

FH-VS-01 Wir machen Verbraucherinnen und Verbraucher stark

Gremium: Entwurf des BuVos

Beschlussdatum: 10.03.2017

1 Täuschung, Trickserien und Betrug – viele Menschen werden auch im Jahr 2017
2 noch zu oft über den Tisch gezogen. Während US-amerikanische VW-Kunden
3 angemessene Entschädigungen für manipulierte Autos bekommen, gehen deutsche
4 Kunden leer aus. Datenkraken und mächtige Internetkonzerne sammeln unsere Daten
5 und dealen damit ungefragt. Hinter bunten Verpackungen und Fake-Siegeln verbirgt
6 die Lebensmittelindustrie ungesundes Essen von teils minderer Qualität.

7 Verbraucherschutz betrifft alle Menschen – in nahezu allen Lebensbereichen. Von
8 der ersten Kontoeröffnung über den täglichen Einkauf bis zur Altersvorsorge. Als
9 Grüne schützen wir Verbraucherinnen und Verbraucher vor Täuschung, Vertrags-
10 Trickserien und Missbrauch von Daten. Wir kämpfen für mehr Transparenz, mehr
11 gesetzlichen Schutz und faire Klagerechte: So sieht grüner Verbraucherschutz
12 aus.

13 Nachhaltigen Konsum ermöglichen

14 Ob T-Shirt, Steak oder Smartphone: Woher ein Produkt kommt, was es enthält und
15 wie es produziert wurde, bleibt viel zu oft im Dunkeln. Wer will schon mit
16 seinem Einkauf für Kinderarbeit, verseuchte Flüsse oder Tierqual verantwortlich
17 sein? Deshalb wollen wir transparente Lieferketten mit sozialen und ökologischen
18 Mindeststandards. Es muss klar sein, was in einer Verpackung steckt. Nur wenn
19 draufsteht, was drin ist, hat nachhaltiger Konsum eine Chance.

20 Für Fleisch und Milch wollen wir eine einfache Kennzeichnung einführen, die klar
21 und deutlich zeigt, wie das Tier gehalten wurde – so wie bei Eiern längst
22 etabliert. Diese muss auch für verarbeitete Produkte gelten. Dann können
23 Konsument*innen Tierquäl*innen und Umweltzerstörer*innen die rote Karte
24 zeigen.

25 Kundinnen und Kunden werden entmündigt, wenn unverständliche Nährwertangaben
26 Dickmacher verschleiern oder vegetarische und vegane Lebensmittel unklar
27 gekennzeichnet sind. Wir wollen, dass die Lebensmittelpackung die Wahrheit sagt,
28 beispielsweise durch eine Nährwertampel.

29 Transparenz muss auch bei der Lebensmittelhygiene gelten. Wir wollen ein
30 Hygienebarometer für Gaststätten einführen. So können Verbraucherinnen und
31 Verbraucher erkennen, wie ein Betrieb bei der Lebensmittelüberwachung
32 abgeschnitten hat.

33 Für Kleidung, Lebensmittel und Möbel existiert derzeit ein undurchsichtiger
34 Siegel-Dschungel. Zwischen nichtssagender Industrierwerbung und einem
35 kontrollierten Qualitätssiegel lässt sich schwer unterscheiden. Man muss teils
36 Sherlock Holmes spielen, um herauszufinden, wo und wie etwas produziert wurde.
37 Darunter leidet die Glaubwürdigkeit ganzer Branchen.

38 Wir wollen mit dem Siegel-Dschungel aufräumen. Deshalb engagieren wir Grünen uns
39 für Mindestanforderungen für die wichtigsten Branchen und klare Kriterien wie
40 „fair“ oder „regional“. So schaffen wir die Voraussetzungen, dass ein Siegel pro
41 Sektor echte Orientierung gibt.

42 Viele Verbraucher*innen und Verbraucher wollen nachhaltig und ressourcenschonend
43 konsumieren. Doch Produkte zu reparieren, ist oft sehr schwer oder wird sogar
44 unmöglich gemacht, wenn etwa Akkus fest verschweißt werden. Updates werden nicht
45 mehr zur Verfügung gestellt, Kabel passen nicht mehr. So wird technologischer
46 Fortschritt zum ökologischen und verbraucherpolitischen Rückschritt. So
47 entstehen Müllberge aus Elektronikschrott. In Zukunft müssen Produkte so gebaut
48 sein, dass sie einfach zu reparieren und Akkus und Batterien austauschbar sind.
49 Das wollen wir über Vorgaben für ein ökologisch sinnvolles Design und längere
50 Gewährleistungsfristen sicherstellen.

51 Von VW bis Facebook – Verbraucherrechte gelten im Netz wie auf der Straße

52 Bisher gibt es in Deutschland keine finanziellen Entschädigungen für die von VW
53 Betrogenen. Anders in den USA, wo es ein starkes Gruppenklagerecht gibt, das
54 auch mächtige Konzerne zur Einhaltung ihrer Verantwortung zwingt. In Deutschland
55 dagegen ist es für Einzelne oft viel zu schwer, das geltende Recht auch zur
56 Geltung zu bringen. So weigern sich etwa Fluggesellschaften,
57 Entschädigungsansprüchen nachzukommen. Wir wollen endlich Gruppenklagen
58 ermöglichen, die das Prozessrisiko auf viele Schultern verteilen.

59 Der Dieselskandal hat gezeigt, dass Verbraucher- und Gesundheitsschutz für die
60 Bundesregierung allenfalls zweitrangig gegenüber der Diesel-Lobby ist. Wir
61 brauchen eine Kehrtwende. Staatliche Aufsichtsbehörden müssen endlich auch den
62 Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher zu ihrem Ziel machen. Sie müssen
63 sich dafür starkmachen, dass Verbraucherinnen und Verbraucher voll entschädigt
64 werden, wenn sie über den Tisch gezogen wurden. Unrechtmäßig erzielte Gewinne,
65 beispielsweise durch Kartellverstöße, sollen den Verbraucherinnen und
66 Verbrauchern zurückgegeben werden, indem aus diesen Mitteln die unabhängige
67 Verbraucherberatung gestärkt wird.

68 Wir wollen Verbraucherinnen und Verbraucher auch im Netz stärken und schützen
69 Wir akzeptieren nicht, dass Google, Facebook, WhatsApp und Co. unsere
70 persönlichsten Informationen horten und exakte Persönlichkeitsprofile von uns
71 anlegen. Wer im Internet unterwegs ist, hat das Recht, zu wissen, an wen seine
72 oder ihre Daten weitergegeben werden, und muss dagegen widersprechen können.
73 Gesundheitsdaten müssen auch digital geschützt werden. Auch in Zeiten von Big
74 Data müssen unsere Daten uns gehören. Wir wollen die Kontrolle über unsere Daten
75 zurück. Die Grundsätze des Datenschutzes – Einwilligungsvorbehalt, Zweckbindung
76 und Datensparsamkeit – müssen auch online konsequent durchgesetzt werden.

77 Die Menschen müssen sich auf ihr Recht auf kostenfreie Auskunft, Korrektur und
78 Löschung ihrer Daten verlassen können. Sie müssen entscheiden dürfen, wer welche
79 Daten sammeln und auswerten darf.

80 Algorithmen bestimmen heute, wer wie viel zahlt, welche Werbung angezeigt wird
81 und welche Kreditbedingungen wir bekommen. Je nach Wohnort oder Endgerät sind
82 manche Produkte unterschiedlich teuer. Gegen versteckte Ausspähung und
83 Diskriminierungseffekte braucht es klare Regeln - für Transparenz und
84 Verbraucherschutz im Digitalen.

85 Besserer Schutz vor Abzocke durch Banken und Versicherer

86 Fünf Euro fürs Geldabheben an fremden Automaten, überhöhte Gebühren für
87 Basiskonten, unverhältnismäßige Dispozinsen und unzureichende Beratung bei
88 Vermögensanlagen und Versicherungen. Finanzieller Verbraucherschutz ist dringend

89 notwendig, schützt vor Abzocke und steht für eine bessere Beratung: vom ersten
 90 Konto über Anlageberatung bis zur Altersvorsorge.

91 Die finanziellen Verluste durch falsche Anlageberatung werden jährlich für die
 92 deutschen Verbraucherinnen und Verbraucher auf ca. 50 Milliarden Euro geschätzt.
 93 Das ist nicht nur volkswirtschaftlicher Irrsinn, sondern beraubt Sparer*innen
 94 und Versicherte und zerstört im schlimmsten Fall Existenzen. Doch trotz aller
 95 Versprechungen der Großen Koalition stehen dabei immer noch nicht die
 96 Bedürfnisse und Wünsche der Kundinnen und Kunden im Vordergrund, sondern
 97 Verkaufsvorgaben und Provisionsversprechen für die „Berater“. Deshalb werden wir
 98 Provisionen und Gebühren deckeln und transparent machen. Unser Ziel, eine
 99 wirklich unabhängige Finanzberatung auf Honorarbasis für alle, wollen wir nach
 100 einer angemessenen Übergangszeit erreichen. Aber auch da, wo es nicht um die
 101 großen finanziellen Fragen des Lebens geht, sind Verbraucherinnen und
 102 Verbraucher den Instituten oft schutzlos ausgeliefert. Dispozinsen von zwölf
 103 Prozent und mehr sind keine Ausnahme. Wir Grünen wollen, dass kein Bankkunde in
 104 die Dispozinsfalle läuft. Deshalb werden wir den Dispozins deckeln. Ebenso muss der
 105 Zugang zu einem günstigen Basiskonto sichergestellt sein, denn gesellschaftliche
 106 Teilhabe hängt heute auch von der eigenen EC-Karte ab. In der Altersvorsorge
 107 wollen wir mit einem staatlichen Basisprodukt eine transparente Alternative zum
 108 Dschungel der Altersvorsorgeprodukte schaffen.

109 Wer Grün wählt, stimmt für diese drei Projekte:

110 _____ -
 111 _____

112 Wissen, was drin ist - Tierprodukte kennzeichnen

113 Kein Ei mit der 3! So lautet der Spruch der wohl erfolgreichsten
 114 Tierschutzinitiative aller Zeiten. Seit die Haltungsform der Legehennen
 115 gekennzeichnet werden muss, ist nämlich Schluss mit der Käfighaltung. Die
 116 Käufer*innen haben „mit dem Einkaufsbeutel“ abgestimmt. Wir sind sicher: Das
 117 wird auch bei Fleisch funktionieren. Deshalb fordern wir eine klare und einfache
 118 Kennzeichnung der Art der Tierhaltung auf allen Fleischprodukten – wie beim Ei.
 119 Damit Verbraucherinnen und Verbraucher bewusst entscheiden können, müssen
 120 sämtliche Tierprodukte gekennzeichnet werden. Auch bei verarbeiteten Produkten
 121 soll die Packung besagen, was in ihr steckt. Künftig muss daher auf der Packung
 122 gut sichtbar sein, wo und wie die Tiere gehalten wurden – das gilt für Eier,
 123 Milch und Fleisch.

124 _____ -
 125 _____

126 Datenschutz ausweiten - Privatsphäre wahren

127 Datenhungrige Unternehmen speichern individuelles Verhalten ihrer Kund*innen und
 128 nutzen diese Daten zur Profilerstellung. Die bestehenden Schutzmechanismen wie
 129 das Prinzip der Einwilligung laufen dabei ins Leere. Alle Verbraucherinnen und
 130 Verbraucher haben das Recht, zu wissen, wer was wann und wo über sie speichert.
 131 Nur sie selbst – kein Arbeitgeber, kein Internetanbieter, keine Krankenkasse und
 132 auch nicht der Staat – dürfen bestimmen, wer Zugriff auf ihre Daten hat und was
 133 damit geschehen soll. Wir werden darauf drängen, dass bei der Anpassung der
 134 deutschen Datenschutzgesetze an die EU-Datenschutzreform die hohen EU-Standards

135 für klare Grenzen von Sammlung und Verwertung persönlicher Daten und
136 Informationen nicht aufgeweicht werden.

137 _____ -
138 _____

139 Gruppenklagen für Verbraucherinnen und Verbraucher ermöglichen

140 Der Fall VW hat einmal mehr deutlich gemacht. Es ist für Verbraucherinnen und
141 Verbraucher zu schwer, ihre Rechte wirksam durchzusetzen. Viele überlegen
142 zweimal, ob sie den Aufwand auf sich nehmen ihre Rechte gerichtlich gegen einen
143 Großkonzern durchsetzen. Wir wollen das einfacher machen. Verbraucherinnen und
144 Verbraucher sollen sich zu Gruppenklagen zusammenschließen und gemeinsam durch
145 Gruppenklagen ihre Ansprüche klären können.

146 _____ -
147 _____