstan-
den. Vielen Dank.

www.gruene-hessen.de

**BÜNDNIS 90
DIE GRÜNEN**
LANDTAGSFRAKTION HESSEN

