

Festansprache von Jutta Gelbrich, Vorstand der Verbraucherzentrale Hessen am 19.6.2009 im Hessischen Landtag

Es gilt das gesprochene Wort

Sehr geehrter Herr Landtags-Vizepräsident Heidel,
sehr geehrter Herr Ministerpräsident Koch,
sehr geehrte Frau Ministerin Lautenschläger,
liebe Freundinnen und Freunde der Verbraucherzentrale Hessen,
liebe Kolleginnen und Kollegen,

I. Einleitung

50 Jahre Verbraucherzentrale Hessen ist der Anlass für den heutigen Festakt – hier in diesem wunderschönen Festsaal des hessischen Landtages, in den uns die hessische Landesregierung eingeladen hat. Vielen Dank, Frau Ministerin Lautenschläger.

Die Verbraucherzentrale Hessen im Wandel? Der Versuch eines umfassenden Rückblicks auf die vergangenen 50 Jahre und eines Ausblick auf die Herausforderungen der nächsten Jahre 50 Jahre? Nein, das wird mein Vortrag so nicht leisten – ich werde nur ein paar Aspekte unserer Arbeit herausgreifen können.

Einen recht umfassenden Rückblick finden Sie übrigens auf unserer Online-Chronik <http://50jahre.verbraucher.de/> - werfen Sie mal einen Blick hinein – es ist durchaus interessant, was in den verschiedenen Jahrzehnten wichtig war und welche Themen damals wie heute relevant sind.

Zum Beispiel

- **Auskommen mit dem Einkommen** zieht sich wie ein roter Faden durch alle Jahrzehnte, ebenso die Themen
- **Käufermanipulation und -täuschung** durch Werbung, Mogelpackungen, untergeschobene Verträge durch Haustürgeschäfte oder Gewinnspiele bzw. Preisausschreiben;
sowie
- **Lebensmittelskandale**; Übergewicht und gesunde Ernährung;
- **unlautere Werbung** unter anderem mit Schlankheitsmitteln;
- **Kontoführungsgebühren**, allgemeinen Geschäftsbedingungen, Kreditkosten und Geschäftsgebahren der Geldinstitute und

- **mangelnder Jugendschutz** bei der Abgabe von Alkohol an Minderjährige – um nur einige Dauerthemen zu nennen.

In den **70igern (Ölkrise)** ist die Endlichkeit der fossilen Energiequellen Thema, Energiesparen ist angesagt, bundesweit startet das Projekt Stationäre Energieberatung, dass bis heute mit Bundesmitteln fortgeführt wird.

Die Katastrophe von **Tschernobyl 1986** führte zu einer erheblichen Verunsicherung und einer deutlichen Sensibilisierung hinsichtlich Umweltfragen, daher stellte die Verbraucherzentrale Hessen erstmals eine Umweltberaterin ein.

Bereits in den 80igern nutzten wir unsere Verbrauchernähe und riefen zum **Boycott von FCKW-Spraydosen** auf.

Dagegen sind die Waschmaschinen und Küchengeräte bereits Anfang der 60iger aus unseren Beratungsstellen verschwunden, wenn gleich auch noch bis weit in die 80iger die Beraterinnen beim Heimwerken oder der Einrichtung des Kinderzimmers und der Küche halfen. In Frankfurt überlebte das Angebot Küchenplanung sogar bis 2003 – wurde aber kaum noch genutzt und dann doch endgültig eingestellt.

Seit den 80igern bieten wir auch **Versicherungsberatung** an. Mit Informationsflyern, Vorträgen und Ausstellungen näherten wir uns diesem zentralen Thema.

Eines war damals und ist auch heute so – das Motto **Immer auf Ihrer Seite** – immer auf der Seite der Verbraucher - erfordert einerseits Wandlungsfähigkeit und andererseits Beharrungsvermögen.

Beides sind Voraussetzungen, um unsere Arbeit an die Herausforderungen sich verändernder Märkte sowie anderen gesellschaftlichen Veränderungen und den damit einhergehender Anforderungen anzupassen, Entwicklungen vorauszusehen und damit unsere Sensorfunktion wahrzunehmen.

Wir haben das Ohr am Markt, wir kennen die Bedürfnisse der Verbraucher, wir sind die ersten, die merken, wenn es zu Fehlentwicklungen im Markt kommt.

Das sind sicherlich herausragende Merkmale – unsere Wandlungsfähigkeit sowie unsere Wachsamkeit.

Aber auch unsere Sparsamkeit und unser Einfallsreichtum, das Beste mit unzureichenden Finanzmitteln zu leisten, sind unverzichtbar und typisch für uns. Denn die unsichere und unzureichende Finanzierung zieht sich leider auch wie ein roter Faden durch die Geschichte der Verbraucherzentrale Hessen.

II. Wie alles begann

Unsere Gründung 1959 fiel in die Zeit des beginnenden Wirtschaftswunders. Noch waren die 50iger Jahre von den Erinnerungen an die Entbehrungen der

Kriegsjahre geprägt, aber das deutsche Wirtschaftswunder hatte an Fahrt gewonnen und viele Menschen konnten sich wieder etwas leisten.

In dieser Zeit veröffentlichte Ludwig Erhard sein Buch „Wohlstand für alle“ – das Konzept der sozialen Marktwirtschaft berücksichtigte auch die besondere Bedeutung der Konsumenten für funktionierende Märkte. Der Staat sollte einen ordnungspolitischen Rahmen schaffen, in dem sich Wettbewerb entwickeln kann, Monopol- und Kartellbildung jedoch verhindert wird. Mündige Verbraucher sollten ihren Beitrag zu einem funktionierenden Marktgeschehen leisten.

Engagierte Frauen- und Familienverbände haben damals erkannt, dass sich ein marktwirtschaftliches Gleichgewicht aber nicht von selbst einstellen würde. Um die Stellung der Verbraucher als gleichberechtigte Partner in der Marktwirtschaft zu stärken und den Wettbewerb zu fördern, gründeten sie die Verbraucherzentralen in den Bundesländern.

Die Verbraucherzentrale Hessen wurde am 27. Februar 1959 vom Landfrauenverband Hessen-Nassau, dem Landfrauenverband Kurhessen und dem Hausfrauenverband Hessen sowie drei Einzelmitgliedern, die ebenfalls Frauenverbänden angehörten, gegründet.

Offiziell wird die Verbraucherzentrale Hessen am 26. Oktober 1959 mit einer Veranstaltung in der Industrie- und Handelskammer Frankfurt am Main eröffnet. In seiner Ansprache bezeichnet der damalige Staatssekretär des Hessischen Ministeriums für Wirtschaft und Verkehr die Verbraucherzentrale Hessen als Bindeglied zwischen Verbrauchern, Produzenten und Staat. Anschließend diskutieren die Teilnehmer der Veranstaltung die Frage **Dient die Werbung dem Verbraucher?** *Eine Frage, die uns auch heute noch in den verschiedensten Facetten beschäftigt.*

Damit Verbraucherrechte nicht ausgehebelt werden können, trat 1958 das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen in Kraft.

Sieben Jahre später erhielten die Verbraucherverbände in einer Novelle des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb die Klagebefugnis, die Unterlassung unlauteren Wettbewerbs gerichtlich zu erzwingen.

Mit der Änderung des Rechtsberatungsgesetzes 1980 durften Verbraucherzentralen schließlich in außergerichtlichen Streitigkeiten Rechtsrat erteilen, und ein Jahr später wurde der Streit um die Zulässigkeit von Preisvergleichen höchstrichterlich im Sinne der Verbraucher entschieden.

Unabhängiger Verbraucherschutz ist auch ein wichtiger Innovationsmotor. Er trägt dazu bei, dass Kunden zu gut informierten und souveränen Akteuren werden – davon profitieren seriöse Anbieter, qualitativ bessere Produkte setzen sich leichter durch, ein Wettbewerb der Besten statt des Wettbewerbes der Billigsten kann entstehen.



III. Wettbewerb braucht Regeln

Im Vergleich zu 1958 sieht heute die Welt für Verbraucherinnen und Verbraucher anders aus:

Das Rabattgesetz ist gefallen,
die Ladenöffnungszeiten wurden liberalisiert.

Die Konsumenten können zwischen noch mehr Produkten und Dienstleistungen wählen.

Mobilfunk, digitale Medien und Internet revolutionieren den Informations- und Kommunikationssektor.

Seit etwa zwanzig Jahren werden in Deutschland die Märkte für Strom, Gas, Bahn oder Post schrittweise dereguliert.

Die Reformen der Sozialsysteme, Renten-, Gesundheits- und Pflegereformen verlangen mehr Eigenverantwortung von den Bürgerinnen und Bürger. Diese werden aber völlig unvorbereitet teilweise neuen und intransparenten Produkten in diesen Märkten ausgesetzt.

Vom vermeintlich freien Spiel der Kräfte profitieren vorrangig einzelne Anbieter, nicht die Verbraucherinnen und Verbraucher.

Einen fairen Wettbewerb sucht man leider oft vergeblich.

Unser Arbeitsalltag spiegelt dies wieder:

Die Erwartungen an unsere Beratungskräfte sind im Laufe der Zeit immer anspruchsvoller geworden. Mal sollen sie Dolmetscher von Paragraphen in Gesetzen, Klauseln in Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder in Verträgen sein, mal Geldanlageberater, mal Lebenshelfer – und immer Lotse im Wirrwarr der Informationen und Angebote.

Wir sollen als Anwalt der Verbraucher über Sachverhalte informieren und diesen helfen, ihr Recht durchzusetzen.

Den Netzzugang von **Strom und Gas** durch freiwillige Vereinbarungen zu liberalisieren, ist bislang als politische Fehlentscheidung zu werten. Verbraucher bezahlen dafür mit überhöhten Energiepreisen.

Erst auf Druck der Europäischen Union wurden schrittweise gesetzliche Rahmenbedingungen geschaffen, eine Regulierungsbehörde eingerichtet und das Kartellrecht verschärft. Trotz zunehmenden Wettbewerbs beklagen Bundesnetzagentur, Monopolkommission, Bundeskartellamt und die Europäische Union Strukturmängel auf dem deutschen Energiesektor.

Wir brauchen einen transparenten Energiemarkt, ohne einschränkende Zugangsbedingungen, mit weniger Marktkonzentration und mehr erfolgreichen neuen Marktteilnehmern. Hier ist auch die Landesregierung gefordert, dezentrale Konzepte der Energieversorgung zu fördern.

Auch der **Telekommunikationsmarkt** ist ein Lehrbeispiel für einen verbraucherunfreundlichen Markt. Zwar können Verbraucher heute billiger telefonieren und surfen und ihren Anbieter frei wählen. Der harte Wettbewerb führt allerdings nicht zu mehr Kundenfreundlichkeit oder Transparenz. Stattdessen bedienen sich auch vermeintlich seriöse Unternehmen irreführender Werbung sowie belästigender (unerlaubter) Telefonwerbung und untergeschobener Verträge.

Die nicht abreißenden Skandale um den Missbrauch von persönlichen Daten unterstreichen, dass das **Verbot unlauterer Telefonwerbung** effektiv durchgesetzt und der Datenhandel zu gewerblichen Zwecken verboten und ein Gesetzesverstoß streng geahndet werden muss.

Ein besonderes Beispiel für einen weitgehend liberalisierten, global vernetzten und undurchschaubaren Markt, ist der Finanzmarkt. Der Zusammenbruch einer exorbitanten Spekulationsblase – so will ich es mal nennen – hat weltweit schmerzliche Folgen auf die Volkswirtschaften. Die Zeche zahlen die Bürgerinnen und Bürger.

Hier ist Mut und Weitsicht der Regierungen gefragt, um aus der aktuellen Krise lernend, zukünftig ähnliche Krisen zu verhindern sowie im Einzelnen die Stellung der privaten Geldanleger zu stärken. Ob dies gelingt, erscheint fraglich, wenn man das wieder erstarkte Selbstbewusstsein einiger Großbanker sieht.

Verkehrte Welt, in der mit Millionen- und Milliardenbeträgen die Folgen ungezügelter Gier und unkontrollierter Finanzmärkte gemildert werden müssen. Folgen, die mit mehr und effektiverer staatlicher Finanzaufsicht und mehr anbieterunabhängiger Information so wohl nicht entstanden wären.

Für den Schutz der Verbraucherinteressen ist gerade in deregulierten Märkten eine Stärkung der Verbraucherzentralen zur anbieterunabhängigen Beratung und zur kritischen Marktbeobachtung notwendig – stattdessen wurden bundesweit Mittel gekürzt, die Bürger sich weitgehend selbst überlassen.

Die Deregulierung und Liberalisierung von Märkten verantwortet in der Regel der Bund, Verbraucherschutz ist dagegen Ländersache. Bundesentscheidungen lösen somit regelmäßig Handlungsbedarf in den Ländern aus, ohne dass der Bund auch die entsprechenden finanziellen Ressourcen bereitstellt. Ohne die Länder aus der Verantwortung zu nehmen, ist Verbraucherschutz deshalb sehr wohl auch Bundessache.

IV. Mündige Verbraucher benötigen Unterstützung

Verbraucherinnen und Verbraucher müssen heute immer schneller lernen, sich in unserem Wirtschaftssystem als aktive und souveräne Teilnehmer zu rechtezufinden. Werbung von Information zu unterscheiden und Verbraucherrechte zu kennen – diese Fähigkeiten gehören ebenso dazu, wie das Wissen um einen nachhaltigen Konsum.

Familie und Schule vermitteln solche Kernkompetenzen nur unzureichend. Wer nicht lernt, sich gesund zu ernähren, Ressourcen schonend zu konsumieren, seine Ausgaben zu planen und für sein Alter vorzusorgen, wer seine Rechte als Konsument nicht kennt, der hat Schwierigkeiten, kompetent, selbstbewusst und eigenverantwortlich zu handeln. Wenn der Einzelne sich nicht alleine kundig machen kann, muss der Staat entsprechende Bildungsangebote ermöglichen.

Verbrauchern fehlen immer häufiger zentrale Kompetenzen für das Management ihres Konsumentenalltags.

- Beispiel **Ernährung**: Aufgrund des kulturellen und sozialen Wandels wird für die Nahrungszubereitung immer weniger Zeit investiert. Die gesamtwirtschaftlichen Kosten für die Behandlung ernährungsbedingter Erkrankungen aber steigen.
- Beispiel **digitale Medien**: Egal ob jung oder alt – im Internet wird immer selbstverständlicher eingekauft, werden soziale Kontakte gepflegt. Allzu oft geben die Nutzer dabei sorglos persönliche Daten preis oder übersehen üble Fallen.
- Beispiel **Gesundheitsmarkt**: Verbraucher werden mit einem liberalisierten Arzneimittelmarkt, individuellen Gesundheitsleistungen und unterschiedlichen Angeboten der Krankenkassen sowie Zusatzversicherer konfrontiert und dort sich selbst überlassen. Der behandelnde Arzt verwandelt sich zunehmend in einen klassischen Kaufmann. Patienten werden aber nicht im gleichen Atemzug automatisch zu kompetenten Kunden.
- Beispiel **Umgang mit Geld**: Die Bertelsmann Stiftung spricht von einem „finanziellen Analphabetismus“. Immer mehr Menschen geraten aus unterschiedlichen Gründen in die Verschuldungsfalle, oft verursacht durch Konsumentenkredite oder dubiose Geldanlagen. Finanzdienstleister, ja selbst Lebensmitteldiscounter und Kaffeeröster entwickeln ständig neue, oft kaum zu durchschauende Finanzprodukte. Die Finanzkrise verdeutlicht wie unbedarft viele Bankkunden sind und wie das Vertrauen gerade von Älteren in ihren Bankberater missbraucht wird.

Immerhin können wir zu diesen Themen in Hessen etwas zur Stärkung der Alltagskompetenz für die Zielgruppe Junge Leute tun - das Projekt „Durchblick gehört dazu!“ wurde mit Unterstützung des HMUELV und mit ergänzenden Angeboten des DHB's 2007 ins Leben gerufen und auch in diesem Jahr fortgesetzt.

Während sich Anbieter und Dienstleister schnell auf neue Marktsituationen einstellen, finden Verbraucher nur mühsam die für sie passenden Dienstleistungen und haben oftmals Probleme damit, ihre Rechte zu erkennen und durchzusetzen.

Mündige Verbraucher brauchen Unterstützung, die ihnen vor allem auch die Verbraucherzentralen geben.

Für alle die beschriebenen Aufgaben braucht es ein solides wirtschaftliches Fundament. Eine verlässliche und ausreichende Finanzierung sichert unser Beratungsstellennetz, unterstützt unsere Aufklärungs-Kampagnen und die juristische Durchsetzung von Verbraucherrechten.

IV. Schlussworte

An der Schwelle zu 50plus sind die heutigen Zeitgenossen fit, agil und aufgeschlossen. „Best agers“ verfügen über reichlich Erfahrung und ein stattliches Know how. Auch die Verbraucherzentrale Hessen hat viel erlebt und einiges bewegt. Und – was entscheidend ist: Mit 50 hat sie weiterhin viel vor.

Wir wollen noch mehr arbeiten und viel mehr für die Verbraucher erreichen. Dafür brauchen wir Unterstützung:

Wir wünschen uns anlässlich unseres 50 jährigen Bestehens ganz unbescheiden, aber durchaus maßvoll im Verhältnis zu anderen Ausgaben von Bund und Land und dem damit zu erzielenden „Mehrwert“ – ausreichende finanzielle Mittel, um in jeder größeren hessischen Stadt eine Beratungsstelle aufzubauen. Eine Beratungsstelle, in der genügend Personal zu den Kernthemen Ernährung, Gesundheitsmarkt, Telekommunikation und Digitale Medien und Finanzdienstleistungen sowie Energie informieren und beraten kann.

Nur so können hessische Bürgerinnen und Bürger vor den nächsten Lehmann-Zertifikaten, vor Altersarmut aufgrund fehlerhafter Vorsorge und anderen Folgen der deregulierten Märkte geschützt werden.

Nur so können wir unsere Aufgabe als Fürsprecher und Anwalt der Verbraucherinnen und Verbraucher auch in Zukunft wirkungsvoll wahrnehmen.

Unser Engagement hat bislang geholfen, finanzielle Engpässe wenig sichtbar zu gestalten und unserem Motto „Immer auf ihrer Seite – immer auf der Seite der Verbraucher“ treu zu bleiben.

Bei allem Lob und Anerkennung, die wir heute erfahren, dürfen die Schwächen, die aufgrund der Unterfinanzierung schon seit Jahren bestehen nicht gänzlich unerwähnt bleiben.

Wir haben im Flächenland Hessen nur acht Beratungsstellen – davon vier, die mit weniger als einer Stelle für Beratung besetzt sind. Die Wege für ratsuchende Verbraucher sind vielfach zu weit, nicht in allen Beratungsstellen kann zu allen Themen beraten werden.

Wir lassen seit Jahren unsere besonderen Instrumente zur Rechtsdurchsetzung ungenutzt und leiten entsprechende Fälle an andere Verbraucherzentralen oder den Verbraucherzentrale Bundesverband weiter. Dies ist unbefriedigend, da hessische Belange – also Fälle, die keine bundesweite Wirkung haben, dabei unverfolgt bleiben.

Wir möchten dies verändern, wir möchten uns verbessern – wir brauchen ihre Unterstützung.

Die Regierungsmitglieder und Landtagsabgeordneten bitten wir sich für eine entsprechende Aufstockung unseres Budgets einzusetzen.

Die Vertreter der Kommunen und Landkreise bitten wir eine Erhöhung ihrer Zuschüsse ebenfalls positiv zu prüfen.

Aber auch Privatpersonen können uns unterstützen – als Fördermitglieder.

Bevor ich nun schließe, will ich noch Dankeschön sagen.

Zu allererst mein Dank an das Land Hessen, das seit einem halben Jahrhundert unsere Arbeit für die Verbraucherinnen und Verbraucher überhaupt ermöglicht hat – auch wenn es, wie zuvor erläutert, nach unserer Ansicht zu wenig ist, war diese Förderung wesentliche Grundlage im Finanzierungsmix der Verbraucherzentrale Hessen.

Dank auch den Kommunen und Kreisen, die sich trotz eigener finanzieller Engpässe an der Finanzierung der Beratungsstellen beteiligen.

Einen herzlichen Dank an die uns tragenden Mitgliedsverbände, die uns vielfach ehrenamtlich unterstützen.

Ein besonderes Dankeschön gilt dem Verwaltungsrat, dessen Mitglieder mir auch in schwierigen Zeiten mit Rat und Tat zur Seite stehen – insbesondere die Verwaltungsratsvorsitzende, Frau Elke Keppel.

Ebenfalls einen besonderen Dank an unsere Kolleginnen und Kollegen aus den Verbraucherzentralen und der Verbraucherzentrale Bundesverband. In diesem starken Netzwerk und im Verbund mit anderen Verbraucherorganisationen erhöhen wir unsere Durchsetzungskraft, stärken uns gegenseitig und ermöglichen vieles, was einzeln nicht möglich wäre.

Und natürlich gilt mein Dank den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Verbraucherzentrale Hessen – auch unseren Honorarmitarbeiterinnen und -mitarbeitern, die uns beispielsweise in der Ernährungszielgruppenarbeit, in der Energie- oder Rechtsberatung unterstützen.

Sie alle setzen sich mit fundiertem Wissen und unermüdlichem Einsatz in der Verbraucher- und Schuldnerberatung, Projektarbeit und in der Geschäftsstelle ein. Ohne ihr überdurchschnittliches Engagement und ihre Kompetenz, ohne ihre Geduld und auch ihren Humor

könnten wir in unserem 50igsten Jahr nicht auf knapp 1,4 Mio Verbraucherkontakte verweisen,

würden laut Verbraucherbefragung uns nicht 85 % der Befragten namentlich kennen und

wären nicht 76 % der Nutzer mit unserer Kompetenz und Freundlichkeit sehr zufrieden.

Zahlen, die wir verbessern können und wollen – aber unter den gegebenen Umständen dürfen wir auf unsere Leistungen wirklich stolz sein und heute mit Recht feiern und uns ein bisschen feiern lassen.

Ich wünsche allen noch viel Freude am heutigen Tag und mit dem weiteren Programm.