verbraucherzentrale
Mecklenburg-Vorpommern

GESCHÄFTSBERICHT 2020

Liebe Mitglieder, liebe Mitstreitende und Förderer
der Verbraucherzentrale Mecklenburg-Vorpommern e.V.,

das Jahr 2020 begann durchaus hoffnungsvoll für uns als Verbraucherschützer:innen. Als Nachfolge für die bisherige Marktwächtertätigkeit aller Verbraucherzentralen konnte mit Jahresbeginn eine institutionalisierte gemeinsame Marktbeobachtung etabliert werden. Viel Zeit aber ging ins Land bis Form und Inhalt der neuen Zusammenarbeit gefunden und umgesetzt waren. Zugleich mit den erforderlichen Unterschriften zur Bildung einer dafür erforderlichen GbR, bestehend aus allen 16 Verbraucherzentralen, und einem Vertrag dieser GbR mit dem Verbraucherzentrale Bundesverband breitete sich Covid 19 auch in Deutschland aus und führte zum ersten Lockdown. Sehr schnell und kaum vorbereitet mussten wir alle Beratungsstellen schließen. Fortbildungsseminare und andere Veranstaltungen, Vorträge oder Messen durften während der beiden Lockdowns nicht durchgeführt werden. Zwar blieben alle Mitarbeiter:innen von der Infektion verschont, aber die Arbeit war stark beeinträchtigt und musste neu organisiert werden. In dieser Zeit wurde eine intensive Telefonberatung nach vorab vereinbarten Terminen organisiert, denn Anfragen gab es zu Hauf‘.

Hauptthema waren Fragen rund um Reise- und Veranstaltungsstornierungen. Auch die interne Kommunikation im Hause oder mit anderen Verbraucherzentralen gestaltete sich anfangs sehr schwierig. Die Bereitschaft sich digitaler Instrumente zu bedienen war zwar gegeben, allein Technik und Software waren schwer zu beschaffen. Hoffnung kam auf, als im Verlauf des Frühjahrs der erste Lockdown gelockert wurde und fast alles seinen gewohnten Lauf nehmen sollte.

Im Rahmen der Marktbeobachtung lieferten wir viele Daten und prägnante Fälle, und sogar mehr als vorgesehen waren. Doch ehe hierfür die vereinbarten Mittel flossen, sollten Monate vergehen. Am Ende des Jahres war letztlich auch auf Grund der Einnahmen aus der Marktbeobachtung ein ähnlich gutes Ergebnis wie für 2019 zu verzeichnen. Abstriche gab es leider in der Projektarbeit, denn viele Veranstaltungen und Maßnahmen konnten nicht realisiert werden. Am Ende des Sommers waren wir zuversichtlich, vieles aufholen zu können. Mit dem zweiten Lockdown schwand die Hoffnung schnell, nur waren wir jetzt besser eingespielt.

Jetzt in der Zeit des hoffentlich bald zu Ende gehenden zweiten Lockdowns hoffen wir, schnell in ruhiges Fahrwasser zu kommen. Besonnenheit, Gesundheit und Zuversicht werden uns und Ihnen helfen, auch den Anforderungen dieser schwierigen Zeit gerecht zu werden. Und es bleiben Erfahrungen, die nachwirken werden, allein wenn man die Folgen der Digitalisierung für die Verbraucher:innen betrachtet.

Unsere Hoffnung ist, dass Sie gesund bleiben und uns künftig weiter unterstützen.

Rostock im Februar 2021

Ihre

Petra Willert
Vorsitzende des Verwaltungsrates

Inhaltsverzeichnis

1.	Verbraucherschutz im Krisenmodus	5
1.1.	Arbeiten und Organisieren unter Corona-Bedingungen	5
1.2.	Erfolgreicher Start in die Marktbeobachtung	9
1.3.	Beraten, Vertreten, Informieren, Rechtsverstöße verfolgen	10
2.	Beratung und Vertretung unter Corona-Bedingungen	13
2.1.	Rostock und die Nebenstellen Wismar und Güstrow	13
2.2.	Beratungsstelle Schwerin	15
2.3	Beratungsstelle Neubrandenburg	17
2.4.	Beratungsstelle Stralsund	18
3.	Projekte	19
3.1.	Projekt Lebensmittel und Ernährung im ungewöhnlichen Jahr 2020	19
3.2.	Bereich Bauen|Wohnen|Energie	28
3.3.	Aufklärung und Information zum wirtschaftlichen Verbraucherschutz	33
3.4.	Das Quartiersprojekt ist gestartet	40
3.5.	Über Gebühr strapaziert – Fragen zur Härtefallregelung in der Rundfunkbeitragsberatung häufen sich	43
4.	Marktbeobachtung mit vielen Facetten	45
4.1.	Aufreger aus der Beratung	45
4.2.	Abmahnungen und Klagen	47
4.3.	Fälle für das Frühwarnnetzwerk	48
5.	Kontakte und Beratungen	52
6.	Beratungsthemen	54
7.	Finanzierung	55
8.	Standorte	56
9.	Mitglieder	56
10.	Verwaltungsrat	57
11.	Beratungsentgelte	58

1. Verbraucherschutz im Krisenmodus

1.1. Arbeiten und Organisieren unter Corona-Bedingungen

März 2020. Der neue Coronavirus breitet sich weltweit aus und hat auch in Deutschland Fuß gefasst. Einschneidende Kontaktbegrenzungen müssen beschlossen und konsequent umgesetzt werden. Die bekannten Hygieneregeln und Informationspflichten werden auch in den Räumen der Verbraucherzentrale MV verschärft. Noch läuft der Beratungsbetrieb weiter, wird aber konsequent auf Terminvereinbarung orientiert. Wenige Tage später zwingt die Zunahme der Infektionen zum Lockdown, was die Schließung vieler Einrichtungen, Hotels, Restaurants, im Einzelhandel, von Behörden und Ämtern und auch der Verbraucherzentrale zur Folge hat. Der Tourismus kommt rasch zum Erliegen. Nichts geht mehr. Reisen werden storniert, Flüge gecancelt, Messen und Konzerte abgesagt. Auch Sportveranstaltungen im Amateur- und im Profibereich haben Pause. Und leider müssen auch Kindereinrichtungen und Schulen geschlossen werden. Für die Berater:innen der VZ gibt es aber keine Pause. Alle sind an Bord, auch wenn es in Einzelfällen Probleme mit der Kinderbetreuung gibt. In diesen Fällen werden Arbeitspakete erstellt, so dass ein Arbeiten zu Hause für einige Kolleginnen möglich wird.

Mit der Schließung der Beratungsstellen beginnt ein nie dagewesener Ansturm via Telefon und per Email. Verbraucher:innen suchen Rat, wissen nicht was sie tun müssen, wenn eine Reise storniert wurde oder teure Konzertkarten nicht ersetzt werden. Die Palette der Fragen und Probleme ist breit gefächert, sie fokussiert sich vor allem im Frühjahr 2020 auf das Reise- und Veranstaltungsgeschehen, das ohne Vorwarnung zusammenbricht. Urlaubsflieger heben nicht mehr ab. Kreuzfahrtschiffe dürfen Häfen nicht mehr anlaufen, Reisende sitzen im Ausland fest, andere haben Angst, ihre Reise anzutreten und wohl die meisten haben es mit den Folgen von Stornierungen aller Art zu tun. Über Reisen, Konzerte, Sportevents bis hin zu geplanten Hochzeits- oder Jubiläumsfeiern alles fällt aus oder wird verschoben. Diese Stornierungswelle kommt 2020 gleich zweimal vor, da im Sommer nicht nur eine neue Reisewelle anläuft, sondern wieder neue Urlaubsreisen und Termine gebucht werden. Ab November ist dann wieder alles vorbei. Wer sich mit Gutscheinen zufrieden gibt, muss mehr denn je bangen, diesen für eine Reise oder ein Konzert einsetzen zu können. Trotz zugesagter Hilfen der Bundes- und der Landesregierungen ist zum Ende des Jahres eine handfeste Pleitewelle bei vielen Hoteliers, Gastronomen, Reiseveranstaltern, selbst den großen Flug- und Kreuzfahrtunternehmen absehbar. Da wird es auch im Jahr 2021 viel Arbeit für Verbraucherschützer geben.

Die entstandene Quantität der Nachfragen und Beschwerden forderte die Logistik in der VZ MV heraus. In dieser Situation hat man Glück, über eine der fünf Einwahlnummern einen Berater per Telefon zu erreichen. In den ersten Tagen ist es kaum möglich, für die telefonische Beratung Rechnungen zu erstellen. Bald aber gehen die Berater:innen und Servicekräfte dazu über, Anschriften zu erfassen, so dass man in der Geschäftsstelle Rechnungen erstellen und versenden kann. Ein ungeheurer Aufwand, aber es gibt keine andere Wahl, da es von außen trotz Versprechungen der Landesregierung keine Unterstützung für uns gibt. Der März und der April bringen einen Rekord an Anfragen. Und es sind nicht nur die Entgeltrechnungen, die Stress bereiten. Auch die telefonischen Anfragen und Beschwerden, die ja Ersatz für eine vis-á-vis-Beratung sind, müssen für die Marktbeobachtung erfasst und besondere Fälle dann weiterhin in das Frühwarnetzwerk eingespeist werden. Immerhin haben wir uns schon lange vor Corona verpflichtet, im Rahmen der gemeinsamen Marktbeobachtung der Verbraucherzentralen alle behandelten Fälle bzw. Vorgänge zu erfassen und dies dann dem vzbv in Rechnung zu stellen.

Praktisch alle Kolleg:innen sind in diesen Wochen in höchstem Maße gefordert und es gab Erleichterung, als die Auflagen zur Eindämmung der Pandemie noch im Frühjahr gelockert wurden. Da sich die Beratung nach Terminabsprache bewährt hatte, wurden alle wieder möglichen persönlichen Beratungsgespräche mit Terminvereinbarung durchgeführt. Das traf nicht immer auf das Verständnis der Verbraucher:innen, half aber die weiterhin geltenden AHA-Auflagen einzuhalten.

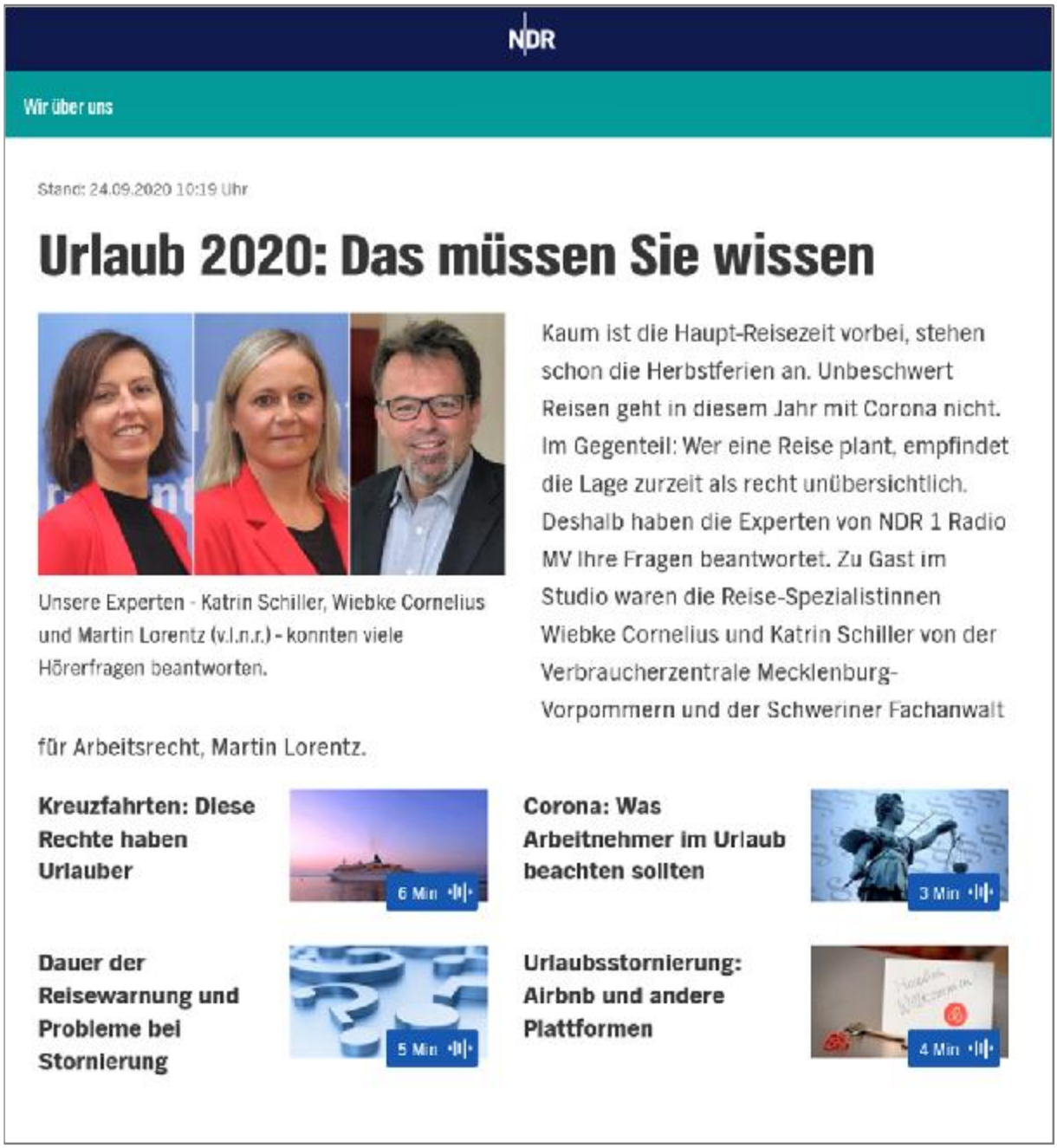
Die interne Kommunikation musste selbstredend auch auf digitale Kanäle umgestellt werden. Videokonferenzen wurden durch den Erwerb einer Lizenz für ein EDUDIP-Tool möglich, auch wenn es anfänglich schwer war, die technische Ausstattung zu beschaffen. Leider mussten trotzdem Weiterbildungen, Treffen von Arbeitsgruppen, Konsultationen und sonstige Präsenzveranstaltungen ausfallen oder auf eine Online-Variante verlegt werden. Das betraf insbesondere die Zusammenarbeit der Verbraucherzentralen untereinander und mit dem vzbv. Trotzdem gelang es, einige wichtige Veranstaltungen, wie zum Beispiel den Deutschen Verbrauchertag, die Mitgliederversammlung des vzbv sowie die Treffen des AKVZ, des AKLE und der Projektverantwortlichen im WVS im Online-Format durchzuführen. Lediglich der AKVZ im September 2020 konnte als Präsenzveranstaltung in Schwerin stattfinden, was für die online zugeschalteten Gäste eine technische Herausforderung bedeutete. Die für den November 2020 geplante Festveranstaltung zum 30. Gründungsjubiläum unserer VZ - verbunden mit der Mitgliederversammlung - musste jedoch ausfallen. Diese negativen Auswirkungen verstärkten sich nochmals erheblich mit Beginn des zweiten Lockdowns. Wegen der bis dahin in unserem Bundesland nie dagewesenen Infektionsraten, in einigen Landesteilen bis zu einer Inzidenz von über 250 Infektionen pro 100.000 Einwohnern mussten auch die Vorkehrungen in Bezug auf Abstandswahrung und Hygiene nochmals strenger gefasst werden. Wiederum fielen reihenweise Veranstaltungen, Messen und weitere Aktivitäten, die von den Projekten geplant waren, ersatzlos aus. Das wirkte sich besonders auf die Zahl der Verbraucherkontakte aus. Waren es 2019 noch etwa 50.000, so ist diese Zahl auf knapp 37.000 Kontakte gefallen. Das betrifft ganz besonders die ansonsten sehr zahlreichen Messekontakte, wo Bürger:innen die Verbraucherzentrale kennenlernen können. Allein hier sind uns etwa 8.500 Kontakte entgangen. Die Zahl der Teilnehmer an Vorträgen und Workshops ging um 2.400 zurück.

Die Zahl der Beratungen bzw. bearbeiteten Vorgänge ist nur geringfügig zurückgegangen auf 11.350. Das dürfte jedoch an den angefallenen Ausfällen von erkrankten Mitarbeiter:innen liegen. Man konnte erkennen, dass gerade in Corona-Zeiten die digitalen Medien so stark wie noch nie genutzt worden sind. Im Internet suchten Verbraucher:innen zu allen Themen Antworten und Hinweise. Musterbriefe waren besonders gefragt, denn besonders Reiseunternehmen und einige Veranstalter von Konzerten zögerten mit der Rückzahlung schon geleisteter Beträge und wollten lediglich Gutscheine herausgeben. Da auch der Online-Handel zulegte, war dies eine Chance für unseriöse Händler und Betreiber von Fake-Shops.

Dementsprechend nahm die Zahl der direkten Seitenaufrufe auf den Internetauftritt der VZ MV deutlich zu. Etwa 147.500 derartige Zugriffe gab es 2020 (2019 waren es 120.000). Durch die fortlaufende Optimierung des Gemeinschaftsauftrittes (verbraucherzentrale.de) wuchs nicht nur die Zahl der bundesweiten Zugriffe auf über 38 Millionen , sondern die User stießen bei ihrer Suche im web oft an vorderster Stelle auf Inhalte der Verbraucherzentralen. Das spricht für eine hohe Qualität der Texte und die gewachsene Sichtbarkeit unseres Internetprojektes.

Zunehmend nutzten die Verbraucher:innen die Möglichkeit, ihre Fragen via Email an uns zu senden. Offensichtlich hat es sich rumgesprochen, dass man auf diesem Wege eine schnelle, kompetente und kostengünstige Antwort zu den eigenen individuellen Problemen erhalten kann.

Im Verlaufe des Jahres und ganz besonders in den Lock-Down-Zeiten stieg die Zahl der **Online-Anfragen** auf 871 an. Allein die kostenpflichtige Beantwortung dieser Anfragen erbrachte Einnahmen von fast 7.000 Euro. Das im Februar 2020 frei geschaltete **Beschwerdepostfach**, integriert in den Gemeinschaftsauftritt, stieß Corona bedingt auf wachsendes Interesse. 480 konkret beschriebene Beschwerden aus dem Verbraucheralltag liefen 2020 zusätzlich zu den Beratungsanfragen auf.



NDR

Wir über uns

Stand: 24.09.2020 10:19 Uhr

Urlaub 2020: Das müssen Sie wissen

Unsere Experten - Katrin Schiller, Wiebke Cornelius und Martin Lorentz (v.l.n.r.) - konnten viele Hörerfragen beantworten.

Kaum ist die Haupt-Reisezeit vorbei, stehen schon die Herbstferien an. Unbeschwert Reisen geht in diesem Jahr mit Corona nicht. Im Gegenteil: Wer eine Reise plant, empfindet die Lage zurzeit als recht unübersichtlich. Deshalb haben die Experten von NDR 1 Radio MV Ihre Fragen beantwortet. Zu Gast im Studio waren die Reise-Spezialistinnen Wiebke Cornelius und Katrin Schiller von der Verbraucherzentrale Mecklenburg-Vorpommern und der Schweriner Fachanwalt für Arbeitsrecht, Martin Lorentz.

Kreuzfahrten: Diese Rechte haben Urlauber

Corona: Was Arbeitnehmer im Urlaub beachten sollten

Dauer der Reisewarnung und Probleme bei Stornierung

Urlaubsstornierung: Airbnb und andere Plattformen

Quelle Foto: NDR

Die **Digitalisierung**, die vor ein, zwei Jahren eher noch wie ein langfristig umzusetzendes Strategieproblem der Verbraucherzentralen erschien, hat durch die Monate der Pandemie einen erheblichen Anschub bekommen. Das betrifft das Agieren der Verbraucher:innen im Alltag, aber wirkt sich auch auf die Ansprache der unterschiedlichsten Zielgruppen durch die Verbraucherzentralen aus. Bereits vor dem ersten Lockdown wurden für die Verbraucherzentralen ab 2019 gemeinsame Workshops für eine künftige Digitalisierungsstrategie aufgesetzt. Parallel dazu

wurden in einzelnen VZn neue Instrumente getestet und in die Praxis eingeführt. Stichworte sind hier: Legal Tech Module zur interaktiven Falllösung, Einsatz eines Digimobils, Integration der Vorgangserfassung in das bundeweite Intranet der Verbraucherzentralen, Vorbereitung auf ein modernes Datenmanagementsystem (DMS) bis hin zur elektronischen Verbraucherakte, Einführung von Online-Vorträgen und Tests zu einer künftigen Videoberatung. Und natürlich – aus der Not geboren – der Ausbau von internen Videochats/Videokonferenzen, jedoch mit unterschiedlicher Software. Im Diskussionsprozess, der seine „theoretische“ Phase im Herbst 2020 beendet hatte, ging es parallel mit der Corona Pandemie nun um die Umsetzung. Hier wurden Leitlinien abgestimmt und eine umfassende Bestandsaufnahme zum Stand der Anwendung digitaler Instrumente in der Verbraucher- und der Verwaltungsarbeit erstellt. Jedoch scheint die praktische Umsetzung notwendiger Instrumente der digitalen Kommunikation einer einheitlichen Strategieentwicklung davonzulaufen.

Eine der wenigen „analogen“ Veranstaltungen im Jahr 2020: Treffen am 06.03.2020 mit verbraucherpolitischen Sprechern der Landtagsfraktionen und Vertretern des Justiz- und Landwirtschaftsministeriums

Die **Kommunikation** nach außen soll Verbraucher:innen erreichen, sie aufklären und Informieren und auch aus individuellen Problemlagen heraushelfen. Das geschieht häufig und anlassbezogen sowohl über die klassischen Medien, Rundfunk, Fernsehen, Zeitungen und zugleich digital über das Internet und die dort eingebundenen YouTube-Beiträge. Die so genannten sozialen Medien, insbesondere Facebook, Instagram, WhatsApp usw. werden von der VZ MV nicht genutzt.

2020 wurden Mitarbeiter:innen wiederum in zahlreiche Fernseh- und Rundfunkbeiträge eingebunden, gaben 127 Interviews oder erstellten 168 Pressebeiträge. Außerdem werden Redaktionen auf Anfrage mit Hintergrundinformationen versorgt und diese greifen auf aktuelle Fälle aus der Beratungspraxis zurück

1.2. Erfolgreicher Start in die Marktbeobachtung

Nachdem 2013/2014 der bisherige „Marktwächter“ aus der Taufe gehoben wurde und sogar einfloss in den Inhalt der Koalitionsvereinbarung von SPD und CDU/CSU hatte dies große Folgen für die Ausgestaltung des Verbraucherschutzes sowohl auf Bundesebene als auch in den einzelnen Ländern. Mit ausschließlich finanzieller Unterstützung des Bundes wurde den Verbraucherzentralen im Rahmen eines neuen Projektes eine neue Funktion zugeordnet. Die VZn sollten sich so aufstellen, dass einerseits Themen aus den tagtäglichen Beratungen inhaltlich erfasst und andererseits aus den so gewonnenen Daten Schlüsse zum Funktionieren der wichtigsten Märkte[1] aus Konsumentensicht gezogen werden können. Damit waren wichtige Elemente der Verbraucherarbeit, wie zum Beispiel die Vorgangserfassung im Zuge der Beratungsaktivitäten, die Aufarbeitung prägnanter Fälle und Weiterleitung in das neu geschaffene Frühwarnnetzwerk, die Durchführung von Sonderuntersuchungen sowie die mit diesen Instrumenten verbundenen Informationen an die Politik und an Behörden entstanden bzw. weiterentwickelt worden. Die Markterkenntnisse sollten auch für Verbraucherinformationen, Presse- und Medienarbeit sowie für die kollektive Rechtsdurchsetzung genutzt werden.

Im Frühjahr 2019 bereits kamen aus dem Bundesjustizministerium Signale, die in Richtung Verstetigung dieses Projektes, verbunden mit der Anhebung des Etats auf bis zu 11 Mio Euro und einer möglichen thematischen Erweiterung gingen. Zugleich wurde angesichts von Hinweisen des Bundesrechnungshofes eine verbindliche Rechtsgrundlage für den Marktwächter erforderlich. Die Diskussionen liefen alsbald unter dem Stichwort „Institutionalisierung“, was zunächst positiv bei den Verbraucherzentralen und dem vzbv ankam. Intensive Verhandlungen wurden geführt und schnell kristallisierte sich ein mächtiger „Pferdefuß“ heraus. Nach den Vorstellungen des Fördermittelgebers sollte der vzbv ab dem 01.01.2020 eine deutlich höhere institutionelle Förderung erhalten und gleichzeitig sollte die bisherige Struktur der Marktwächter, in der zehn VZn für jeweils bestimmte thematische Schwerpunkte zuständig waren, aufgegeben werden. Die Mittel sollten also beim vzbv konzentriert werden und der Marktwächter seinen Projektcharakter aufgeben. Da die VZ MV keine Schwerpunkt-VZ war, war diese Vorgabe nicht so gravierend. Immerhin sollten ab 2020 alle 16 VZn in den verstetigten Markwächter integriert werden. Aber wie? Eine Weiterleitung von institutionellen Mitteln vom vzbv an die 16 VZn war zwar gewollt, jedoch zuwendungsrechtlich nicht zulässig. Verschiedene Modelle wurden erörtert und letztlich wurde klar: Der vzbv kann nur Aufträge an die VZn im Rahmen von Werkverträgen vergeben. Das bedeutete zweierlei – erstens ging eine solche Vergabe nicht ohne europaweite Ausschreibung und zweitens sind die Einnahmen aus einem Werkvertrag zu versteuern, schlimmstenfalls mit 19 Prozent.

Um den Aufwand für eine Ausschreibung zu minimieren, führte der vzbv eine europaweite Markterkundung durch. Gefragt wurde, welches Unternehmen, welche Institution Interesse an einer möglichen Auftragsvergabe hätte. Für die Themenbereiche Digitales und Finanzmarkt zeigten nur die 16 Verbraucherzentralen Interesse, für den Energiemarkt meldete sich zusätzlich ein Mitgliedsverband des vzbv. Die VZn hatten sich in Vorbereitung auf die abzugebende Interessenbekundung zu einer Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) zusammengeschlossen. Da europaweit keine weitere Interessenbekundung vorgelegt wurde, konnte diese GbR unter Federführung der VZ Nordrhein-Westfalen die Verhandlungen über den künftigen Vertrag zur Lieferung von Daten aus den Beratungen der VZn aufnehmen. In diesem Zuge wurde aus dem „Marktwächter“ der Terminus „Marktbeobachtung der Verbraucherzentralen“. Neben dem Vertrag zwischen GbR und vzbv musste letzterer parallel dazu mit dem BMJV über die Verwendung der institutionellen Mittel verhandeln. Zugleich haben die Mitglieder der GbR, die 16 Verbraucher-

[1] Bearbeitet wurden Daten aus dem Finanzmarkt, dem Energiemarkt und dem Digitalen Markt.

zentralen einen Gesellschaftervertrag erarbeitet, in dem es besonders um die Abwicklung der Datenerfassung und ihrer Weitergabe, die Abrechnung, die Qualitätsprüfung usw. ging. Trotz erheblichen Engagements wurde das Ziel, Ende 2019 alles unter Dach und Fach zu haben, nicht erreicht. Lediglich die Zustimmung zu einem vorzeitigen Beginn der Datenerfassung wurde mit dem vzbv vereinbart.

Ab dem 01.01.2020 sollten von allen Verbraucherzentralen in Zusammenhang mit dem Beratungsgeschehen 345.000 Anfragen und 173.000 Beschwerden erfasst werden, ebenso bis zu 9.125 Fälle, die in das so genannte Frühwarnnetzwerk einfließen. Die Vergütungssätze, die zwischen der GbR und dem vzbv vereinbart waren, beliefen sich auf 1,73 Euro für jede erfasste Anfrage, 3,77 Euro für Beschwerden und 37,96 Euro incl. Mehrwertsteuer für gelieferte Fälle. Die VZ MV hat die anteiligen Vorgaben deutlich übererfüllt, zum Beispiel wurden anstelle der 400 geplanten tatsächlich dann 560 Meldungen ins Frühwarnnetzwerk versendet. Damit waren zusammen mit dem pauschal ausgestalteten Aufwendungsersatz für die Qualitätssicherung die vorgesehenen Eigeneinnahmen für 2020 gesichert. Betrachtet man den vereinbarten Abrechnungsmodus, so flossen bis Dezember 2020 Vergütungen für die Daten- und Falllieferung von Januar bis einschließlich Oktober 2020, also für 10 Monate. In 2021 fließen dann die Vergütungen für November 2020 bis Oktober 2021, also erstmals für 12 Monate. Nicht endgültig geklärt ist, wie die künftigen jährlichen Zielvorgaben festgelegt werden und was mit den überschüssigen Meldungen geschieht. Für 2020 jedenfalls konnte aus nicht genutzten Mitteln ca. die Hälfte der überschüssigen Fälle vergütet werden. Um die zu liefernden Daten und Fälle in Übereinstimmung mit den vereinbarten Qualitätsstandards zu bringen, wurde in der VZ MV eine Frühwarnbeauftragte benannt. Sie achtet darauf, dass die Fälle den vorgegebenen Kriterien entsprechen und dass die Daten, die in BASIS eingegeben werden, vollständig sind.

Mit Beginn der Marktbeobachtung, die letztlich auch den Energiemarkt mit einschloss, wurde auch ein neuer Kanal für Verbraucher:innen im Internet freigeschaltet. Seit Mitte Februar 2020 können Verbraucher:innen mit schlechten Erfahrungen im Umgang mit Anbietern diese elektronisch in ein so genanntes Beschwerdepostfach eingeben. Bis zum Jahresende haben 480 Verbraucher:innen von dieser Möglichkeit Gebrauch gemacht. Über 80 Prozent dieser Beschwerden galten verbraucherrechtlichen Sachverhalten, vor allem – Corona bedingt – den Themen Stornierungen und Online-Einkäufe.

Die zahlreichen Beschwerden, die mit Jahresbeginn 2021 sogar noch deutlich zunehmen, sind eine wichtige Quelle über Probleme in den einzelnen Märkten. Aber neben den Beschwerden wird in nicht wenigen Fällen ein Beratungsbedarf erkennbar. Deshalb werden alle Beschwerden, nachdem sie registriert sind und eine Empfangsbestätigung an die Beschwerdeführer gegangen ist, an die Berater:innen weitergeleitet. Diese prüfen, ob hinter der Beschwerde nicht auch ein akutes Problem steckt und bieten den Beschwerdeführern eine Online- oder telefonische Beratung an. Im Übrigen fließen die Beschwerdeinhalte und der Name des Anbieters in die Vorgangserfassung ein.

1.3. Beraten, vertreten, informieren, Rechtsverstöße verfolgen

… mit diesen vier Verben könnte man die Tätigkeit der Verbraucherzentrale grob beschreiben. Adressaten der Aktivitäten sind in erster Linie Verbraucher:innen, die sich im Alltag, beim Kauf, bei Reisen, bei Freizeitaktivitäten usw. von Anbietern unterschiedlichster Couleur übervorteilt fühlen und Unterstützung für die Lösung verschiedenster Problemlagen benötigen. Verbraucherzentralen stehen an der Seite der Ratsuchenden, vertreten deren Interessen individuell und auch kollektiv. Sie sind dabei in ihrer wirtschaftlichen und politischen Verwurzelung unabhängig, vor allem von der Anbieterseite. Als Verbraucherzentrale hat man jedoch nicht nur ein Einzelmandat, um zum

Beispiel einen Verbraucher gegen ein Unternehmen zu vertreten und verletzte Rechte durchzusetzen. Die Verbraucherzentralen vertreten die Interessen der Verbraucher:innen auch allgemein. Über die Förderung durch den Bund und das Land Mecklenburg-Vorpommern und – in kleinem Maße – durch einige Kommunen steht die Verbraucherzentrale auch mit einem öffentlichen Auftrag da, was sich unter anderem in ihrer Gemeinnützigkeit widerspiegelt.

Quelle Foto: NDR

Um die Interessen einer Vielzahl von Verbraucher:innen zu vertreten, gehören neben den personellen und sachlichen Ressourcen auch vielfältige Instrumente zur Grundausstattung. Diese Instrumente sind auf bestimmte Verbrauchergruppen zugeschnitten. Der „Instrumentenkasten", der sich über viele Jahre entwickelt hat, wird über die breit angelegte Projektarbeit vervollständigt. In den Projekten spielt der Aspekt der Information und Aufklärung eine wesentliche Rolle. Ob ein Projekt bestimmte inhaltliche Fragen in den Fokus nimmt oder Informationen in bestimmte Zielgruppen trägt – immer geht es um Verbraucherwissen, um Bildung und Prävention.

Natürlich bringen die Projekte, ob vom Bund oder vom Land kofinanziert, inhaltliche Berührungspunkte mit sich. Eines ist allen Projekten gemeinsam: Die wesentlichen Erkenntnisquellen sind die Anfragen und Beschwerden von Verbraucher:innen, ob direkt aus einem Beratungsvorgang, bei Gesprächen am Messestand oder im Zusammenhang mit einem Vortrag. Immer wieder zeigen die direkten Kontakte mit Verbraucher:innen, wo es zum einen Rechtsverstöße gibt, denen institutionell nachzugehen ist, und wo es zum anderen Defizite beim Wissen der Verbraucher:innen gibt. Der Ausbau der Projektarbeit in den letzten 15 Jahren hat sehr viel für die Profilierung der Verbraucherzentrale MV eingebracht. Das funktioniert jedoch nur, wenn die VZ einen starken institutionellen Kern besitzt, also eine Infrastruktur, zu der Beratungs- und Servicekräfte, Administrator, eine Buchhaltung u. a. m. sowie eine entsprechende technische und räumliche Ausstattung gehören. An diese Strukturen können Projekte mit ihrer relativen Eigenständigkeit problemlos andocken. Unzureichende institutionelle Ressourcen – wie sie seit Jahren nur zur Verfügung stehen – führen zu Unzulänglichkeiten bei der Bewirtschaftung von Projekten bis hin zu arbeitsrechtlichen Problemen.

In jedem Projekt werden unterschiedliche Zielgruppen angesprochen, von Kita-Kindern bis zu Senioren. Ziel der Verbraucherinformationen können auch Berufs- und Studienanfänger sein, Angehörige von zu Pflegenden, Menschen in sozial angespannten Lebenslagen oder auch diejenigen, die sehr viel online unterwegs sind.

Die Mitarbeiter:innen in den Projektteams mussten ihre Arbeit in 2020 sehr stark an die Corona-Bedingungen anpassen, Maßnahmen und Veranstaltungen wurden verschoben oder mussten ausfallen, Vieles wurde ins Internet verlagert und im Sommer 2020 konnte – auch wegen der Schulferien – nur wenig nachgeholt werden. Deshalb gab es 2020 unvermeidlich einen Einbruch bei der Zahl der erfassten Kontakte. Waren es 2019 über 50.000 Kontakte, so können in 2020 nur

36.765 Kontakte registriert werden. Da sich aber die Zahl der direkten Zugriffe auf unseren Internetauftritt deutlich erhöht hat (von 110.000 in 2019 auf 147.000 in 2020), ist hier nicht nur ein gewisser Ausgleich für die weggefallenen „analogen“ Kontakte zu verzeichnen, sondern es ist davon auszugehen, dass die Nutzung des Internets für Verbraucheranfragen auch nach Corona auf hohem Niveau bestehen bleibt.

Mobile Beratung des Projektes Lebensmittel und Ernährung in Schwerin

Neben den seit vielen Jahren etablierten großen Projekten „Lebensmittel und Ernährung“, Wirtschaftlicher Verbraucherschutz“ und „Energieeinsparberatung“, die jeweils von einem/einer Fachbereichsleiter/in geführt werden, flossen auch Fördermittel für kleinere Projekte, wie zum Beispiel für das Projekt „Rundfunkbeitrag“ oder für das Projekt „Ländliche Räume“, das zusammen mit den LandFrauen umgesetzt wird. Letzteres hatte es in 2020 besonders schwer, zumal es für die VZ MV kaum Ansprechpartner in MV seitens des DLV gab.

Genau während des ersten Lockdowns im Frühjahr 2020 musste der Einstieg in das für vier Jahre konzipierte Bundesprojekt „Verbraucherschutz im Quartier“ vorbereitet werden. Wegen der Corona-Bedingungen gab es leider etwas Verzögerung, und zwar nicht nur bei der personellen Besetzung der zwei Stellen bzw. der Anmietung geeigneter Räume, sondern bei der Lieferung von Büromöbeln und der Gestaltung der Fensterflächen. Das Projekt ist inzwischen gut im Rostocker Stadtteil Groß Klein angekommen, die beiden Mitarbeiter haben Kontakte im Quartier geknüpft, betreiben Öffentlichkeitsarbeit und arbeiten eng mit dem Team der Beratungsstelle Rostock zusammen. Das Besondere dieses Projektes ist einmal die Zielgruppe und es ist eine andere Art der Herstellung von Kontakten. Die Projektmitarbeiter sollen Verbraucher:innen unterstützen, Hilfeleistungen vermitteln und Problemlagen aufspüren. Das Büro im Klenow Tor in Groß Klein ist also keine weitere Beratungsstelle, sondern ein Anlaufpunkt von Verbraucher:innen, deren Sorgen es aufzugreifen gilt. Natürlich soll dies im Rahmen eines lokalen Netzwerkes geschehen.

Eine besondere Form der Verbraucherarbeit über die Landesgrenze hinaus ist die Mitwirkung von Fachleuten aus allen 16 Verbraucherzentralen in den beim Bundesverband angesiedelten Netzwerkgruppen (NWG). Die Praxis dieser NWGn erfolgt durch Gründung einer NWG durch den vzbv in Abstimmung mit dem AKVZ und einer damit verbundenen Ausschreibung für vier bis sechs Fachleute. 2020 konnten vier Fachleute der VZ MV in sechs NWGn mitwirken und ihr Fachwissen einbringen. Der vzbv entschädigt die delegierende VZ nach der Zahl der realisierten bzw. abgerechneten Arbeitstage mit einem Tagessatz von 364 Euro. Die Arbeit in einer NWG stärkt damit die Eigeneinnahmen der VZ und erweitert auch das Wissen der teilnehmenden Fachleute.

2. Beratung und Vertretung unter Corona-Bedingungen

2.1. Rostock und die Nebenstellen Wismar und Güstrow

Die Arbeit der Beratungsstelle Rostock mit ihren Nebenstellen Güstrow und Wismar stand 2020 ganz im Zeichen einer Neuorientierung und Umstrukturierung. Im April 2020 wurde unser langjähriger Berater für Finanzdienstleistungen, Karl-Michael Peters, in den verdienten Ruhestand verabschiedet. Mit Petra Schmarje konnte eine engagierte Mitarbeiterin gewonnen werden. Während der Einarbeitungsphase wurde Petra Schmarje tatkräftig von den Kolleginnen Katrin Schiller und Jindra Martinez und dem Fachbereichsleiter Finanzen Stephan Tietz unterstützt. Der Schwerpunkt lag 2020 in der Entwicklung und im Aufbau eines neuen Beratungsteams. Darüber hinaus konnte die Zusammenarbeit mit den Kollegen Ronny Cammin und Mathias Krämer vom Projekt „Verbraucher stärken im Quartier“, welches im August 2020 im Stadtteil Groß Klein seine Arbeit aufnahm, starten.

Am 03.02.2020 fand ein Kennenlernen mit den Mitarbeitern des Deutschen Mieterbundes (DMB) Rostock und dem Landesverband DMB M-V statt. Dabei konnten Katrin Schiller und Wiebke Cornelius die Arbeit der VZMV vorstellen und es wurden gemeinsame Beratungsthemen diskutiert.

Zum Weltverbrauchertag fand am 13.03.2020 „Tag der offenen Tür“ in der Beratungsstelle Rostock statt. Es wurden sechs Vorträge gehalten, der Bereich Lebensmittel und Ernährung hatte eine Ausstellung vorbereitet, die Berater:innen standen für Informationsgespräche zur Verfügung und es wurden online eine Reihe von Quiz-Fragen angeboten, die von den Verbraucher:innen rege genutzt wurden.

Am 17.03.2020 mussten auch in der Hansestadt Rostock und Umgebung die Beratungsstellen aufgrund der Corona-Pandemie ihre Türen für die persönliche Beratung schließen. Anfang Mai wurden die Beratungsstellen zwar schrittweise unter Einhaltung der Abstandsregelungen und der Hygienemaßnahmen wieder für Termine geöffnet. Mit dem zweiten Lockdown mussten wir jedoch die persönliche Beratung Anfang November wieder zurücknehmen, so dass die Beratungen 2020 zum Großteil telefonisch oder über das Online-Portal erfolgten.

Am 15.06.2020 nahmen Katrin Schiller und Wiebke Cornelius beim NDR Service-Telefon teil. Zusammen mit dem Rechtsanwalt Martin Lorentz wurden Bürgerfragen rund um die Themen kostenfreie Stornierungen von Reisen, Umbuchungen und allgemeine Fragen zur Reisewarnungen beantwortet.

Quelle Fotos: NDR

Ende 2020 ist eine Kooperation der Beratungsstelle Rostock mit der Gleichstellungsbeauftragten der Hansestadt Rostock, Wenke Brüdgam, entstanden. Es wurde eine Projektidee entwickelt, deren Ziel es ist, geschlechterunterschiedliche bzw. geschlechterspezifische Problematiken oder auch Ungleichbehandlungen zu erkennen und zu erfassen. Im Anschluss sollen die Daten professionell ausgewertet werden. Die Kooperationspartner:innen erhoffen sich tiefergehende Erkenntnisse zum Beispiel zu geschlechterunterschiedlichen Betrugsmaschen. Diese könnten im Anschluss genutzt werden, um gezielt Informationsmaterialien für Frauen oder Männer zu erstellen. Die VZMV beginnt mit der Erfassung im Januar 2021.

Trotz aller Widrigkeiten wurden von der Beratungsstelle Rostock und ihren Nebenstellen insgesamt 2.078 Beratungen, 7.206 Auskünfte und 1.891 Verweise dokumentiert. Die Beratungszahlen konnten zum Vorjahr leicht erhöht werden. Auch die hohe Anzahl an Auskünften belegt, dass die Verbraucherzentrale die erste Anlaufstelle bei Fragen und Problemen ist und hier ihrer Lotsenfunktion nachkommt.

GÜSTROW

Er berät Verbraucher wieder persönlich

von Frank Lieberam 23. Juli 2020, 15:28 Uhr

Quelle Foto: Güstrower Anzeiger

Darüber hinaus wurden 38 Pressemitteilungen herausgegeben. Thematisch orientierten sich diese am aktuellen Anfrage- und Beschwerdeaufkommen in der Beratungsstelle. Ziel ist es hierbei, bei auffälligen dubiosen Geschäftsgebaren verschiedener Firmen, nicht nur die Verbraucher regional zu informieren, sondern im ganzen Bundesland zu erreichen und diese vor finanziellen Fallen oder anderen Nachteilen zu warnen. Zusammen mit den Fachbereichsleiter:innen aus der Geschäftsstelle wurden 91 Interviews mit Presse- und Medienvertretern zu den verschiedensten Verbraucherthemen geführt und sechs Vorträge gehalten. Am Ende des Jahres 2020 konnte das Vortragsangebot der Beratungsstelle Rostock mit Online-Vorträgen erweitert werden. Eine Online-Veranstaltung wurde zum Thema „ Rechtsirrtümer im Alltag und zu Corona-Zeiten“ durchgeführt.

Seit 2020 ist Katrin Schiller Mitglied der Netzwerkgruppe „Strom & Gasmarkt“ – ein Expertenteam beim vzbv, das beratungsrelevante Informationen fachlich aufarbeitet und in VINTRA, dem bundesweiten Intranet, den Berater:innen aller Verbraucherzentralen aktuell zur Verfügung stellt. Auch Wiebke Cornelius, die Fachbereichsleiterin Verbraucherrecht, ist seit 2005 Mitglied der Netzwerkgruppe „Pflege“ und darüber hinaus seit 2018 Mitglied der Netzwerkgruppe „Redaktion“, deren Aufgabe die redaktionelle Begleitung der anderen Netzwerkgruppen bei deren Arbeit ist.

2.2. Beratungsstelle Schwerin

Am 17.03.2020 war es auch in der BS Schwerin so weit. Wegen der COVID-19-Pandemie musste die Beratungsstelle für die persönliche Beratung schließen. Zunächst rechneten wir nicht mit einem höheren Beratungsbedarf. Deshalb hatten die drei Mitarbeiterinnen Arbeitspakete für die Zeit der Schließung erarbeitet, insbesondere hinsichtlich der Erstellung neuer Vortragsangebote und dem Schreiben von Presseinformationen. Aber die Realität sah anders aus. Insbesondere die Beratungsthemen Mobilität, Pauschalreisen aber auch die Erstattung von Eintrittsgeldern für Veranstaltungen und die Schließung von Fitness-Studios ließen die Beratungszahlen rasant ansteigen. Insgesamt konnte jede dritte Beschwerde den genannten Themen zugeordnet werden.

6347	Ratsuchende wandten sich 2020 an die Beratungsstelle Schwerin
das sind 122	Ratsuchende pro Woche
4161	Auskünfte wurden erteilt
611	Ratsuchende wurden an zuständige Stellen verwiesen
1575	Beschwerden zu Verbraucherproblemen erreichten die BS Schwerin
davon betrafen 358	Beschwerden Fragen in Zusammenhang mit der Corona-Pandemie

(Quelle:Themenmarker Basis)

Die Umstellung von persönlicher auf telefonische und Online-Beratung gestaltete sich hinsichtlich der Organisation der Einsichtnahme in die Vertragsunterlagen als schwierig. Die Verbraucher:innen waren jedoch bereit, diese auf allen möglichen Wegen an die Beratungsstelle zu übersenden, sei es auf dem Postweg, per Fax oder E-Mail. Da die Ausstattung der Verbraucher:innen mit Endgeräten auch hier sehr unterschiedlich ausfällt, mussten einige Qualitätsverluste in Kauf genommen werden.

Die Öffentlichkeitsarbeit stand 2020 ganz im Zeichen der Corona-Pandemie. Am 20.04. 2020 nahm Sylke Sielaff an einem Live-Chat der Schweriner Volkszeitung teil. Zusammen mit der Rechtsanwältin Nicole Mutschke wurden Fragen rund um die Themen Reisen, Veranstaltungstickets, Verträge mit Fitness-Studios während des Lockdowns und allgemeiner Reisewarnungen beantwortet.

Quelle Foto: SVZ | Sylke Sielaff mit Dirk Burchardt von der Schweriner Volkszeitung während des Live-Chats

Während der Schließung vieler Geschäfte aufgrund der Corona-Pandemie hatten die Online-Händler ein starkes Umsatzwachstum zu verzeichnen. Aber auf vielen Plattformen tummeln sich auch unseriöse Anbieter. Stetig haben wir in unseren Informationen auf Merkmale hingewiesen, unter denen keine Bestellung vorgenommen werden sollte. Insbesondere bei fehlendem Impressum, wenn keine Kontaktmöglichkeiten zum Händler angegeben waren oder Bezahlen nur als Vorkasse vorgesehen war. Dennoch machten die Betreiber solcher Seiten weiter Geschäfte zu Lasten der Verbraucher:innen. Mehr Kontrollen der Internetseiten hinsichtlich der Einhaltung und Wahrheit der Pflichtangaben mit entsprechenden Konsequenzen bei Nichteinhaltung ist deshalb eine unserer Forderungen an den Gesetzgeber.

Quelle Foto: NDR Nordmagazin
Sylke Sielaff berät einen Verbraucher zu einer unberechtigten Inkasso-Forderung

Betrug mit Inkasso-Firmen

Ein besonders krasses Beispiel ereignete sich in der Vorweihnachtszeit. Ein großer Elektronikkonzern kündigte zu Weihnachten eine neue Generation seiner Spielkonsole an. Das Interesse war enorm. Nur leider gab es beim Hersteller Lieferprobleme, so dass der versprochene Termin nicht eingehalten wurde. Die Verbraucher:innen nutzten bei Händlern die Möglichkeit der Vorbestellung und zahlten vorab. Unter den Händler waren online leider auch einige „schwarze Schafe“, so dass am Ende das Geld weg war und die Spielekonsole nicht geliefert wurde. Diese Internetseite wurde inzwischen abgeschaltet, weitere Kontaktmöglichkeiten gab es nicht.

2020 fand eine intensive Zusammenarbeit der Schweriner Beratungsstelle mit dem Bildungswerk der Wirtschaft statt. Bärbel Petterson betreute acht Schülergruppen zu den Themen „Fit for finance“ und „Wer weiß was?“. Insbesondere das Lernspiel „Fit for finance“, das zunächst wie ein klassisches Brettspiel erscheint, ist für Jugendliche und junge Erwachsene gut geeignet, spielerisch den Umgang mit Geld zu lernen. Im Spielverlauf lernen die Teilnehmer:innen, sich einen Überblick über ihre Einnahmen und Ausgaben zu verschaffen. Die Jugendlichen müssen darauf achten, auch für unvorhergesehene Ereignisse genügend Budget bereitzuhalten. Das hilft ihnen dabei, die Konsequenzen ihres eigenen Konsums bei wiederkehrenden Zahlungen oder der Inanspruchnahme eines Ratenkaufs zu verstehen.

Es war der Freitag vor dem ersten Lockdown. Das Virus war in allen Diskussionen bestimmend. Dennoch boten wir am „Tag der offenen Tür“ unsere Themen an. Es standen kostenlose Informationen zur Verfügung. Parallel konnte man sich bei folgenden Vorträgen informieren:

- Die Energieberatung der Verbraucherzentrale
- Lebensmittelklarheit – Was man beim Einkauf wissen sollte
- Rechtsirrtümer im Alltag

Darüber hinaus war in der BS Schwerin eine Schulklasse zu Gast, die mit dem Spiel „Fit for finance“ agierte.

Für unsere Beraterin Gisela Anderson aus dem Bereich Lebensmittel und Ernährung war es am 01.09.2020 soweit. Der erste Tag ihres Ruhestandes. Zuvor trafen sich die Kolleg:innen zusammen mit dem Vorstand zu einer feierlichen Verabschiedung.

2.3. Beratungsstelle Neubrandenburg

Im Berichtsjahr 2020 fanden zahlreiche Verbraucher:innen den Weg zu uns, die sowohl persönlich, schriftlich oder telefonisch Kontakt zu uns aufnahmen, um Hilfe und Unterstützung bei der Lösung ihrer Probleme zu erhalten. Dies zeigt die hohe Akzeptanz der Beratungsangebote bei den Verbraucher:innen, wenn sie einen unkomplizierten Zugang zum Verbraucherrecht suchen.

Aufgrund der Covid-19-Pandemie musste die persönliche Beratung eingestellt werden. Nach vorheriger Terminvereinbarung wurde die Beratung ausschließlich telefonisch oder online durchgeführt. Das Angebot wurde gern und zahlreich genutzt, da mitunter längere Fahrtwege entfielen. Die Telefon- und die Online-Beratung sind jedoch mit einem höheren zeitlichen Aufwand verbunden, da häufig vorab Unterlagen organisiert und verschickt werden mussten, damit diese zum Beratungstermin vorlagen. Gerade bei älteren Nutzer:innen des Beratungsangebotes, die weder mailen noch faxen können, gestaltete sich die Vorbereitung der Beratung kompliziert. Oft stellte sich erst während des Telefontermins heraus, dass wir überhaupt oder weitere Unterlagen benötigen, um eine rechtliche Einschätzung abgeben zu können.

Das Beschwerdepostfach der Verbraucherzentrale wurde intensiv genutzt, um sich über Unternehmen und deren Geschäftsgebaren zu beschweren. Häufig ging es um online bestellte Ware, die nicht geliefert wurde, weil es sich um einen so genannten Fake-Shop handelte.

Wochenlange Krankheitsausfälle erschwerten 2020 in der BS Neubrandenburg die Beratung. Dies mussten die Kolleginnen aus anderen Beratungsstellen, zusätzlich zu ihrer eigenen Arbeit auffangen.

Inhaltich war im Jahr 2020 das Thema Reisen eines der am meisten nachgefragten Themen - gerade in der ersten Jahreshälfte. Aufgrund der anfangs weltweiten Reisewarnungen wollten Verbraucher:innen wissen, ob und wie man eine gebuchte Reise stornieren kann und welche Kosten entstehen. Die Reiseveranstalter haben es den Betroffenen dabei nicht leicht gemacht. Mit rechtlich falschen Aussagen wurden die Verbraucher:innen abgespeist oder ignoriert. Auf Schreiben erhielten die Verbraucher:innen oft gar keine Antwort. Rechnungen der Reiseveranstalter wurden dafür sehr wohl verschickt. Auch durch die Vielzahl der ausgefallenen Konzerte, Musik- und Kunstveranstaltungen, gab es sehr viele Nachfragen. Man wollte wissen, welche Rechte man gegenüber den Veranstaltern hat.

Verbraucher:innen wandten sich 2020 ebenso wegen unberechtigter Inkassoforderung an uns. Ausdrücklich ist hier die Firma Euro Collect GmbH oder auch bekannt als NRW Inkasso aus Düsseldorf zu nennen. Die geltend gemachten Forderungen stammen angeblich aus Kreditkartenbestellungen. Auch das Inkassobüro COEO Inkasso GmbH aus Dormagen machte Probleme. Die Hauptforderungen konnten selten oder gar nicht nachvollzogen werden. Auf Nachfragen erhielten Verbraucher:innen meistens kein Antwort.

Der Verkauf von Mobilfunkverträgen am Telefon war 2020 ebenso ein Schwerpunkt. Die Firma Primastrom GmbH fiel dabei besonders auf. Die Verbraucher:innen wurden angerufen und gefragt, ob sie nicht einen günstigeren Telefontarif nutzen möchten. Selbst wenn die Angerufenen nicht

darauf eingingen, wurden ihnen Vertragsunterlagen zugeschickt. Als dann die ersten Rechnungen kamen, wandten sich die Betroffenen an die Verbraucherzentrale.

Probleme mit Gewährleistungsrechten nahmen ebenfalls 2020 zu. Die Gewährleistung wurde oft verweigert oder verzögert. Meist wurden die Verbraucher:innen einfach an den Hersteller verwiesen. Lieferzeiten – gerade bei Möbeln – haben sich 2020 enorm verzögert oder konnten gar nicht gehalten werden. Da die Kunden allein nicht weitergekommen sind, haben die Beraterinnen die Rechtsbesorgung übernommen und den Schriftverkehr mit den Unternehmen geführt. Die Rechtsbesorgung ist die zeitintensivste Tätigkeit innerhalb der Beratung.

2.4. Beratungsstelle Stralsund

Wie überall musste auch in der Beratungsstelle Stralsund infolge der Covid-19-Pandemie mehrere Monate auf die persönliche Beratung verzichtet werden. Trotz dieser Einschränkungen sind die Beratungszahlen wider Erwarten gestiegen. Das zeigt, dass der Beratungsbedarf der Verbraucher:innen unverändert hoch ist. Neben mündlichen - vornehmlich telefonischen - Beratungen stand die Interessenvertretung der Verbraucher:innen gegenüber den Anbietern im Mittelpunkt. Es fanden im vergangenen Jahr insgesamt 691 Beratungen statt. Sowohl telefonisch als auch schriftlich wurden 598 Auskünfte erteilt. In 266 Fällen mussten die Ratsuchenden an andere Beratungseinrichtungen, Institutionen bzw. Fachanwälte verwiesen werden, da das angefragte Beratungsthema nicht von der Verbraucherzentrale angeboten wird.

Verbraucherschutz warnt: Inkassobüro aus Tschechien fordert Geld von Stralsundern

Offenbar versuchen Betrüger erneut vor allem Männer in der Region Stralsund abzuzocken. Angeblich sollen die Empfänger der Rechnungen erotische Telefondienstleistungen in Anspruch genommen haben. Experten empfehlen, Ruhe zu bewahren und auf keinen Fall zu zahlen.

Quelle Foto: Ostseezeitung

Thematisch drehten sich die meisten Fragen – abweichend von den Vorjahren und bedingt durch die Pandemie – um Reisestornierungen und Kostenerstattungen für abgesagte Flüge. Auch wenn die Regelungen des Pauschalreiserechts die Durchsetzung der Rechte der Verbraucher erleichtern, waren zahlreiche Anbieter erst nach mehreren schriftlichen Aufforderungen zur Rückerstattung des

Reisepreises zu bewegen. Nicht selten wurde den Ratsuchenden suggeriert, sie müssten sich entgegen der gesetzlichen Regelung mit einer Umbuchung oder einem Gutschein zufrieden geben.

Auffallend oft beschwerten sich Verbraucher über ungewollte Anbieterwechsel im Bereich der Energieversorgung. Sowohl die Anbieter selbst als auch so genannte Tarifoptimierer versuchten telefonisch, die Betroffenen zu einem Anbieterwechsel zu bewegen. Häufig wurde Verbraucher:innen zusätzlich zum Stromvertrag noch ein Vertrag für Mobilfunk oder Internet untergeschoben. Ein entsprechender Beitrag im „Nordmagazin“ mit Anja Offermann von der Beratungsstelle Stralsund konnte weitere Verbraucher:innen warnen.

Darüber hinaus suchten Betroffene mit alt bekannten Problemen Rat: Betrügerische Mahnungen von vermeintlichen Inkassounternehmen, Abo-Fallen im Zusammenhang mit so genannter Finanzsanierung sowie ungewollte Glücksspiel- und Zeitschriftenabonnements. Aufgrund der Beschränkungen und der Notwendigkeit, Kontakte zu reduzieren, konnten nur, aber immerhin, zwei Vortragsveranstaltungen stattfinden. Traditionell konnte der jährliche Vortrag vor den Senioren der Bahn im Oktober veranstaltet werden. Auch der bestehende Kontakt zur Initiative „Mütter-Hand-in-Hand“ wurde mit einem Vortrag zum Vertragsrecht aufrechterhalten.

3. Projekte

3.1. Projekt Lebensmittel und Ernährung im ungewöhnlichen Jahr 2020

3.1.1. Anfragen an den Fachbereich

Für die Mitarbeiterinnen des Fachbereiches Lebensmittel und Ernährung (FB LuE) der Verbraucherzentrale MV hat sich der Arbeitsschwerpunkt im Jahr 2020 durch die Bedingungen aufgrund der Corona-Pandemie verlagert. Leider konnten zeitweise keine geplanten Veranstaltungen durchgeführt werden. Auch die Planung zukünftiger Termine war eingeschränkt.

Das Team des Fachbereiches Lebensmittel und Ernährung (v.l.n.r.):
Gisela Anderson, Antje Degner, Sabine Rasch, Simone Goetz, Sandra Reppe, Teamleiterin Nora Röder

Besonders in den ersten unsicheren Zeiten zu Beginn der Corona-Pandemie war Achtung geboten. Es erreichte uns eine Verbraucherbeschwerde zum Angebot eines Desinfektionsmittels in PET-Flaschen in Form von handelsüblichen Getränkeflaschen. Die Klärung zur rechtlichen Lage gestaltete sich schwierig, keine Behörde sah sich zuständig. Letztendlich wurden die Behörden in Nordrhein-Westfalen informiert, da der Hersteller sowie die Verkäufer dort gemeldet sind. Die Verbraucherzentrale sah deutliche Einwände gegen den Verkauf aufgrund der Verwechslungsgefahr mit Wasserflaschen durch die Aufmachung des Produktes (durchsichtige Flüssigkeit, Flaschenform und Verschluss). Auch die Sicherheitsvorkehrungen waren nach Einschätzung der VZ MV mangelhaft, da sich das Etikett leicht löste und dann Informationen zum Inhalt fehlen. Eine Weiterverwendung der Flasche zum Trinken ist auch generell nicht auszuschließen. Eine Mitarbeiterin des FB LuE nahm Kontakt mit dem Verkäufer sowie dem Hersteller auf. Es ergab sich ein reger Austausch. Letztlich wurden wir informiert, dass die Ware aus dem Verkauf genommen wurde. Die VZ MV kann den sprunghaften Anstieg der Nachfrage an Desinfektionsmitteln und auch der Behältnisse für deren Abfüllung nachvollziehen, dennoch darf aus Sicht des gesundheitlichen Verbraucherschutzes kein Gesundheitsrisiko für den Verbraucher entstehen.

Zusätzlich erreichten den FB LuE vermehrt Anfragen zur Problematik der Übertragung von Corona-Viren über Fleisch, Nahrungsergänzungsmittels zur Abwehr einer Corona-Infektion und auch zur vegetarischen und veganen Ernährung. Auch das Thema Lebensmittelkennzeichnung war weiterhin aktuell, sowie die Frage, ob der Preis am Regal oder der Kasse gelte, warum die Preisauszeichnung bei Obst und Gemüse unterschiedlich pro Stück und pro Kilogramm erfolge und ob eine zusätzliche Versorgung mit Vitamin D generell empfehlenswert sei.

3.1.2 Schwerpunkt: Verbraucherbildung

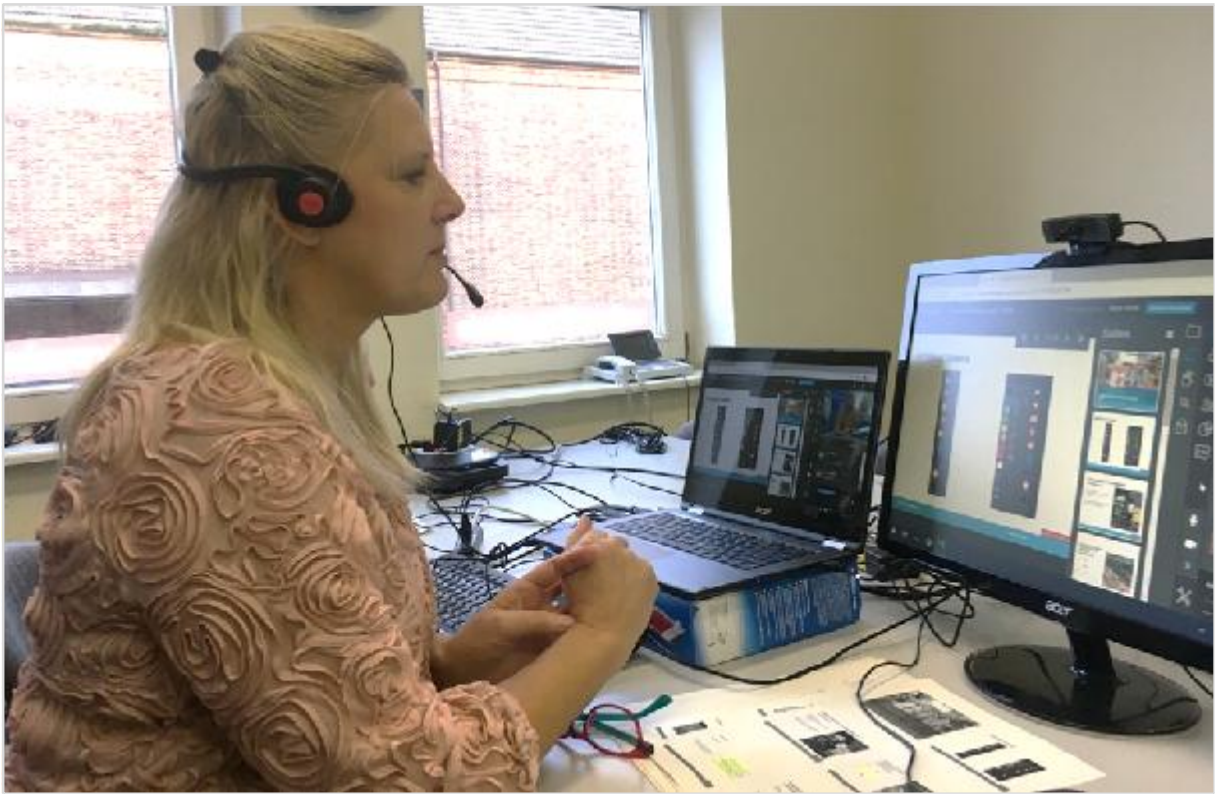
Die Corona-Pandemie hat auch die Arbeit des FB LuE im Bereich Verbraucherbildung eingeschränkt. Es konnten zwar fast 50 Veranstaltungen durchgeführt werden, das entspricht jedoch nur einem Drittel der sonstigen Leistungen.

Projektangebot	Veranstaltungen	Anzahl Teilnehmer	
		Schüler	Lehrer
Powerkauer auf Gemüsejagd	11	192	16
Ess-Kult-Tour	9	161	11
Trendgetränke	7	69	5
Richtig essen, Werbung vergessen	6	120	10
Sonstiges	16	233	21
Summe	**49**	**775**	**63**

Tabelle 1: Durchgeführte Veranstaltungen zur Verbraucherbildung im Jahr 2020

Die Mitarbeiterinnen des FB LuE beschäftigten sich mit einer Software zur Durchführung von Online-Veranstaltungen. Vieles muss ausprobiert und verstanden werden, die Referentenansicht aber auch die Teilnehmeransicht muss vollständig bekannt sein, damit ein Online-Seminar störungsfrei angeboten und durchgeführt werden kann. Es wurde ein Konzept entwickelt, wie die Schülerworkshops auch online gelingen können. Diese Umstrukturierung erwies sich als sehr umfangreich. Zusätzlich war die Umsetzung durch fehlende technische Ausstattung in Schulen und Bildungseinrichtungen eingeschränkt, sowie durch die Schließung der Schulen im Allgemeinen.

Weiterhin überarbeiteten die Mitarbeiterinnen Vortragsthemen und erstellten Online-Vorträge. So konnte der FB LuE zu Beginn des Jahres 2020 einen neuen Workshop etablieren: „Fit und gut drauf beim Sport – Workshop zur Ernährung von Freizeitsportlern“. Mit diesem Workshop setzen sich die Teilnehmer kritisch mit Werbeaussagen auf Sportlerprodukten oder in einschlägigen Internetforen auseinander. In sechs Stationen werden beispielsweise die Begriffe der „hypotonen“, „isotonen“ und „hypertonen“ Sportlergetränke geklärt, Fragen zur Lebensmittelkennzeichnung sowie zur Zusammensetzung von Sportlerlebensmitteln und mit Hilfe eines Puzzles zu Pillen und Pülverchen aufgeklärt. Weiterhin wird ein eigenes Müsli zusammengestellt und die berechneten Nährwerte werden mit Fertigmüslis verglichen.



Neue Form der Wissensvermittlung – Online-Vorträge und Online-Weiterbildung

3.1.3. Schwerpunkt: Verbraucherinformation

Im Jahr 2020 wurden 34 Vorträge durchgeführt und 24 Messen und Aktionen veranstaltet. Durch die Mitarbeiterinnen des FB LuE wurden 31 Pressemitteilungen herausgegeben und zusätzlich 16 Interviews bzw. Pressebeiträge mitgestaltet. Dabei wurden beispielsweise folgende Themen aufgegriffen: Preisentwicklung von Obst und Gemüse während der Corona-Pandemie, erhöhte THC-Gehalte in Hanfprodukten, Coating bei Obst und Gemüse, Eierherkunft und -kennzeichnung, kalte Kaffeegetränke sind wahre Kalorienbomben, Herkunft von Lebensmitteln und Lebensmittel wert schätzen.

	Veranstaltungen	Teilnehmer
Vorträge	34	362
Messen und Aktionen	24	1.758

Tabelle 2: Durchgeführte Veranstaltungen zur Information der Verbraucher im Jahr 2020

Beispielhaft folgen Höhepunkte aus dem Jahr 2020:

Der Informationsstand der Verbraucherzentralen auf der Sonderschau des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) anlässlich der *Internationalen Grünen Woche* stand in diesem Jahr unter dem Motto „Superfood und Nahrungsergänzungsmittel“. Der Verzehr von Superfood liegt seit einigen Jahren im Trend. Die wissenschaftlichen Belege für diese gesundheitlichen Wirkungen oder einen gesundheitlichen Mehrwert im Vergleich zu heimischen Lebensmitteln fehlen jedoch meist. Das exotische Superfood ist meist teuer und eine hohe Belastung mit Pflanzenschutzmitteln ist nicht auszuschließen. Außerdem gibt es sie meist nur in verarbeiteter Form, z. B. getrocknet. Durch Trocknung oder Wärmebehandlungen gehen die beworbenen Inhaltsstoffe zum Teil verloren. Viele Besucher des Standes waren von diesen Einschätzungen überrascht.

Simone Goetz auf der IGW

Eine Ausstellung mit der ganzen Vielfalt von Nahrungsergänzungsmitteln für verschiedene Zielgruppen machte den Besuchern deutlich, dass die Werbeaussagen Erfolg haben und viele Verbraucher den Konsum von Nahrungsergänzungsmitteln als ganz normal ansehen. Besonders deutlich wurde dies am Beispiel bei Vitamin D. Durch alle Altersgruppen hinweg wurde die (falsche) Einschätzung deutlich: in Deutschland ist der Vitamin-D-Mangel, besonders im Winterhalbjahr, stark verbreitet.

Im Juni und Juli 2020 ging der FB LuE zum zehnten Mal auf *Sommertour*. Die Tour führte nach Wismar, Greifswald, Waren, Neubrandenburg, Anklam und Stralsund. Auch 2020 gab es an einigen Orten wieder Unterstützung vom FB BauenIWohnenIEnergie. Schwerpunkt war das Thema „Klarheit und Wahrheit beim Lebensmitteleinkauf“. Dabei stand die Lebensmittelkennzeichnung im Fokus. Eine Produktausstellung gab Antworten auf verschiedene Fragen: *Wie viel Frucht steckt im Instantgetränk mit Kirsch-Bananen-Geschmack? Woher kommt der Fisch in der Rügener Fischsoljanka? oder Warum gibt es Erbsensuppe mit Koffein?* Trotz Corona-Hygieneregeln war das Interesse der Verbraucher groß. Insgesamt 330 Verbraucher informierten sich am Infomobil zu Themen rund um die Lebensmittelkennzeichnung.

Vom 22. bis 29. September 2020 beteiligte sich die VZMV an der ersten bundesweiten *Aktionswoche „Deutschland rettet Lebensmittel!“* für mehr Lebensmittelwertschätzung. Diese wurde vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft in Zusammenarbeit mit den Bundesländern durchgeführt und ist Bestandteil der Nationalen Strategie zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung. In Greifswald, Waren, Schwerin, Rostock, Wismar und Ludwigslust informierten sich insgesamt 446 Verbraucher:innen an unseren Aktionsständen oder testeten ihr Wissen in einem Quiz. Im Fokus standen Informationen zum Mindesthaltbarkeits- und Verbrauchsdatum sowie zu Temperatur- und Lagerhinweisen. Außerdem ging es um die Lagerung von Mahlzeitenresten. So mancher Besucher unseres Aktionstandes staunte, dass das Einfüllen zu heißer Speisen in leere Eispackungen oder das Verpacken saurer oder salziger Lebensmittel in Aluminiumfolie gesundheitsschädlich sein kann.

Die Themen „Lebensmittelwertschätzung“ und „Lebensmittelverpackungen“ wurden auch im Rahmen der *Europäischen Woche der Abfallvermeidung* vom 21. bis 29.11.2020 aufgegriffen.

Verbraucher:innen konnten im Vorfeld der Aktionswoche am Quiz der VZMV zum Thema „Lebensmittel und ihre Verpackungen mehr wertschätzen“ teilnehmen. Dieses wurde in drei großen Tageszeitungen des Landes und auf der Internetseite der VZMV veröffentlicht. In der Woche der Abfallvermeidung wurden die richtigen Antworten mit Erläuterungen abgedruckt. Die Einsender richtiger Lösungen freuten sich über Büchergutscheine, die das Ministerium für Landwirtschaft und Umwelt zur Verfügung stellte. Insgesamt beantworteten 49 Verbraucher:innen die Fragen richtig.

3.1.4. Marktchecks des Fachbereiches Lebensmittel und Ernährung

Der FB LuE realisierte einen Marktcheck zu *Kalorienangaben bei Bier und Biermischgetränken.* Der Deutsche Brauerbund und der Bundesverband Private Brauereien Deutschland verpflichteten sich im Januar 2019, künftig auf allen Bieren und Biermischgetränken freiwillig den Brennwert (Kalorien/Joule) anzugeben. Im Januar 2020 führte die VZMV einen nicht repräsentativen Marktcheck durch, um festzustellen, wie die Brauereien diese Selbstverpflichtung ein Jahr nach der Verkündung umsetzen. Insgesamt wurden 64 Biere und 20 Biermischgetränke von 56 verschiedenen Marken überprüft. Bei weniger als der Hälfte (45 Prozent) der begutachteten Getränke war der Brennwert auf dem Etikett bzw. auf der Dose aufgedruckt. Die Brauereien, die auf ihren Produkten keine Angabe des Kaloriengehaltes vornahmen, wurden um Stellungnahme gebeten. Fast alle angeschriebenen Brauereien meldeten sich zurück und wiesen darauf hin, dass sie sich im Umstellungsprozess befinden und Restbestände alter Etiketten aufbrauchen. Während die Bierhersteller diesbezüglich auf einem guten Weg sind, sind die Hersteller anderer alkoholischer Getränke, wie Wein, Sekt oder Spirituosen nicht so auskunftsfreudig. Verbraucherfreundlicher wäre eine europaweit gültige gesetzlich verpflichtende Nährwertkennzeichnung, für alle alkoholischen Getränke.

Weiterhin führte der FB LuE im Mai 2020 einen nicht repräsentativen Marktcheck zur *Kennzeichnung von Füllmenge und Nährwertangaben bei Vanilleeis* durch. Laut Fertigpackungsverordnung werden die Füllmengen von flüssigen Lebensmitteln nach Volumen, alle anderen Lebensmittel nach Gewicht gekennzeichnet. Ausnahmen bestätigen jedoch die Regel. Speiseeis wird wie ein flüssiges Lebensmittel behandelt und die Füllmenge somit nach Volumen, also in Millilitern, gekennzeichnet. 80 Prozent der Hersteller im Test gaben zusätzlich auch freiwillig die Füllmenge in Gramm an. In allen Produkten im Marktcheck steckte ein Luftaufschlag, teilweise bis über 100 Prozent. Durch die eingeschlagene Luft steigt das Volumen und aus 500 Gramm werden schnell 1000 Milliliter. Luft macht das Eis cremig. Jedoch muss die Luft im Zutatenverzeichnis nicht deklariert werden. Schwierig wird es für Verbraucher, wenn auch die Nährwerte, wie Kalorien-, Zucker- und Fettgehalte, bezogen auf das Volumen angegeben werden. Knapp ein Drittel der Hersteller in der Stichprobe tat dies. Eis wird aber für gewöhnlich nicht in flüssiger Form verzehrt. Weil aber 100 Milliliter Eis oft nicht mehr als 50 Gramm entsprechen, wirken die Kaloriengehalte vergleichsweise niedrig. Gesetzlich verpflichtend sind die Nährwertangaben nur bezogen auf 100 Gramm oder 100 Milliliter Eis.

3.1.5. Schwerpunkt: Gemeinschaftsaktionen (GA) 2020

Abschluss der GA „Tierschutz, Tierwohllabel“

Bei Aktionen und Vorträgen wurden die Materialien, wie die Einkaufsblöcke, Magneten, Vorträge und das Roll-up-Quiz „Wie viele Masthühner sind pro Quadratmeter erlaubt?“ gerne eingesetzt und sind auf großes Interesse gestoßen. Auch das Online-Quiz lenkte das Interesse vieler Verbraucher auf das Thema „Tierwohl“.

Recherchen der GA zu Tierwohlprogrammen in den Nachbarländern mündeten im Juli in ein Online-Fachgespräch mit niederländischen und dänischen Fachleuten aus Tierschutzverbänden und Behörden. Besonders die Informationen zu den verschiedenen Logo-Kriterien und Möglichkeiten der Verbraucherinformation sind für die weitere Bearbeitung des Themas sehr wertvoll.

Seit April 2019 kennzeichnen acht große Handelsunternehmen ihre Fleischprodukte einheitlich mit dem Label „Haltungsform“. Die Verbraucherzentralen erhoben bereits 2019 entsprechende Daten. Im aktuellen Marktcheck im September 2020 wurde nun geprüft, wie sich das Fleischangebot der einzelnen Stufen im Vergleich zum Vorjahr verändert hat. Es wurden kaum Veränderungen festgestellt: Wie bereits 2019 stammt auch aktuell mehr als die Hälfte der Fleischprodukte aus Haltungsform 1 und gut ein Drittel aus Haltungsform 2. Fleisch aus Haltungsform 3 macht mit drei Prozent einen verschwindend geringen Anteil aus. Im Dezember wurden die Ergebnisse im Faktenblatt „Haltungsform-Label bei Frischfleisch: Orientierung ja. Auswahl Fehlanzeige.“ veröffentlicht. Die VZMV hat die Ergebnisse auch in einem Presseartikel „Mangelware: Festtagsbraten aus tiergerechterer Haltung“ verarbeitet.

Start der GA „Ernährung von Senioren: Besser informiert – auch digital und in ländlichen Regionen“

Die Gemeinschaftsaktion startete im Jahr 2020 und ist für drei Jahre konzipiert. Zielgruppe sind Senioren, die sich selbst versorgen können bzw. für die Selbstversorgung Lieferdienste in Anspruch nehmen und an digitaler Kommunikation teilhaben können. Um eine Eigenversorgung aufrecht halten zu können, benötigen Verbraucher Unterstützungsangebote, Tipps und Informationen, worauf sie beim Einkauf und bei Bestellungen achten sollten und welche Nachteile es möglicherweise gibt.

Eine Mitarbeiterin des FB LuE arbeitet im Team „Vorträge und Infomaterialien“ mit. Im ersten Schritt wurden die in den Verbraucherzentralen vorliegenden Materialien und Vorträge gesammelt, gesichtet, ergänzt und aktualisiert. Im nächsten Schritt wurden drei neue Vorträge erstellt: „Essen ist Genuss – auch im Alter“, „Online-Einkauf – Lebensmittel aus dem Internet“ und „Einkaufsfalle Supermarkt“. In MV wurden drei Vorträge mit 45 Teilnehmern durchgeführt.

Es wurden Postkarten, ein Kreuzworträtsel und ein Trinkprotokoll in Form einer Tischunterlage erstellt. Mitte Juli 2020 wurde die neue Internet-Themenseite der GA „Genussvoll älter werden“

veröffentlicht. Wer sich durch die Seiten klickt, kann Lebensmittel unter die Lupe nehmen und sich durch eine kleine Warenkunde navigieren. Vom idealen Durstlöscher, über die Bedeutung von Fett in der Seniorenernährung, bis hin zu Kennzeichnungsvorschriften bei Lebensmitteln, werden wichtige Fakten an die Hand gegeben. Diese Landingpage wurde rund 4500 Mal geklickt (Stand November 2020), sehr großes Interesse besteht am Thema Nahrungsergänzungsmittel.

Start der GA „Novel Food“

Im Jahr 2020 startete die zweijährige GA „Novel Food“. Novel Food (Neuartige Lebensmittel) sind laut der EU-Novel Food-Verordnung (2015/2283) solche Lebensmittel, die vor dem Stichtag 15.05.1997 noch nicht in nennenswertem Umfang in der EU für den menschlichen Verzehr verwendet worden sind und bestimmten, in der genannten Verordnung aufgeführten Gruppen zugeordnet werden können. Sie dürfen in der Europäischen Union nur in den Verkehr gebracht werden, wenn eine entsprechende Zulassung vorliegt. Erfahrungen der Verbraucherzentralen zeigen, dass Verbraucher:innen nur wenig Wissen über neuartige Lebensmittel, deren Herstellung sowie der ernährungsphysiologischen Bedeutung oder Verarbeitung haben. Unter diesen Voraussetzungen ist eine bewusste Kaufentscheidung kaum möglich. Die Verbraucherzentralen sehen bei neuartigen Lebensmitteln jeglicher Art Aufklärungsbedarf. Auf dem Etikett bestimmter Novel Food Produkte oder Produkten mit Novel Food Zutaten müssen aus gesundheitlichen Gründen bestimmte Warnhinweise und Verzehrempfehlungen oder Verwendungshinweise erfolgen. Vor allem beim Kauf von Novel Food Produkten im Online-Handel sehen die Verbraucherzentralen vermehrten Informationsbedarf.

Im ersten Jahr lag der Schwerpunkt dieser GA auf der Produktkategorie der Insekten, für die eine Zulassungspflicht überwiegend noch aussteht. Übergangsregelungen machen eine Vermarktung bestimmter Insektenprodukte aber auch jetzt schon möglich. Das Team „Verbraucherbeteiligung“, in dem eine Kollegin der VZMV mitarbeitete, führte 2020 einen Marktcheck zu Insektenlebensmitteln durch. Dabei wurden insgesamt 32 Produkte, wie Snackinsekten, Riegel oder Teigwaren mit Insekten aus dem stationären Handel auf Nährwerte, Kennzeichnung und Werbeaussagen überprüft. Es wurde eine lückenhafte Kennzeichnung möglicher Allergene festgestellt. Zudem fehlen Hinweise, ob die Produkte bei der Herstellung erhitzt wurden, teils wird mit unzulässigen nährwertbezogenen Angaben geworben, einige Produkte sind stark zucker- oder salzhaltig und allesamt sind sie sehr teuer. Die Ergebnisse des Marktchecks wurden in einem Bericht zusammengefasst und in einer Presseinformation veröffentlicht.

Außerdem konzipierte das Team „Verbraucherbeteiligung“ eine Fokusgruppenbefragung, die anschließend in Auftrag gegeben wurde. Damit wurde die Einstellung zu Speise-Insekten von Personen, die bereits insektenhaltige Lebensmittel essen, Personen, die bereit dazu wären diese zu probieren und Personen mit Allergien oder Lebensmittelunverträglichkeiten erfasst. Die Ergebnisse der Befragung wurden Anfang 2021 veröffentlicht. Im Rahmen der GA entstand auf dem Internetauftritt der VZen eine Landingpage zum Thema „Novel Food“. Verbraucher:innen können sich dort nicht nur zu Speise-Insekten, sondern auch zu anderen neuartigen Lebensmitteln, wie Chia-Samen, Algenöl oder mit UV-Licht behandelten Pilzen informieren.

3.1.6. Interessenvertretung/ Kooperationen / Mitarbeit in Netzwerken und Arbeitsgruppen

Der FB LuE ist im Fachgremium der *Vernetzungsstellen Kita- und Schulverpflegung MV*, im Beirat der *Deutschen Gesellschaft für Ernährung MV*, als Mitglied in der *Landesvereinigung für Gesundheitsförderung MV*, und im *Facharbeitskreis der Verbraucherzentralen* auf Bundesebene vertreten. Die Mitarbeiterinnen des FB waren in sechs *Fachbeiräten der Stiftung Warentest* aktiv.

Aktionsbündnis für Gesundheit

Auf der Grundlage der Landesrahmenvereinbarung übernimmt das Aktionsbündnis die Identifizierung von Handlungsfeldern zur Verbesserung der Gesundheit, die Entwicklung von Gesundheitszielen, sowie die Überprüfung der Zielerreichung. Das Aktionsbündnis gibt Empfehlungen an die Politik und trägt zur Weiterentwicklung des Landesaktionsplans bei. Die Gesundheitsziele für Mecklenburg-Vorpommern wurden am 03.12.2019 durch das Plenum des Aktionsbündnisses für Gesundheit beschlossen. Am 19.08.2020 hat das Plenum in seiner jährlichen Sitzung ein Konzept für die weitere Arbeit mit den Gesundheitszielen sowie Forderungen zur politischen Verankerung und Umsetzung der Gesundheitsziele beschlossen.

Pfandbechersystem für Rostock

Im Oktober 2020 fand das erste Treffen des Lenkungskreises „Pfandbechersystem für Rostock“ unter Leitung der Initiative Plastikfreie Stadt statt. Die Rostocker Bürgerschaft hat den Oberbürgermeister mit Beschluss vom 06.03.2019 beauftragt, noch stärker auf die Vermeidung von Müll und Einwegplastik im öffentlichen Raum, bei öffentlichen Veranstaltungen und in städtischen Liegenschaften in Rostock hinzuwirken. Gemeinsam mit Rostocker Unternehmen und koordiniert vom Team „plastikfreie Stadt“ will Rostock 2021 ein Pfandbechersystem für Coffee-to-go-Mehrwegbecher etablieren.

GeStiKuS der LVG

Seit 2016 ist der FB LuE aktiver Partner im Projekt GeStiKuS (ein Projekt zum Aufbau gesundheitsförderlicher Strukturen in Kindertageseinrichtungen und Schulen) der Landesvereinigung für Gesundheitsförderung MV e. V. Ziel des Projektes ist es, die Spiel-, Lern- sowie die Arbeitsbedingungen in Kitas, Horten und Schulen gesundheitsförderlicher zu gestalten. Im Mittelpunkt steht dabei die Aufrechterhaltung und Verbesserung der Gesundheit aller Beteiligten, die der Kinder und Jugendlichen, der Erzieher und Lehrer sowie nach Möglichkeit auch die der Eltern. Die Maßnahmen des FB LuE zum Schwerpunkt „Ausgewogene Ernährung mit Spaß und Genuss“ fanden in einer Kita in Warin und in zwei Horten in Mühlen-Eichsen und in Warnemünde statt. Insgesamt wurden in den sieben durchgeführten Veranstaltungen 92 Kinder und zehn Pädagogen erreicht.

Verzahnung von Arbeits- und Gesundheitsförderung in der kommunalen Lebenswelt (LVG)

Der FB LuE ist seit mehreren Jahren auch aktiver Partner im Rahmen des Verzahnungsprojektes der LVG. Zielgruppe dieses Projektes sind Erwerbslose. Die LVG organisiert gemeinsam mit Jobcentern in MV Präventionsveranstaltungen in Form von Gesundheitskursen bzw. Gesundheitstagen. Ziel der Aktivitäten ist es, Erwerbslose für den Präventionsgedanken aufzuschließen und sie bei der Verbesserung ihrer individuellen Gesundheitssituation mit Angeboten zu unterstützen. Im Januar und im Oktober 2020 fanden jeweils drei Gesundheitstage in Parchim, Hagenow und Ludwigslust statt. An den sechs Veranstaltungstagen führten die Mitarbeiterinnen des FB 27 Kurzvorträge durch und boten an Informationsständen Beratungen zum Thema Lebensmittel und Ernährung an. Insgesamt wurden 257 Verbraucher:innen erreicht.

Netzwerkgruppentätigkeit (NWG)

Drei Kolleginnen des Fachbereiches arbeiteten in Netzwerkgruppen des Verbraucherzentrale Bundesverbandes (vzbv) mit. Es werden Beratungsstandpunkte (BSP) zur Unterstützung der Kollegen aller Verbraucherzentralen erstellt und aktualisiert.

In der *NWG „Lebensmittelqualität und -sicherheit“* wurde durch die VZMV der BSP „Eier und Eiersatzprodukte“ erstellt. Gleichwohl wurden andere BSP überarbeitet. Zusätzlich wurde durch Mitwirkung einer Mitarbeiterin des FB LuE eine Internetseite zum Thema „Bei natürlichen Schadstoffen in pflanzlichen Lebensmitteln aufpassen!“ erstellt.

In der *NWG „Lebensmittelkennzeichnung und -handel“* wurde neben der Aktualisierung vorhandener Papiere ein neuer BSP zum Thema „Branding“ (Laserkennzeichnung auf Obst und Gemüse) erstellt.

Ziel der *Netzwerkgruppe „Verbraucherbildung“* war auch in 2020 die inhaltliche Begleitung und ein gemeinsames Vorgehen zur Förderung der Verbraucherbildung in den Bundesländern und auf Bundesebene. Die Tätigkeiten der VZ-Mitarbeiter:innen an Schulen sollen auf einem hohen qualitativen Standard ermöglicht werden. Daher wurde die „Materialsammlung Verbraucherbildung“ weiterentwickelt, gepflegt und innerhalb der VZn bekannter gemacht. Eine Mitarbeiterin des FB hat ebenfalls an einer Toolsammlung für digitale Methoden in der Bildungsarbeit mitgewirkt. Weiterhin wurde an einem einheitlichen Konzept zur Qualitätssicherung der Bildungsangebote, sowohl der Materialien als auch der Veranstaltungen, weitergearbeitet. Es soll eine Checkliste „Vorbereitung und Durchführung von Online-Seminaren“ entstehen.

Da vermehrt Wirtschaftsakteure mit unterschiedlichen Aktivitäten in Schulen anzutreffen sind, wurde das Positionspapier „KEINE WERBUNG IN DER SCHULE – Aktivitäten von Wirtschaft im Bildungsbereich wirksam begrenzen und kontrollieren“ im März medienwirksam veröffentlicht.

3.1.7. BMEL und BMI Projekt „Gut essen macht stark: Mehr gesundheitliche Chancengleichheit für Kinder und Jugendliche in den Quartieren“

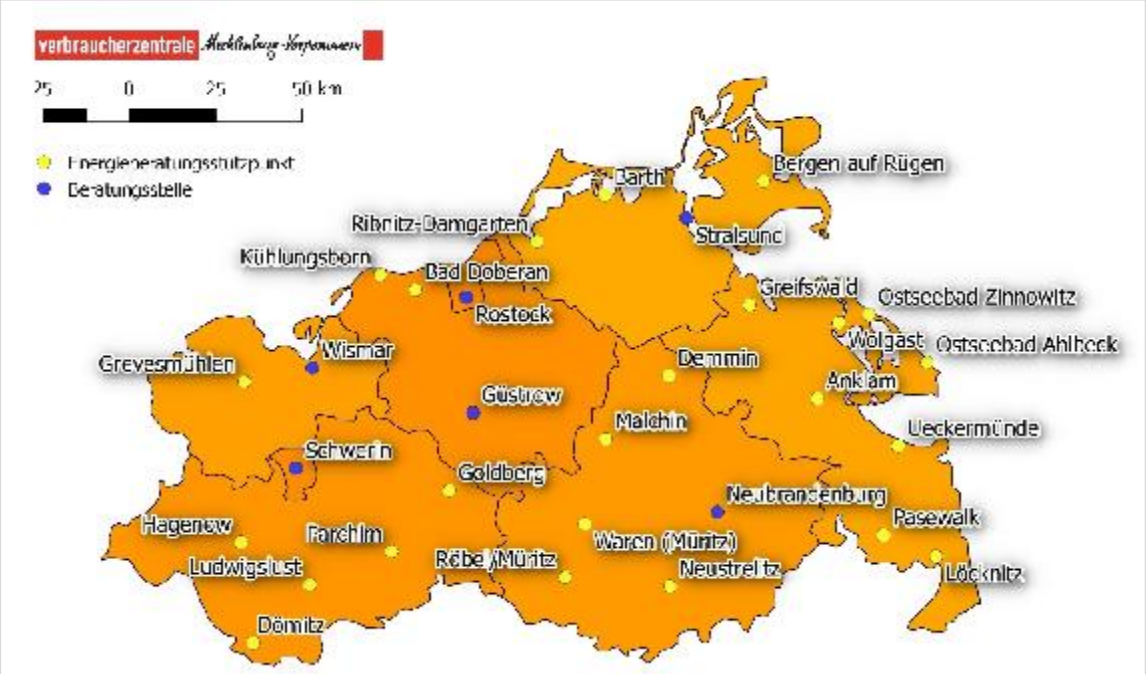
Das bundesweite Sonderprojekt der Verbraucherzentralen, das vom Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat (BMI) und vom Bundesministerium für Landwirtschaft und Ernährung (BMEL) gefördert wird, startete im Oktober 2019 und läuft bis September 2024. Es soll einen Beitrag leisten zu mehr Integration und Teilhabe von Kindern und Jugendlichen aus sozial

benachteiligten Familien und/oder mit Migrationshintergrund an einem gesundheitsfördernden Verpflegungsangebot und Verhalten.

Die Akquise von Kitas und Schulen gestaltete sich im Jahr 2020 aufgrund der Corona-Pandemie schwierig. Mit einer Schule in MV wurden Veranstaltungen mehrfach verschoben und dann wegen des Corona Lockdowns und der damit verbundenen Schulschließung komplett abgesagt.

Die Volkssolidarität Kreisverband Rostock e. V. als Träger von neun Kitas, zeigte großes Interesse an dem Projekt. Im August 2020 wurde eine Projektmitarbeiterin des FB LuE von der Bereichsleitung Kita und der Fach- und Praxisberatung der Volkssolidarität eingeladen und stellte dort das Projekt vor. Die Leiterin der Kita „Lütt Sparling“ in Rostock Dierkow war begeistert vom Projekt. Sie hat großes Interesse daran, ihre Pädagog:innen und Hauswirtschaftskräfte fortzubilden. Es waren vier Veranstaltungen für die Küchenkräfte im Herbst 2020 geplant, die dann leider abgesagt werden mussten. Bei den Fortbildungen sollte es vorrangig um die Speiseplanung in der Kita nach dem DGE Qualitätsstandard gehen. Den Pädagogen sollte die Kita-Ideen-Box vorgestellt werden und den Eltern sollten Gesprächsrunden zum Thema Kinder-Ernährung im Elterncafé angeboten werden. Auch diese Veranstaltungen fanden Corona bedingt nicht statt.

3.2. Bereich Bauen|Wohnen|Energie



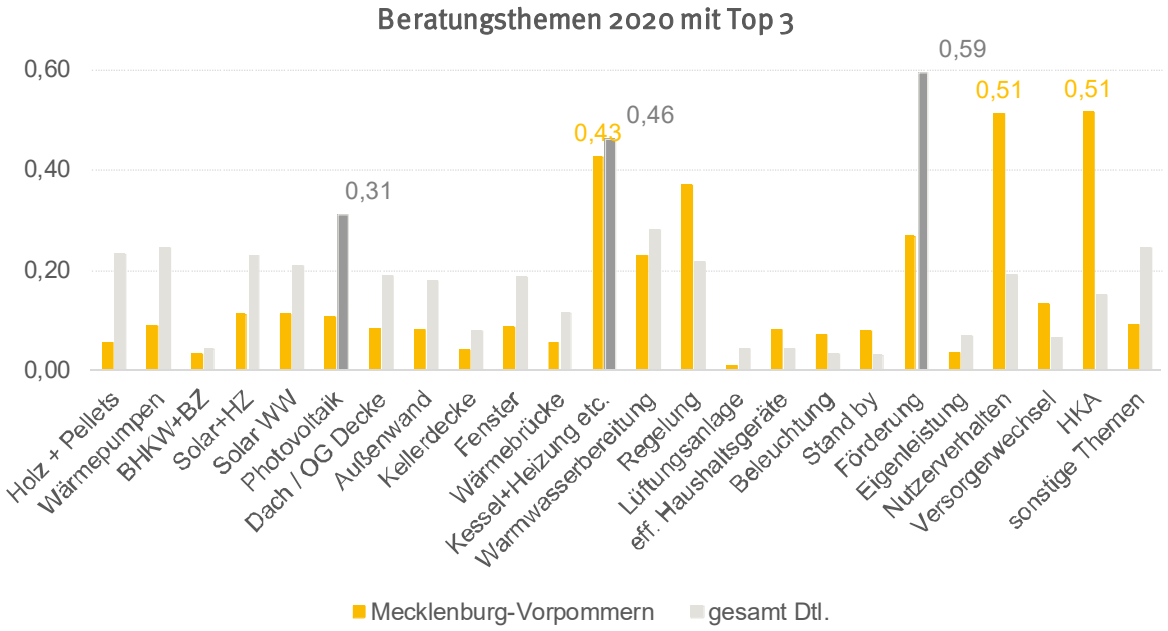
Anfang des Jahres 2020 überraschte die aufkommende Pandemie mit zum Teil einschneidenden Folgen: Lockdown, Abstands- und Hygiene-Regeln, die die Arbeit als beratender Verein erheblich erschwerte und einschränkte. Persönliche Beratungen konnten nicht mehr durchgeführt werden und es wurde nach Alternativen gesucht. Auf den Energieverbrauch hatte die Pandemie ebenso Auswirkungen, zum Beispiel im Verkehrssektor ging dieser, dank Home-Office und eingeschränkter Wirtschaft, stark zurück. In den Haushalten zeichnete sich für den Winter 2020/2021 ein höherer Energieverbrauch ab und es sind Preissteigerungen zu erwarten.

3.2.1. Energieberater der Verbraucherzentrale bieten Beratung und Hilfe vor Ort

Die 16 Energieberater:innen haben 2020 in sechs Beratungsstellen und 21 Beratungsstützpunkten die Beratung zur Energieeinsparung durchgeführt. Hinzugekommen ist der Stützpunkt in Dömitz, der von einem der drei neuen Energieberater betreut wird. Zu welchen Themen wurde 2020 beraten? Prinzipiell wurden alle Beratungsthemen nachgefragt. Die Hauptthemen in der Beratung waren:

1. Nutzerverhalten bei der Energieeinsparung
2. Heizkostenabrechnungen
3. Kessel und Heizung
4. Regelung und Wärmeverteilung
5. Warmwasserbereitung
6. Förderung
7. Wechsel des Energieversorgers
8. Solar und Heizung
9. Solar und Warmwasser
10. Photovoltaik

Signifikante Unterschiede bei den einzelnen Themen im Vergleich zu Vorjahren sind nicht zu verzeichnen.



Beratungszahlen

Bei der Beratungsnachfrage konnten die Ergebnisse des Vorjahres auf Grund der Einschränkungen durch die Pandemie, wie zum Beispiel abgesagte Messen, nicht erreicht werden. Gemessen an der stationären Beratung sind die Beratungszahlen scheinbar stark eingebrochen, das „Ausweichformat“ per Telefon hat dagegen so kräftig zugelegt, so dass dieser Einbruch aufgefangen werden konnte. Das Gesamtergebnis der bearbeiteten Checks konnte, trotz zeitweise nicht möglicher Vor-Ort-Termine, das Vorjahresergebnis leicht übertreffen (siehe folgende Tabelle).

	2019	2020	Differenz	Prozentuale Differenz
Persönliche Beratung	1174	754	-420	-35,8 %
Persönliche Beratung auf Messen	417	206	-211	-50,6 %
Telefonische Beratung	40	576	536	1340 %
Kurzberatungen	1092	556	-536	-49,1 %
Onlineberatungen	19	45	26	136,8 %
Vortragsteilnehmer	292	437	145	49,7 %
Vorträge	26	11	-15	-57,7 %
Basis-Check	85	45	-40	-47,1 %
Gebäude-Check	138	173	35	25,4 %
Heiz-Check	31	24	-7	-22,6 %
Solarwärme-Check	10	4	-6	-60 %
Detail-Check	79	102	23	29,1 %
Summe Checks	343	348	5	1,5 %

Beratungsfallzahlen 2020 im Vergleich mit den Zahlen 2019

Insgesamt kann die Anzahl der durchgeführten Beratungen aller Formate unter den gegebenen Umständen durchaus als Erfolg angesehen werden.

3.2.2. Regionalmanagement

Das Regional-Management wurde 2016 eingeführt und zielte darauf ab, die Fallzahlen der Energieberatung der Verbraucherzentrale durch Kooperationen mit anderen Akteuren zu steigern. Durch Kooperationen soll das Angebot der Energieberatung regional stärker verankert und in kommunale Gesamtstrategien zu Klimaschutz und Energiewende eingebunden werden. Das Jahr 2020 bildete das abschließende Jahr der zweiten Projektphase des Teil-Projekts.

Die Gebäude-Check Kampagne in Anklam, in Zusammenarbeit mit dem ECOLOG-Institut für sozialökologische Forschung und der Hansestadt Anklam, konnte am 31.03.2020 erfolgreich abgeschlossen werden. Neben der Übernahme von bis zu 30 Gebäude-Checks durch den Kooperationspartner war eine umfangreiche Anzeigenschaltung im Peene Blitz Anklam, im Anzeigenkurier Anklam/Jarmen/Loitz und in der Anklamer StadtZeitung Bestandteil der Kampagne. Eine Auftaktveranstaltung sowie ein auf die Kampagne abgestimmter Vortrag waren weitere Bausteine. Der Kampagnenzeitraum wurde bis zum 31.03.2020 verlängert. Im Zeitraum vom 01.11.2019 bis zum 31.03.2020 konnten insgesamt 17 Gebäude-Checks abgerufen werden. Das ist ein sehr gutes Ergebnis.

Die im April verschobene Eignungs-Check Solar Kampagne, in Kooperation mit dem ECOLOG-Institut für sozialökologische Forschung und der Stadt Anklam, konnte im Juni starten. Verbraucher/Innen aus Anklam konnten sich im Juni und Juli für einen kostenfreien Eignungs-Check Solar anmelden.

Auch die Sommertour, in Zusammenarbeit mit dem Projekt Lebensmittel und Ernährung, konnte am 25.06. starten. Schwerpunkt der Tour war unter anderem die Nutzung Erneuerbarer Energien. Im August 2020 konnte die stationäre Energieberatung in Greifswald wieder aufgenommen werden. Die Kontakte zur Klimaschutzleitstelle in Greifswald wurden daher intensiviert. Zusätzlich zu unseren Beratungen in den Räumlichkeiten des Mietervereins sollen auch zukünftig Beratungstermine im Rathaus angeboten werden. Auch hinsichtlich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit wurden Vereinbarungen getroffen. Die Kooperation mit dem ECOLOG-Institut für sozial-ökologische Forschung und Bildung und der Hansestadt Anklam konnte im Oktober erfolgreich abgeschlossen werden. Hervorzuheben sind nicht nur die durchgeführten Checks in Anklam, sondern auch das erhöhte Aufkommen von Anfragen aus dem Umland.

3.2.3. Lokales Projektmarketing

Auch im Jahr 2020 standen die Themen Energieeffizienz sowie die Senkung des CO_2-Fußabdrucks im Fokus. Die LPM-Tätigkeit unterstützt die Arbeit der Energiekoordinatoren und das Regionalmanagement mit dem Bewerben via Anzeigenschaltung, auf der Website der Veranstalter und der Verbraucherzentrale MV. Darüber hinaus ist das Lokale Projektmarketing für die optisch ansprechenden Präsentationen der Energieberatung auf Messen und Aktionsveranstaltungen verantwortlich.

Messestand RoBau 2020

Die Energieberatung hat an insgesamt 40 Messe- und Aktionstage teilgenommen. Die Anzahl der Messen war im Jahr 2020 bedauerlicherweise durch die Corona-Pandemie stark reduziert, da viele Veranstaltungen komplett ausgefallen sind. Lediglich eine Messeveranstaltung wurde auf einen Ersatztermin von April auf September verschoben. So konnten in diesem Jahr Besucherzahlen von 1329 generiert werden. Das sind 2585 Besucher weniger als im Vorjahr 2019. Auffällig war, dass die Anzahl der allgemeinen Besucherzahlen bei den stattgefundenen Veranstaltungen im zweiten Halbjahr rückläufig war. Das ist aus unserer Sicht auf die Einschränkungen und die Vorsicht der Verbraucher zurückzuführen. Die Energieberater konnten also weniger direkte Beratungsgespräche auf den Messen führen. Positiv hervorzuheben ist jedoch, dass die Besucher gezielter das Gespräch zu den Beratern suchten. Man kann also sagen, dass die Besucher den Messestand der Energieberatung aus einem höheren Eigeninteresse heraus besucht haben. Unter Einhaltung der Hygieneschutzmaßnahmen, wie zum Beispiel das Tragen von Mund-Nasen-Schutz und das Bereitstellen von Desinfektionsmitteln seitens der Energieberatung, konnten gut gesicherte Beratungen stattfinden. Auch die Messeveranstalter haben sich förderliche Hygienekonzepte zu eigen gemacht und konnten somit für einen risikoarmen Ablauf der Veranstaltung sorgen.

Energieberater Michael Kurzmann betreut den Infostand bei den Energie-Spar-Tagen in Schwerin

Bei den für die Energieberatung erfolgreichsten Messen, die stattfinden konnten, handelte es sich um die in MV größten Messen, wie die Ostseemesse Ende Februar und die Baumesse RoBau im September. Die Dauer von jeweils fünf bzw. vier Messetagen konnten gut genutzt werden, um das Beratungsspektrum der Energieberatung an die Verbraucher zu übermitteln. Es konnten jeweils Verbraucher für persönliche Beratungsgespräche, vorrangig telefonisch, gewonnen werden. Einige Checks konnten außerhalb des Lockdowns angeboten und absolviert werden. Vor allem Themen, wie Solarenergie und das Umrüsten der Heizungsanlage war für Messebesucher in 2020 sehr interessant. Die Energieberater:innen waren von den detailreichen Fragen der Standbesucher positiv angetan. Durch Presse oder die Website der Energieberatung konnten sich Verbraucher umfangreich über die unterschiedlichen Themen informieren.

3.2.4. Öffentlichkeitsarbeit

Die kontinuierliche Werbung zur Bekanntmachung der Energieberatung konnte durch Pressearbeit und Anzeigenwerbung unterstützt werden. Insgesamt wurden 30 Presseinformationen und ein Interview in Funk und Fernsehen veröffentlicht. Die Planung für das Jahr 2020 sah vor allem vor, die Präsenzveranstaltungen der Energieberatung, sowie die Durchführung von Checks stark zu

bewerben. Die Pandemie hat diesem Vorhaben einen Strich durch die Rechnung gemacht. Aus diesem Grund wurde der Fokus auf das Bewerben der stattfindenden Onlinevorträge gelegt. Die Pressemitteilungen wurden zur Jahreszeit passend gewählt und es kamen Themen hinzu, welche aus der Pandemie heraus entstanden sind. Dazu gehörten zum Beispiel die Stromspartipps im Homeoffice und das richtige Lüften von Wohnräumen. Da die Energieberater in einigen Monaten des Jahres keine persönliche Beratung durchführen konnten, wurden die telefonische Beratung und auch die Onlineberatung per Pressemitteilung beworben. Die Kampagnen „Fenstertausch“ und „Eignungs-Check-Solar“ wurden aktiv per Zeitungsanzeigen beworben. Im Juni 2020 ist durch einen Anruf einer Verbraucherin die „richtige Entsorgung von Rauchmeldern“ in den Vordergrund gerückt. Daraus entstand eine Pressemitteilung, die von einigen Online-Nachrichtendiensten veröffentlicht wurde. Darunter fielen zum Beispiel die „Augsburger Allgemeine“, „Fränkische Allgemeine“ oder das bekannte Webportal „web.de“. In der Herbst-/Winter-Ausgabe erschien die Energieberatung mit mehreren Energiespartipps im regionalen Elternmagazins „Landknirpse“. Die Tipps waren an die Kinder gerichtet und erschienen in Form einer Infobox auf mehreren Seiten der Druckausgabe. So konnten die Kleinsten durch leicht umzusetzende Maßnahmen lernen, wie man zum Beispiel Wasser und Strom spart und dabei gleichzeitig das Klima schont.

So positiv die Pandemie auf den Energieverbrauch im Verkehrssektor mit den entsprechenden CO_2-Einsparungen (ca. 80 Millionen Tonnen) auch war, durch Homeoffice wurde in privaten Haushalten mehr Energie benötigt. Das beruht auf der Tatsache, dass durch Homeoffice und Homeschooling Computer wesentlich stärker zu Hause genutzt wurden und durch Schließung von Restaurants und Kantinen vermehrt in den eigenen vier Wänden gegessen wurde. Gerade während der kalten Jahreszeit führt dies oftmals zu einem höheren Heizenergiebedarf, einschließlich der Energie für die Warmwasserbereitung. Vor dem Hintergrund, dass in den Privathaushalten oft noch längst nicht alle Sparmöglichkeiten ausgeschöpft sind, bietet sich hier ein weites Feld für die zukünftige Arbeit.

3.3. Aufklärung und Information zum wirtschaftlichen Verbraucherschutz

Das Projekt wurde gefördert durch das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz. Der Förderzeitraum erstreckt sich auf die Jahre 2020 bis 2022 mit grundsätzlich gleichbleibenden Themen. Diese sind: Verbraucherrechte im Alltag Kostenfallen / selbstbestimmtes Leben und Vorsorge / Verbraucherschutz für Eltern und Kinder.

3.3.1. Verbraucherrechte im Alltag – Kostenfallen

Im Rahmen dieses Themas wurden sechs eher klassische Themen des Verbraucherrechts und zu Kostenfallen identifiziert, über die in dieser Gemeinschaftsaktion aufgeklärt und informiert wird. Eine permanente Marktbeobachtung und der enge Austausch bundesweit mit den Beratungsstellen sind Grundlage dafür, aktuelle Missstände und Informationsbedürfnisse zu entdecken und in adäquater Form aufzubereiten.

Im Projektzeitraum 2020 bis 2022 sollte die neue **ePrivacy**-Verordnung in Kraft treten. Sie sollte unter anderem einen gesetzlichen Rahmen für den Schutz der Privatsphäre bei der elektronischen Kommunikation schaffen. Information und Aufklärung der Verbraucher über die neuen Regelungen und Auswirkungen der Verordnung sollte ein Schwerpunkt für die Arbeitsgruppe ePrivacy werden. Nachdem sich die EU-Mitgliedsstaaten auf einen gemeinsamen Text für die Verordnung nicht einigen konnten, ist offen, ob und wann diese Verordnung in Kraft tritt. Fragen zu datenschutzrechtlichen Regelungen haben die Verbraucher dennoch: Was steckt hinter Begriffen wie

Algorithmus, Tracking oder Zählpixel? Wie können sie ihre personenbezogenen Daten im Internet besser schützen? Worauf müssen sie bei Datenschutzbestimmungen in Apps achten? Mit diesen und weiteren Fragen beschäftigte sich die Arbeitsgruppe ePrivacy im Projektjahr 2020.

Die durchgeführten Maßnahmen geben Verbrauchern Antworten und schaffen einen verständlichen Zugang zum Thema Datenschutz. So wurde zum einen ein digitales Wörterbuch entwickelt, mit dem Verbraucher Begriffe aus dem Datenschutzbereich nachschlagen können. Zum anderen wurden Datenschutzinformationen von Spiele-App-Anbietern geprüft. Die Ergebnisse der Prüfung wurden in einer animierten Grafik aufbereitet, anhand derer sich interessierte Verbraucher einen schnellen Überblick zum Thema Datenschutz und Spiele-Apps verschaffen können. Im Themenbereich „ePrivacy“ wurden im Förderjahr 2020 folgende Maßnahmen durchgeführt:

- Prüfung von Datenschutzbestimmungen in Apps / Spiele-Apps
- Text und Grafiken: Datenschutz bei Spiele-Apps – 10 Dinge, die Nutzer wissen sollten
- Give away Cleaning Pad zum Thema Datenschutz
- Plakat zum Thema Datenschutz
- Digitales Wörterbuch

Verbraucher wenden sich regelmäßig mit Problemen bei der Geltendmachung und Durchsetzung von **Gewährleistung**sansprüchen an die Verbraucherzentralen, weil Händler aus vielfältigen Gründen und oftmals unberechtigt Ansprüche ablehnen. Verbraucher werden auf verschiedenen Kanälen über die rechtlichen Grundlagen ihrer Gewährleistungsrechte informiert, damit sie im Gewährleistungsfall eine fundierte Entscheidung treffen. Kunden werden über ihre Rechte informiert und darin bestärkt, ihre berechtigten Ansprüche gegenüber Händler einzufordern und durchzusetzen. Im Themenbereich „Gewährleistung“ wurden im Förderjahr 2020 folgende Maßnahmen durchgeführt:

- Entwicklung Online-Tool Umtausch-Check
- Digitale Veranstaltung zu einer Experten-Diskussion über Gewährleistung
- Repräsentative Onlinebefragung zu Gewährleistung

Der Begriff **“Sharing Economy”** bezeichnet das Ausleihen oder gegenseitige Bereitstellen von Gegenständen und Dienstleistungen. Dabei haben Sharing-Economy-Dienste und -Plattformen seit ihrem Aufkommen eine stetig wachsende Bedeutung und sind daher vermehrt im Fokus verbraucherrechtlicher Fragen und Probleme. Verbraucher werden mithilfe passgenauer Informationsangebote in die Lage versetzt, Leistungsumfang, Risiken und Pflichten verschiedener Sharing-Economy-Angebote erkennen zu können. Im Themenbereich „Sharing Economy“ wurden im Förderjahr 2020 folgende Maßnahmen durchgeführt:

- Verbraucherinformation: Texte für Website, Presseinformation
- Marktcheck: Sammeln von Beratungsfällen zu Sharing Economy/Mobilität
- Bundesweite Postkartenverteilaktion

Preisdifferenzierung zeigt sich in verschiedenen Varianten. Geläufig ist beispielsweise die sogenannte „dynamische Preisgestaltung“ bei Tankstellen, die Preise abhängig von der Tageszeit und dem örtlichen Angebot ändern. Auch im Online-Handel ist das Phänomen zeitlich schwankender Preise üblich. Die Preisgestaltung von Online-Shops lässt zudem den Verdacht aufkommen, dass Unternehmen Verbrauchern „personalisierte Preise“ anzeigen, beispielsweise

in Abhängigkeit von dem verwendeten Endgerät oder dem getrackten persönlichen Konsumverhalten der potenziellen Käufer. Bei den aktuellen Spielarten der Preisgestaltung handelt es sich um neue Phänomene. Daher ist es wichtig, das Thema in der gesellschaftlichen Diskussion präsent zu halten, Verbraucher einzubeziehen und zu informieren. Im Themenbereich „Preisdifferenzierung“ wurden im Förderjahr 2020 folgende Maßnahmen durchgeführt:

- Wissenschaftlicher und fachlicher Austausch
- Kurzfilm für youtube #wasistdeinPreis

Probleme und Fragen rund um den **Wechsel von Anbietern** gehören mit zu den häufigsten Anliegen, mit denen sich Verbraucher an die Verbraucherzentralen wenden. Besonders bei Verträgen zu Versicherungen, Energieversorgung und Telekommunikationsdienstleistungen besteht hoher Informationsbedarf. Die Verbraucherzentralen unterstützen Verbraucher mit konkreten Informationen, um die Geschäftsmodelle der Plattformen sowie deren Vor- und Nachteile zu verstehen und die erhaltenen Informationen rechtzeitig einzuordnen. Im Themenbereich „Anbieterwechsel“ wurden im Förderjahr 2020 folgende Maßnahmen durchgeführt:

- Give-away Kabelbinder
- Umfrage – Zielgruppenerhebung
- Informationsmaterial (Print)
- Informationsmaterial (Web)
- Interaktive Grafik

Verbraucher:innen lassen sich nach wie vor häufig durch **Inkasso**briefe und einer damit vielfach verbundenen diffusen Angst vor angedrohten Konsequenzen (z. B. negativer Schufa-Eintrag, Hausbesuch, Lohnpfändung) einschüchtern. Als Folge davon zahlen sie, ohne zuvor die Berechtigung der geforderten Kosten überprüft zu haben. Die in diesem Teilthema vermittelten Informationen ermöglichen es Verbrauchern, unseriöse von seriösen Inkassoschreiben zu unterscheiden sowie geforderte Kosten zu überprüfen. Wie groß der Informationsbedarf ist, zeigt unter anderem der Erfolg der interaktiven Informations-Seite inkasso-check.de, die im Jahr 2020 rund 130.000 Nutzer verzeichnen konnte. Rund 70.000 davon haben den Check bis zur letzten Frage beantwortet. Die Nutzerzahlen haben sich damit, auch im Vergleich zum Jahr 2019, positiv entwickelt. Das nachhaltige Wachstum der Seite ist ein Beispiel für die positiven Auswirkungen der mehrjährigen Förderperiode, in der sich die kontinuierliche Arbeit am Tool auszahlt. Im Themenbereich „Inkasso“ wurden im Förderjahr 2020 folgende Maßnahmen durchgeführt:

- Interaktiver Inkassobrief; Inkassoflyer
- Fallsammlung in den Beratungsstellen
- Aktualisierung Inkasso-Check

Neben klassischen Verbraucherthemen und Kostenfallen haben sich die Projektverantwortlichen das Ziel gesetzt, auf **aktuelle verbraucherpolitische Entwicklungen** Bezug zu nehmen und erfolgreich laufende Kooperationen (Zusammenarbeit mit Behörden und Aufsichtsorganen im Bereich der Handwerker und Notdienste) aus der vorherigen Förderperiode weiterzuführen. Nach einem Urteil des Bundesgerichtshofes im Januar 2020 hat die AG auf den Gemeinschaftsseiten vorhandene Verbraucherinformationen aktualisiert und überarbeitet. Zudem hat die AG sich über zahlreiche Details abgestimmt, um eine bundesweit einheitliche Medienarbeit zum Thema zu ermöglichen. Darüber hinaus hat ein Austausch mit dem Bundeskriminalamt zur Problematik krimineller Handwerkernotdienste stattgefunden. Ziel war und ist es, Möglichkeiten für eine zukünftige Zusammenarbeit ab dem Jahr 2021 auszuloten. Darüber hinaus hat der große Informationsbedarf bei Verbrauchern zu Fragen und Problemen rund um die Corona-Pandemie dazu geführt, dass neue Inhalte zu dieser Thematik entstanden sind. Im Themenbereich „Aktuelles / Anlassbezogene Verbraucherinformation“ haben die Projektmitarbeiter im Förderjahr 2020 folgende Maßnahmen durchgeführt:

- Corona & Sommerurlaub – Was mache ich, wenn…?
- Einstufung in Pflegegrade: Wie funktioniert das in der Corona-Krise?
- Corona-Vertragscheck

3.3.2. Selbstbestimmtes Leben und Vorsorge

Die Maßnahmen in dieser Gemeinschaftsaktion wurden in drei Teilaspekte mit besonders großem und dringendem Informationsbedarf untergliedert. Zielgruppen der Maßnahmen waren Pflegebedürftige (je nach gesundheitlichem Zustand), mögliche zukünftige Pflegebedürftige und ihre Angehörigen sowie Multiplikatoren (Seniorenvertretungen etc.). Darüber hinaus wurden Mitarbeiter in Pflegestützpunkten, Mitglieder von regionalen Pflegekonferenzen sowie die Medien adressiert.

Treppenlifte bieten die Chance, auch im hohen Alter alle Etagen im Haus zu nutzen. Die „freie Fahrt ins Leben“, so ein Werbespruch der Hersteller, kann mit Treppenliften allerdings problematisch sein und damit ganz anders als Anbieter es vorgeben. Verbraucher:innen haben mit der teuren Technik schlechte Erfahrungen gemacht. Nutzer dieser Hilfsmittel sind in der Regel hochbetagte oder körperlich eingeschränkte Menschen, die persuasiven Verkaufssituationen oft ratlos gegenüberstehen. Im Themenfeld werden Verbraucher:innen über die Hintergründe des Marktes, die Arbeit der Angebots-Portale und den tatsächlichen Leistungsumfang der Montageunternehmen informiert. Sie erhalten Informationen über die Vorgehensweise der werbenden Firmen sowie über Kosten- und Vertragsfallen. Im Themenbereich „Wohnformen und Komfort: Treppenlifte“ führten die Verbraucherzentralen im Förderjahr 2020 folgende Maßnahmen durch:

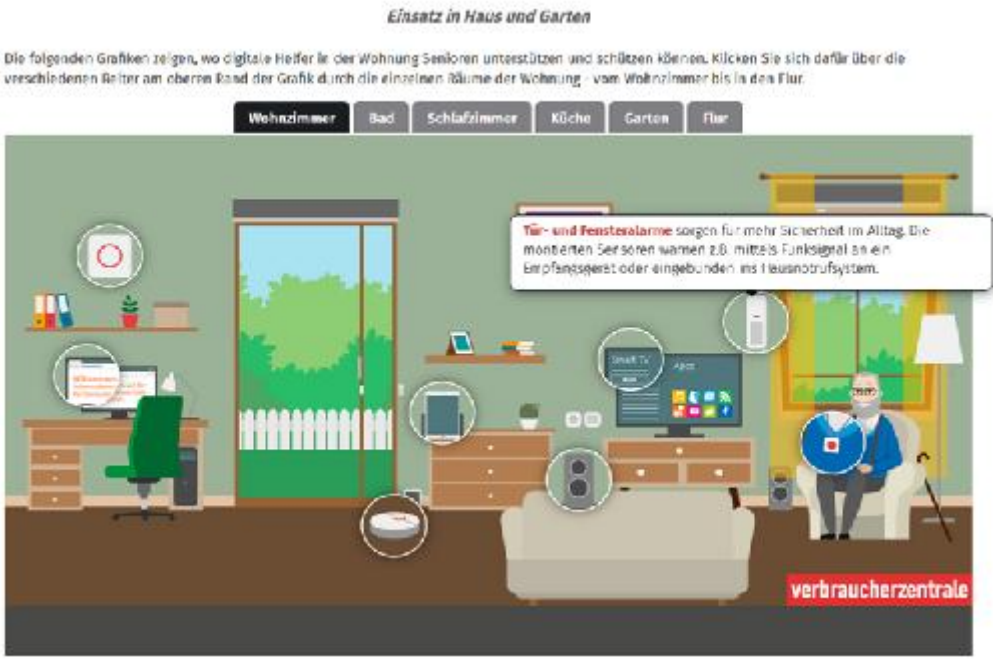
- Treppenlifte – Google Anzeige
- Umfrage
- Online-Angebot: Treppenlifte – Tücken teurer Technik, Infotext und Checkliste

Bereits heute stehen zahlreiche Technologien und Dienstleistungen zur Verfügung, die beeinträchtigte Menschen bei einer selbstständigen Lebensführung unterstützen und damit gesundheits- oder altersbedingte Einschränkungen zumindest teilweise ausgleichen können. Solche **digitalen Assistenzsysteme** und technischen Hilfsmittel aus dem Bereich „Smart Home“ gewinnen zunehmend an Bedeutung und stellen einen immer größer und komplexer werdenden Markt dar. Zu berücksichtigen ist, dass Informationsbedarf nicht nur bei Senioren besteht, sondern

auch bei ihren Angehörigen. Ziel der Maßnahmen war es, einen ersten Überblick anzubieten, welche Assistenzsysteme es gibt, wie sie funktionieren und welche Verbesserungen und Erleichterungen sie bieten. Ferner sollte darüber aufgeklärt werden, worauf Verbraucher in puncto Datenschutz und technischer Sicherheit achten müssen, und welche Produkte von den Krankenkassen gezahlt oder bezuschusst werden.

Zunächst wurde ein Überblick erstellt über die am Markt angebotenen digitalen häuslichen Unterstützungsleistungen. Dieser war Grundlage für die weiteren Maßnahmen. Damit Verbraucher:innen sich schnell und anschaulich über die verschiedenen Geräte informieren können, wurden sechs Grafiken entwickelt, die verschiedene Räume einer Wohnung darstellen. In den verschiedenen Zimmern wurden Assistenzsysteme platziert und mit Kurzinformationen versehen. Verbraucher, die sich vertiefter mit den Hilfssystemen auseinandersetzen wollen, können dies tun über sechs Texte, die bspw. Fragen zur häuslichen Sicherheit oder zu häuslichem Komfort beantworten. Im Themenbereich „Digitale Assistenzsysteme“ wurden im Förderjahr 2020 folgende Maßnahmen durchgeführt:

- Grafiken digitale häusliche Assistenzsysteme
- Marktüberblick über digitale häusliche Unterstützungsleistungen



Das seit Jahren hohe Informationsbedürfnis der Verbraucher bestätigt immer wieder, dass die Themen **Vorsorgevollmacht, Betreuungsverfügung und Patientenverfügung** auf großes Interesse stoßen und die zielgruppenspezifische Aufarbeitung der Thematik sehr wichtig ist. Verbraucher müssen für das Thema Vorsorge sensibilisiert werden und erfahren, weshalb sie sich überhaupt mit diesen wichtigen Themen auseinandersetzen sollten. Zudem besteht aufgrund mehrerer höchstrichterlicher Entscheidungen Verunsicherung, inwieweit vorhandene Verfügungen noch rechtssicher sind bzw. die vor Jahren abgeschlossenen Generalvollmachten mitunter nicht ausreichend konkret formuliert wurden.

Verbraucher:innen werden angeregt, sich mit dem Thema Vorsorge und den einzelnen Arten der Verfügungen zu beschäftigen. Sie werden in die Lage versetzt, rechtssichere gültige Verfügungen zu erstellen und sich auf dem Markt der kostenfreien und kostenpflichtigen Angebote

zurechtzufinden. Im Themenbereich „Vorsorge: Patientenverfügung und Vorsorgevollmacht“ wurden im Förderjahr 2020 folgende Maßnahmen durchgeführt:

- Web-Seminare
- Neu-Auflage Notfall-Kärtchen
- Erweiterung der bestehenden Vorträge zur Patientenverfügung und zum digitalen Nachlass um das Thema digitale Vorsorge
- Machbarkeitsprüfung für eine Online-Patientenverfügung
- Infomaterial zu den Themen Patientenverfügung, Vorsorgevollmacht und digitaler Nachlass (

3.3.3. Verbraucherschutz für Eltern und Kinder

Im Rahmen der Gemeinschaftsaktion „Verbraucherschutz für Eltern und Kinder“ wurden Inhalte mit dem Ziel erarbeitet, Basiskompetenzen im Umgang mit finanziellen und rechtlichen Fragen aufzubauen. Die erarbeiteten Inhalte wurden der Zielgruppe in bereits vorhandenen Bildungsformaten wie beispielsweise. Unterrichtseinheiten in der Schule oder auch in eigens dafür eingerichteten Formaten vermittelt. Diese praktische zielgruppenbezogene Bildungsarbeit wurde auf der Grundlage altersgerechter Methoden und Materialien durchgeführt.

Ziel aller durchgeführten Maßnahmen ist die Stärkung der jungen Verbraucher:innen in ihrer Selbstbestimmung – sowohl bei Konsumentscheidungen als auch bei verbraucherrechtlichen Angelegenheiten. Die Kernzielgruppe sind Jugendliche und junge Erwachsene in der Altersspanne von 14 bis 24 Jahren. Dabei werden die Maßnahmen sowohl an Schüler als auch an Berufsschüler, Auszubildende, Studierende und Berufseinsteiger adressiert. Zur Erreichung der Zielgruppe ist die direkte, persönliche Ansprache von großer Bedeutung. Aus diesem Grund wurden im Rahmen des Projekts vielfältige Unterrichtsmaterialien erstellt. Hierzu gehören Materialien für Lehrkräfte, ebenso Unterlagen für Vorträge und Workshops, die von Projektmitarbeitern in Schulen und sonstigen Jugendeinrichtungen durchgeführt wurden.

Eltern von Jugendlichen und jungen Erwachsenen sehen sich neben der Erziehung auch mit vielfältigen verbraucherrechtlichen Fragen und Problemen ihrer Kinder konfrontiert. Jugendliche und junge Erwachsene verlassen sich gern auf Suchmaschinen, wie Google und YouTube, aber auch ihre Eltern sind für sie nach wie vor eine wichtige, einflussreiche und meinungsbildende „Informationsquelle“. Die Bandbreite der Themen, mit denen sich Familien auseinandersetzen müssen, ist groß. Hinzu gekommen ist eine Vielzahl neuerer Fragen, die mit fortschreitender Digitalisierung immer mehr Lebensbereiche berühren: Verbraucherrechte in der digitalen Welt – von Abo- und Kostenfallen über sicheres Online-Shopping bis hin zu sicheren Bezahlverfahren – sowie Datenschutz oder Urheberrecht. Um diese verschiedene Bereich abdecken zu können, ist ein **Wegweiser für Eltern** auch für diese immens wichtig. Eltern können mit den vermittelten Informationen ihre heranwachsenden Kinder auf dem Weg in die Selbstständigkeit begleiten und ihnen als informierte Ratgeber zur Seite zu stehen. Sie können ihre (volljährigen) Kinder dabei unterstützen, erforderliche Verträge dem realen Bedarf entsprechend und zu verbraucherfreundlichen Konditionen abzuschließen und Kostenfallen zu vermeiden. Im Themenbereich „Wegweiser für Eltern“ wurden folgende Maßnahmen durchgeführt:

- Verbesserung der Wahrnehmung von VZ-Informationen in einschlägigen Medien
- Entwicklung eines Konzeptes zur Zielgruppenansprache (Workshop)
- Checkliste Gap Year
- Internetbeitrag zum Gap Year
- Landingpage: Mein Kind wird 18
- Konzeption und Erstellung der Broschüre „Sparen für Kinder und Enkel-Kinder: Wozu eigentlich“?
- Webseitentext zum Thema Sinnvoll für Kinder und Enkelkinder sparen

Junge Menschen stehen als kaufkräftige Zielgruppe stark im Visier von Unternehmen. Sie werden umworben mit dem Ziel, sie früh an Marken zu binden. Mit zunehmendem Alter ändern sich – beispielsweise durch Ferienjobs, ein Gap Year nach dem Schulabschluss, dem Beginn einer Ausbildung oder eines Studiums – die wirtschaftlichen Verhältnisse. Das verfügbare Budget ist meist begrenzt, weshalb eine vernünftige Finanzplanung notwendig ist. Der Eintritt der Volljährigkeit bedeutet für junge Menschen eine große Herausforderung. Sie erwerben die volle Geschäftsfähigkeit und sind damit auch für alle Entscheidungen des täglichen Lebens voll verantwortlich. Junge Erwachsene müssen sich jetzt eigenständig um ihre Angelegenheiten kümmern. Sie werden mit einer Menge neuer Fragen konfrontiert und müssen richtige Entscheidungen treffen. Der **Verbraucherschutz für Jugendliche und junge Erwachsene** ist als Prägung für das weitere Leben von erheblicher Bedeutung. Dabei geht es beispielsweise um die Finanzierung der Ausbildung oder des Studiums, Verträge rund um die eigene Wohnung, erste

Bank- und Versicherungsverträge, Telekommunikationsverträge, Urlaubsreisen und Auslandsaufenthalte. Im Themenbereich „Verbraucherschutz für Jugendliche und junge Erwachsene“ haben die Verbraucherzentralen im Förderjahr 2020 folgende Maßnahmen durchgeführt:

- Bestandsaufnahme der bisherigen Materialien
- Entwicklung von digitalen Spielen und Quizzen (Smartphone-Rallyes)
- Online-Fortbildungen zur Erstellung von Smartphone-Rallyes und Storytelling-Workshops

Als übergeordnete Maßnahme wurde die **Implementierung barrierefreier WVS-Inhalte** auf verbraucherzentrale.de in Angriff genommen. Durch die Corona-Pandemie wurde u. a. die Digitalisierung der Informationskanäle vorangetrieben und von vielen Menschen deutlich mehr genutzt. Das trifft auch auf Menschen mit dauerhaften körperlichen, seelischen, kognitiven oder Sinnesbeeinträchtigungen zu. Um für sie einen besseren Zugang zu den Internet-Informationen der VZen zu ermöglichen, wurden im Projekt Schwerpunkte verschoben. In Absprache mit dem BMJV wurden Projektmittel genutzt, um Projektinhalte für den Internetauftritt barrierefrei zu gestalten.

Die im Rahmen des WVS-Projektes entwickelten **Legal-Tech-Tools** wurden sehr gut angenommen. So wurde der Corona-Vertragscheck, der am 25. Mai 2020 online ging, 68.377 Mal aufgerufen und in 31.899 Fällen beendet. Der schon längere Zeit laufende Inkasso-Check wurde im Jahr 2020 128.334 Mal aufgerufen und in 69.798 Fällen beendet.

3.4 Das Quartiersprojekt ist gestartet

3.4.1 Projektkonzept

Die VZ MV ist seit dem 01.08.2020 um ein weiteres Projekt reicher. Mit „Verbraucher stärken im Quartier“ wird das Spektrum der Verbraucherzentrale um den Bereich der aufsuchenden Verbraucherarbeit erweitert. Hintergrund des Projektes sind die sich in vielen Kommunen seit Jahrzehnten verstärkenden sozialräumlichen Polarisierungstendenzen. Die Lebensverhältnisse der unteren und oberen Gesellschaftsschichten bewegen sich immer weiter auseinander. Zu sehen ist das an der zunehmenden sozialen Spaltung in den Wohnorten. In fast allen deutschen Großstädten entstehen stigmatisierte Gebiete, in denen Bewohner oft nur deshalb wohnen, weil es an finanzierbaren Alternativen mangelt. Somit bleiben arme Menschen vermehrt unter sich. Positive wirtschaftliche Entwicklungen zeigen in diesen Vierteln deutlich geringere Auswirkungen. Auf längere Sicht birgt die zunehmende soziale Ungleichheit mehrere Gefahren, die sich vor allem auch nachteilig auf das gegenseitige Verständnis innerhalb der Gesellschaft auswirken. So ist etwa zu beobachten, dass sich die gesellschaftlichen Teilhabechancen für Bewohner:innen dieser stigmatisierten Gebiete verringern, wie auch ein Selbstverständnis als ausgegrenzte Bevölkerungsgruppe entsteht. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das ohnehin eher geringere Selbsthilfepotential einer Vielzahl der Bewohner:innen dieser Viertel durch gebietsbezogene Sondereffekte zusätzlich gemindert wird.

Die Politik hat auf diese Tendenzen und Gefahren unter anderem mit der ressortübergreifenden Strategie „Nachbarschaften stärken, Miteinander im Quartier“ im Rahmen des Programms „Soziale Stadt“ reagiert. Als Teil dieser Strategie wurde vom vzbv das von Bundesjustizministerium finanzierte Projekt „Verbraucher stärken im Quartier“ entwickelt. Hierbei wurde in jedem der 16 Bundesländer ein Quartier aus der Gebietskulisse der „Sozialen Stadt“ ausgewählt, um dort modellhaft über einen Zeitraum von vier Jahren ein regelmäßiges Unterstützungs- und Informationsangebot der Verbraucherzentralen aufzubauen.

Als die drei zentralen Säulen der Quartiersarbeit sind Verbrauchersprechstunden, Bildungsangebote sowie Netzwerk- und Multiplikatorenarbeit vorgesehen. Ein besonderer Schwerpunkt wird hierbei auf den Bereich präventive Bildungsarbeit gelegt. Die Verbraucherarbeit soll, anders als das klassischerweise mit der Arbeit der Verbraucherzentralen verbunden wird, nicht erst dort beginnen, wo sich bereits ein Problem manifestiert hat. Vielmehr soll sie weiter im Vorfeld ansetzen und schon das Entstehen eines Problems verhindern helfen.

Auch hinsichtlich der Zielgruppe zeigt sich eine Besonderheit des Projekts. Während die bisherige europäische und deutsche Verbraucherpolitik vornehmlich auf das Leitbild des mündigen Verbrauchers abstellt, hat die Quartiersarbeit den sogenannten verletzlichen Verbraucher im Visier. Zu letztgenannter Gruppe zählen Menschen, denen eine verantwortungsvolle Konsumentscheidung bzw. die Lösung von Verbraucherproblemen durch besondere Hürden erschwert wird, wie mangelnde Sprach- oder Kulturkenntnisse, geringe finanzielle Ressourcen oder eingeschränkte Gesundheit und Mobilität. Insofern besteht eine der Herausforderungen im Projekt auch darin, Sprechstunden und Bildungseinheiten so zu konzipieren, dass sie niedrigschwellig und genau auf die konkrete Lebenswirklichkeit der jeweiligen Verbrauchergruppe abgestimmt sind.

Als Quartier für das Modellprojekt im Bundesland Mecklenburg-Vorpommern wurde Rostock Groß Klein ausgewählt. Dies überrascht insofern nicht, als Rostock und Schwerin als die Städte mit der stärksten Segregation in Deutschland gelten. Die Mitarbeiter Ronny Cammin (43, gelernter Handwerker und Soziologe) und Mathias Krämer (44, Jurist) sind mit einem Büro vor Ort. Bis 2024 haben die beiden die Aufgabe, neue Wege der Verbraucheransprache zu entwickeln, auszutesten und auszuwerten damit die Bewohner von Groß Klein in ihrer Rolle als Verbraucher gestärkt werden.

3.4.2 Bericht aus dem Projekt

In insgesamt 75 Aktionen konnten wir unsere Zielgruppen in den wenigen Monaten nach Projektbeginn im August 2020 wie nachfolgend grafisch dargestellt erreichen:

Unsere Kooperationspartner und Multiplikatoren erreichten wir vor allem mit gemeinsamen Gesprächen, aber auch mit einem thematischen Austausch oder in Arbeitskreisen. Eine besondere Rolle spielen dabei die Stadtteilmanagerin Marén Wiese und das Stadtteil- und Begegnungszentrum (SBZ) bzw. vor allem deren Leiterin Dorothea Engelmann. Mit beiden stehen wir ständig in Kontakt. Durch ihre Unterstützung und Begleitung in den örtlichen Gremien, wie dem Ortsbeirat oder dem Stadtteiltisch konnten und können wir viele weitere Kooperationspartner und Multiplikatoren erreichen. Von diesen wiederum sind es vor allem die Bildungsträger, die in Verbindung mit dem besonderen Schwerpunkt des Projekts, dem Bereich der präventiven Bildungsarbeit, für uns von besonderen Interesse waren und sind. Drei Printmedien haben über unser Projekt, z. B. durch den Ortsbeirat, berichtet. Eine davon war die Stadtteilzeitung, mit deren

Unterstützer:innen im SBZ und Stadtteilmanagement wir natürlich auch in dieser Sache in Zukunft zusammenarbeiten werden.

Trotz der nötigen Einarbeitungszeit und dem Aufwand für die Einrichtung unseres Büros in Groß Klein unter Corona-Bedingungen waren wir an 27 Tagen, im Rahmen einer Sprechstunde oder spontan für die Probleme der Verbraucher im Quartier eine Anlaufstelle. Noch vor dem zweiten Lockdown konnten wir unsere beiden ersten Bildungseinheiten geben. Außerdem kamen wir in neun sonstigen Aktionsformaten mit Verbraucher:innen in Kontakt.

Welche Verbraucher:innen waren das? Im Jahr 2020 haben überwiegend Senior:innen zu uns gefunden. Ein Trend der sich aus heutiger Sicht, am Ende des ersten Quartals 2021, fortzusetzen scheint. Bemerkenswert ist, dass uns 2020 mehr junge Erwachsene als ältere erreicht haben, da die Zielgruppe der jungen Erwachsenen auch aus den Erfahrungen des Projekts in anderen, bereits länger bestehenden Quartieren, eigentlich schwer zu erreichen ist. Doppelt so viele Frauen wie Männer haben im Jahr 2020 zu uns gefunden und immerhin ein Drittel aller Verbraucher waren Menschen mit Migrationshintergrund, die wir erreichen konnten. Letzteres ist uns vor allem durch Vernetzung mit anderen Trägern gelungen. Allerdings braucht diese Zusammenarbeit günstige, pandemiefreie Bedingungen, um ihre volle Wirksamkeit zu entfalten. Nicht nur aus diesem Grund schauen wir mit Sorge auf das Jahr 2021.

Mit welchen Themen kamen die Verbraucher zu uns? Hauptsächlich betrafen die zu klärenden Fragen die Themen Vertragsrecht und Energie. Die Themen werden für die Dokumentation noch in Rubriken unterteilt. Aus deren Listung lässt sich zumindest die Häufung von „Fristen“ als Rubrik des Themas „Vertragsrecht“ feststellen. Keine Einträge bedeuten, dass sich das Thema nicht in der auf Verbraucherprobleme hin entwickelten Dokumentation thematisch abbilden ließ. Es handelte sich also um Probleme, die außerhalb des Spektrums lagen, das gewöhnlich von der Verbraucherzentrale bearbeitet wird. Wir konnten also in fast einem Viertel aller Fälle unserer über Verbraucherfragen hinausgehenden Lotsenfunktion, die ein besonderes Merkmal des Projektes darstellt, gerecht werden. Das letzte Viertel betraf gleichverteilt die Themen Wettbewerbsrecht, Versicherung, Gesundheit, Finanzen und Digitales. „Kundenbindung“ - kommen die Verbraucher wieder? Sind sie also zufrieden und nehmen das Angebot an? Die Antwort lautet: „Ja“. Bereits in der kurzen Zeit vor Ort im Quartier Ende 2020 war fast die Hälfte an Verbrauchern nicht zum ersten Mal bei uns.

Wie konnte dem Verbraucher geholfen werden? In mehr als der Hälfte aller Fälle konnte dem Verbraucher mit dem Angebot des Projekts aus Informationsgesprächen und Lösungswegberatung weitergeholfen werden. In weniger als der Hälfte aller Fälle war ein Verweis zur Fachberatung der Verbraucherzentrale und/oder anderen Angeboten im Rahmen der Lotsenfunktion notwendig.

Viele Verbraucher:innen wenden sich im Bestreben an uns, ihre Probleme zu lösen. Diese Selbstwirksamkeit soll durchaus durch das Projekt gestärkt werden. Dabei entsteht eine ganze Reihe von Fragen, ganz individuell nach Herangehensweise. Ein Verbraucher benötigt nur eine grobe Skizze, welche Lösungswege er gehen muss, ein anderer möchte nur den nächsten Schritt wissen oder ob sein eigenes Vorgehen in die richtige Richtung ging.

Was ist uns im Kontakt mit den Verbraucher:innen besonders aufgefallen? Corona war für einige Verbraucher auch deswegen herausfordernd, weil sie den Eindruck hatten, dass bisherige allgemeine Unterstützungsstrukturen weggebrochen bzw. nicht mehr so greifbar waren und sie sich damit hilfloser fühlten. Entsprechend dankbar wurde auf unser Angebot, insbesondere mit seiner Lotsenfunktion, und auf unsere Präsenz reagiert.

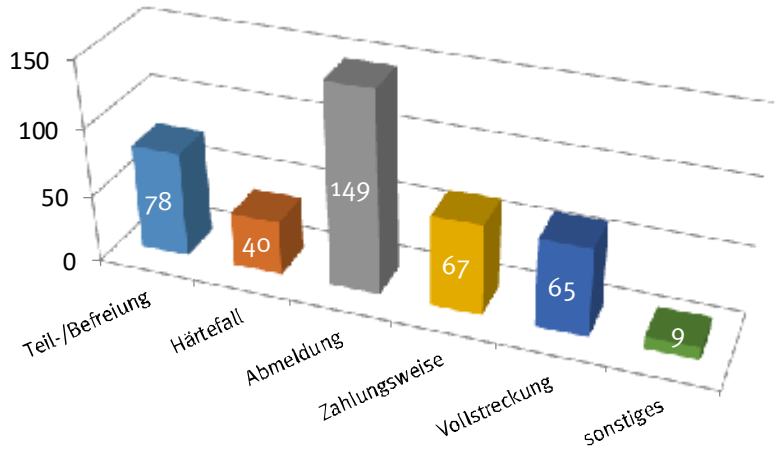
Immer wieder wird uns deutlich vor Augen geführt, dass es bei unserer Arbeit nicht nur um individuelle Unterstützung geht und um den Schutz der Verbraucher, sondern auch um den gesamtgesellschaftlichen Zusammenhalt. Denn bei vielen schwindet angesichts ihrer Probleme und der diversen Abzockmaschen massiv das Vertrauen in den Rechtsstaat (O-Töne: „Wie kann so etwas nur möglich sein?“ „Warum wird nichts dagegen gemacht?“) und in die Gesellschaft. Mit unserer Arbeit können wir helfen, dieses Vertrauen wieder zu stärken.

3.5. Über Gebühr strapaziert – Fragen zur Härtefallregelung in der Rundfunkbeitragsberatung häufen sich

Das Thema Rundfunkgebühren gehört zu den gefragten im Beratungsangebot der Verbraucherzentrale. Viele Verbraucher:innen können ihre Rechnungen nicht nachvollziehen oder haben Fragen zu Befreiungsmöglichkeiten. Durch die Corona-Krise und die damit verbundene Verschlechterung der wirtschaftlichen Situation zahlreicher Haushalte wurde 2020 verstärkt nach den Regelungen für soziale Härtefälle gefragt.

Die Beratung erfolgt im Berichtsjahr 2020 aufgrund der Corona-Pandemie vorzugsweise durch telefonischen Kontakt sowie durch die präventive Medienarbeit. Darüber hinaus wurde umfangreich über die Homepage der VZMV informiert. 2020 wurden insgesamt 465 Beratungen zum Rundfunkbeitrag durchgeführt. Aufgrund der Corona-Pandemie verlagerte sich die Art der Kontaktaufnahme deutlich von der persönlichen (128) zur telefonischen (234). In 37 Fällen wurden die Verbraucher online und in neun Fällen per Post beraten. Damit wurden fast zwei Drittel der Anfragen telefonisch beantwortet – mehr als doppelt so viele wie im Vorjahr.

Hinsichtlich der Gesamtzahlen ist ein leichter Anstieg der Anfragen im Jahr 2020 im Vergleich zum Vorjahr festzustellen. Der Grund für die hohe Anzahl an telefonischen Kontakten ist darin zu finden, dass es mit der Corona-Pandemie viele Monate nicht möglich war, die Beratungsstellen der Verbraucherzentrale persönlich aufzusuchen. Verbraucher:innen hatten nicht mehr die Möglichkeit, spontan die Beratungsstellen aufzusuchen, sondern sie mussten sich vorab organisieren und haben häufig den telefonischen Erstkontakt genutzt, um einen Termin zu vereinbaren. Zum Telefon zu greifen und ein Thema anzusprechen, insbesondere in einem Flächenland wie Mecklenburg-Vorpommern, ist die einfachste und schnellste Möglichkeit, einen Kontakt herzustellen. So konnten viele Fragen bereits beim Erstkontakt angesprochen und erörtert werden.



Beschwerdegrund

Prozentual ist 2020 eine Verschiebung zu mehr Anfragen bei Härtefallen (4 Prozent zu 10 Prozent) zu verzeichnen. Im Vorjahr war demgegenüber der Wert der sonstigen Themen (7 Prozent zu 2 Prozent) höher. Ein denkbarer Grund könnte die Erfassung der statistischen Werte durch neue Kollegen in 2019 sein. Eventuelle Unsicherheiten bei der Erfassung konnten hier beseitigt werden. Inhaltlich unterschieden sich die Themen der Anfragen nicht wesentlich von denen des Vorjahres.

Gerade in den Universitätsstädten Rostock und Greifswald ist und bleibt das Anfrageaufkommen von **Studenten** hoch. Den Schwerpunkt bildeten 2020 die Anfragen von (ehemaligen) Bewohnern von Studenten-WGs. Der (oft ehemalige) Student erhält eine Beitragsforderung, weil er sich nicht unter Angabe der Beitragsnummer seines Mitbewohners beim Beitragsservice angemeldet hat. Unter dieser Adresse ist er jedoch nicht mehr gemeldet und vielleicht schon mehrfach umgezogen. Wenn dann noch Befreiungsgründe wie der Bezug von BAföG hinzukommen, wird es für die Betroffenen unübersichtlich.

Bei Wohngemeinschaften mit ausschließlich ausländischen Studenten ist es oft schwer begreiflich zu machen, dass ein Student sich anmeldet und den Beitrag zahlt und die anderen Mitbewohner sich unter seiner Beitragsnummer befreien lassen können. Diese Studenten können nicht nachvollziehen, warum sie ihrem Mitbewohner Geld zahlen sollen. Sie sind der Ansicht, dass sie nur dann tätig werden müssen, wenn sie persönlich ein „offizielles“ Schreiben erhalten.

Im Bereich der Befreiungen stößt die Situation, dass der ausschließliche Bezug von **Wohngeld** nicht von den Befreiungsgründen erfasst ist, immer wieder auf Unverständnis. Die Betroffenen fallen aus irgendwelchen Gründen aus dem ALG II-Bezug bzw. der Grundsicherung, haben jedoch Anspruch auf Wohngeld. Und obwohl sich die tatsächlichen Einkünfte letztlich kaum unterscheiden, muss in einem Fall der Rundfunkbeitrag gezahlt werden und im anderen Fall erfolgt eine Befreiung. Darüber hinaus sind einige Betroffene bereits mit dem Ausfüllen bzw. Stellen von Anträgen überfordert und suchen daher Hilfe bei der Verbraucherzentrale. Die Schwierigkeiten rühren daher, dass beim Bezug von Wohngeld die Betroffenen zusätzlich einen Grundsicherungs- bzw. AlG-II-Antrag stellen müssen, um die Härtefallregelung in Anspruch nehmen zu können. Dieses Prozedere ist für die Betroffenen wenig verständlich und mit bürokratischem Aufwand verbunden, der manche überfordert bzw. abschreckt.

Ein weiteres Problem stellt die Zahlung von Rundfunkbeiträgen bei **Geschiedenen** dar. Damit sind die Fälle gemeint, in denen beispielsweise der Mann mit seiner Beitragsnummer beim Beitragsservice angemeldet ist. Seine Frau ist befreit. Zieht dann der Mann aufgrund von Scheidung aus, passiert es immer wieder, dass die wohnen gebliebene Frau von ihrem Konto weiterhin unwissentlich über Jahre hinweg auf die Beitragsnummer ihres geschiedenen Ehemannes zahlt und erst geraume Zeit später klar wird, dass nicht jede Wohnung sondern jede Person seine eigene Beitragsnummer hat.

Zum Ende des Jahres 2020 erwarteten die Berater:innen steigende Nachfragen zur Erhöhung des Rundfunkbeitrages ab Januar 2021 um 0,86 Cent auf 18,36 Euro. Diese Erhöhung war jedoch abhängig von der Zustimmung aller Landeschefs der Länderparlamente. Die Regierung Sachsen-Anhalts hat der Erhöhung jedoch nicht zugestimmt, so dass ARD, ZDF und Deutschlandradio vor dem Bundesverfassungsgericht Klage eingereicht haben. Aus diesem Grund ist der Druck des neu gestalteten Flyers auf die erste Hälfte 2021 verschoben worden, um die Aktualität zu gewährleisten.

4. Marktbeobachtung mit vielen Facetten

4.1. Aufreger aus der Beratung

Kauf auf Rechnung – früher sichere Bezahlmethode, heute Gefahr für Verbraucherrechte

Immer mehr Online-Händler stellen auf den "externen" Rechnungskauf um, damit sie sich nicht mehr selbst um die Rechnungsstellung kümmern müssen. So erhalten die Händler ihr Geld sofort und müssen sich nicht mit säumigen Kunden herumärgern. Grundsätzlich ein zulässiger Weg Zahlungen abzuwickeln, in der Praxis jedoch häufig mit zwei erheblichen Problemen behaftet. Im Rahmen des Bestellprozesses wird seitens der Händler nicht transparent darüber informiert, dass ein Drittanbieter die Zahlung abwickeln soll. Für viele Verbraucher:innen bleibt es daher unklar, dass nicht der Händler Empfänger des Kaufpreises ist und dass plötzlich ein Drittanbieter den Kaufpreis einfordert.

Zum anderen werden die Verbraucherrechte im Falle eines Widerrufs, bei Mängeln oder im Falle, dass die Ware nicht zugeht, ausgehebelt. Beim klassischen Rechnungskauf können Verbraucher:innen ihre Rechte direkt gegenüber dem Händler durchsetzen. Dies wird durch die Zwischenschaltung eines Zahlungsdienstleisters massiv erschwert.

Der Dienstleister Klarna zum Beispiel besteht auf Zahlung. Nicht selten verschickt Klarna Zahlungserinnerungen inklusive Verzugsgebühren, obwohl die bestellte Ware nicht ankam oder zurück gesandt wurde. Auf Forderungen an die Händler, sich mit Klarna zwecks Klärung des Sachverhalts in Verbindung zu setzen, reagieren diese nicht. Auch Klarna erklärte sich für nicht zuständig. Kommt es zu keiner Lösung, gibt Klarna den Vorgang zügig an ein Inkassounternehmen ab, was die Beseitigung von Unstimmigkeiten zusätzlich zu Lasten der Verbraucher:innen erschwert und verkompliziert.

Verbraucher verloren zwischen Reisevermittler und Reiseveranstalter

Online-Plattformen, wie Opodo, Check24 oder Booking.com agieren als Reisevermittler für den Urlaub. Nicht nur zu Zeiten von Corona erreichten die Berater:innen regelmäßig Beschwerden von Verbraucher:innen, die eine Unterkunft oder einen Flug über ein Vermittlungsportal gebucht haben, aber letztlich keinen Ansprechpartner für ihre Stornierungsanfragen hatten oder gar keine Reaktion erhielten. Zwar sind die Vermittlungsplattformen nicht verpflichtet, Stornierungsanfragen zu koordinieren, doch ist das für die Verbraucher:innen nicht erkennbar. Zudem weisen die zuständigen Reiseveranstalter wiederum Verbraucheranfragen häufig mit der Begründung zurück, dass der Vertrag über das Vermittlungsportal abgeschlossen wurde und deshalb nur darüber abgewickelt werden könne. Hier ist mehr Klarheit im Verbraucherinteresse wünschenswert.

Fitness-Studios – Geschäftsgebaren zur Corona-Zeiten

Ein besonderes Ärgernis stellte 2020 für viele Verbraucher:innen das Geschäftsgebaren der Fitness-Studios aufgrund der Corona bedingten Schließungen dar. Diese waren von „Kreativität“ nicht zu übertreffen. Trotz der Schließungen buchten viele Studios die monatlichen Beiträge sowie die Servicepauschalen von den Konten ihrer Mitglieder ab. Unzählige Verbraucher:innen klagten darüber, dass sie nur standardisierte Schreiben erhielten, jedoch keinerlei Informationen darüber, ob sie ihre Beiträge zurück erhalten oder welche Möglichkeiten noch angeboten werden. Sobald Verbraucher:innen die Einzugsermächtigung entzogen, wurde ihnen mit der Beauftragung eines Inkassounternehmens gedroht.

Einige Fitness-Studios stellten für die gezahlten Beiträge keinen Gutschein nach der so genannten Gutscheinlösung aus, sondern Verbraucher:innen erhielten das entsprechende Guthaben einfach auf ihr Mitgliedsarmband. Das bedeutet, die Verbraucher:innen können erst mit Wiedereröffnung des Fitness-Studios das Guthaben durch die im Studio angebotenen Waren einlösen. Eine Auszahlung des Guthabens wurde jedoch verwehrt. Ebenso meldeten sich Betroffene, dass bei Ausstellung eines Gutscheins die gesetzlichen Vorgaben missachtet wurden. Meistens enthielten die Gutscheine keinen Hinweis darauf, dass bei Nichteinlösen eine Auszahlung nach dem 31.12.2021 erfolgen muss.

Darüber hinaus beschwerten sich Ratsuchende, weil ihre fristgerechte Kündigung nicht zum eigentlichen Vertragsende, sondern zu einem deutlich späteren Zeitpunkt bestätigt wurde. Die Fitness-Studios verlängerten einseitig die Vertragsdauer um die Zeit, in der das Studio geschlossen hatte.

Käuferschutzprogramme – Sinnvolle Funktion, aber mit Fallstricken

Durch die Corona-Einschränkungen im öffentlichen Leben – verbunden mit den Geschäftsschließungen im Einzelhandel – bestellten immer mehr Menschen Waren über das Internet. Hierbei kommt das Thema „Käuferschutz“ im Zusammenhang mit Online-Bezahldiensten, wie beispielsweise PayPal, Paydirect, amazonpay oder auch googlepay auf. Verbraucher:innen hatten oft Probleme, wenn sie die jeweiligen Käuferschutzprogramme in Anspruch nehmen wollten. Die Gründe zur Inanspruchnahme eines Käuferschutzes können vielfältig sein, aber zwei Varianten treten immer wieder auf. Entweder die bestellte und bezahlte Ware wurde nicht geliefert oder der Account des Verbrauchers wurde missbräuchlich durch unbekannte Dritte genutzt. Schwierigkeiten bereiten bereits, dass die Anbieter im Falle einer Reklamation nicht darauf hinweisen, dass ein Käuferschutzprogramm besteht oder dass das dort vorgesehene Prozedere eingehalten werden muss und die einfache Reklamation nicht ausreicht. Des Weiteren sind dabei Fristen einzuhalten, sollten diese zum Beispiel aufgrund einer umfangreichen Kommunikation mit dem Anbieter versäumt werden, bleiben Verbraucher:innen schnell auf ihrem Schaden sitzen. Daneben mangelt es an Transparenz. Da die Kommunikation häufig nur intern über das Nutzerkonto abgewickelt werden kann, ist objektiv kaum nachvollziehbar, ob das vorgeschriebene Prozedere eingehalten wurde oder nicht. Hier sollten die Anbieter dringend nachbessern.

Schufa – Intransparenz zu Lasten der Verbraucher

In Deutschland gibt es zahlreiche Auskunfteien. Diese speichern gewerbsmäßig Daten über Personen, um diese dann Unternehmen zur Verfügung zu stellen. Die größte von ihnen ist die Schufa. Bei ihr werden fast alle Verbraucher:innen eingetragen, die einen Kredit aufgenommen oder auch nur ein Girokonto eröffnet haben. Eingerichtet wurde die Schufa unter anderem für Banken, Sparkassen, Versandhäuser, Kaufhäuser, Kreditkarten- und Leasing- sowie für Wohnungsbaugesellschaften – also Unternehmen, die gewerblich Kredite vergeben oder Einkäufe auf Raten zulassen. Um die wahrscheinliche Kreditwürdigkeit des Verbrauchers festzulegen, berechnet die Schufa, wie auch viele andere Auskunfteien, einen so genannten Score-Wert. Je schlechter der Wert ist, desto schlechter können die Tarife und Preise sein, die angeboten werden – bis hin zur Ablehnung eines Vertrages.

Ein besonders krasser Fall, wie machtlos Verbraucher:innen gegenüber den Eintragungen dieser Unternehmen sind, trat in Schwerin auf. Eine Verbraucherin erhielt auf Grund einer schlechten Schufa-Auskunft keinen Kredit. Da es für sie keinen nachvollziehbaren Grund dafür gab, wandte sie sich an die Schufa und bat um Auskunft der über sie gespeicherten Daten. Diese Auskunft ist

kostenfrei. Es lagen zwei Einträge von Unternehmen vor, die Anfrage einer Kreditbank, bei der ein Kreditantrag gestellt wurde und die Ratenzahlungsvereinbarung eines Versandhauses, die ordnungsgemäß abgezahlt wurde. Dennoch wurde für die Kreditwürdigkeit ein sehr kritisches Risiko attestiert. Der Score-Wert lag unter zehn. Auch auf Nachfrage lieferte die Schufa zu dieser Ungereimtheit keine Erklärung, sondern verwies darauf, dass sich die Bewertung aus den gespeicherten und mitgeteilten Informationen ergäbe. Erst auf Nachfrage der Verbraucherzentrale musste die Schufa zugeben, dass der Score und die mitgeteilten Informationen nicht stimmig sind. Nunmehr sollte es aber plötzlich so sein, dass in den Score auch Daten einfließen, die nicht bei der Schufa gespeichert sind und auch nicht mitgeteilt wurden.

Für Verbraucher:innen bedeutet dies die völlige Intransparenz der Daten und Score-Werte. Betroffene sind damit in ihrem Wirtschaftsleben – angefangen vom Mobilfunkvertrag hin bis zum Kredit für den Hausbau – der Schufa völlig ausgeliefert. Zwar gesteht der Bundesgerichtshof Auskunfteien zu, dass die konkrete Berechnung des Score-Wertes nicht offen gelegt werden muss, dennoch müssen die zugrunde gelegten Daten transparent mitgeteilt werden.

Treppenlifte – Anbieter ignorieren Gerichtsurteile

2020 wandten sich vor allem ältere Personen an die Verbraucherzentrale, die Probleme mit Treppenliftfirmen hatten. Zu nennen sind dabei die Firma Lifta GmbH und Der Treppenlift GmbH. Streitpunkt war jeweils, dass der Treppenlift nicht mehr benötigt wurde, weil die Person zwischenzeitlich verstorben war. Daraufhin wurde der Vertrag widerrufen. Der Widerruf wurde von den Firmen zunächst nicht anerkannt. Es ging um Kosten von bis zu 23.000 Euro. Die Firmen waren der Meinung, ein Widerrufsrecht sei ausgeschlossen, weil es sich bei den Treppenliften um Maßanfertigungen handelte. In einem ähnlichen Fall, wurde gegenüber der Verbraucherin eine Vergleichszahlung in Höhe von 3.400 Euro verlangt, sonst würde man den Fall an einen Anwalt abgeben. Die Verbraucherin bezahlte die 3.400 Euro. Die Firma schaltete dennoch einen Anwalt ein.

4.2. Abmahnungen und Klagen

Anlass für unsere Abmahn- und Klageverfahren sind in der Regel Beschwerden von Verbraucher:innen, denen wir nachgehen. Im Jahr 2020 beschäftigten uns beim kollektiven Rechtsschutz vor allem Unternehmen mit überhöhten Mahnkosten und irreführenden Nebenkostenabrechnungen. Insgesamt wurden vier Verfahren gegen Anbieter eingeleitet.

Die **T-G Objekte Haase GmbH + Co KG** aus Darmstadt erstellte für einen Hauseigentümer Betriebskostenabrechnungen. In diesen Abrechnungen für das Jahr 2019 wurde unter anderem mitgeteilt: *„Einwände gegen diese Abrechnung sind schriftlich innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt zu erheben."* Diese Mitteilung kann bei Wohnungsmietern den Eindruck erwecken, sie können nur innerhalb von 14 Tagen Einwendungen gegen die Betriebs- und Heizkostenabrechnungen erheben. Dies ist sachlich falsch und irreführend. Nach § 556 Absatz 3 Satz 5 BGB ist ein Mieter grundsätzlich mindestens zwölf Monate lang, gerechnet ab Zugang der Abrechnung, zur Geltendmachung von Einwendungen gegen Betriebs- und Heizkostenabrechnungen berechtigt. In Ausnahmefällen ist dies gemäß § 556 Absatz 3 Satz 6 BGB sogar danach noch möglich. Wegen des Verstoßes gegen Verbraucherschutzgesetze wurde die T-G Objekte Haase GmbH + Co KG abgemahnt. Eine entsprechende Unterlassungserklärung haben wir erhalten.

Ein Kunde der Firma **Bernstein Rügen** hatte sich 2020 an uns gewandt, weil er sich in die Irre geführt fühlte. Kurz gesagt, hatte der Kunde in dem Geschäft „Das Bernsteinzimmer" zwei Souvenirs

jeweils verziert mit einem „Bernstein“ gekauft. Kurze Zeit später löste sich ein Stein. Beim Aufheben des Steines kamen dem Kunden Zweifel an der Echtheit auf und er prüfte diese mittels eines Glases, gefüllt mit Salzwasser. Dabei stellte der Kunde fest, dass der Stein möglicherweise kein echter Bernstein ist, da dieser am Grund liegen blieb. Im Raum stand eine unlautere Wettbewerbshandlung. Nach umfangreicher Korrespondenz legte die Firma ein Zertifikat der International Amber Association vor und bot dem Verbraucher einen Umtausch an, so dass kein Abmahnverfahren durch die Verbraucherzentrale MV eingeleitet werden musste.

Die **Stadtwerke Wismar GmbH** haben Allgemeine Geschäftsbedingungen mit einer Klausel für Mahnkosten in Höhe von 4,00 Euro und die **Neubrandenburger Stadtwerke GmbH** haben Allgemeine Geschäftsbedingungen mit einer Klausel für Mahnkosten in Höhe von 3,00 Euro verwendet, so dass wir 2020 beide Unternehmen abgemahnt haben. Der Bundesgerichtshof hatte 2019 in einem Verfahren über eine Schadenspauschalierung in Höhe von 2,50 Euro zu befinden. Als ersatzfähigen Schaden nahm das Gericht lediglich Porto und Materialkosten an, die es geringer als den Pauschalbetrag einstufte. Auch hinsichtlich der oben genannten Klauseln war davon auszugehen, dass Material- und Portokosten um ein Vielfaches geringer waren als der eingeforderte Betrag. Die Versandkosten betrugen etwa 0,80 Euro. Es war daher davon auszugehen, dass die Klauseln auch Personalkosten enthielten. Solche Kosten, die im Zusammenhang mit der Überprüfung von Zahlungseingängen regelmäßig anfallen, sind jedoch als allgemeine Geschäftsunkosten grundsätzlich nicht erstattungsfähig, denn diese Aufgabe gehört zu den allgemeinen vertraglichen Pflichten und ist als Schadensersatz gerade nicht erstattungsfähig. Unter Zugrundelegung der Erwägungen des Urteils des BGH verstießen die oben genannten Klauseln gegen § 309 Nr. 5 lit. a) BGB und die Einleitung entsprechender Abmahnverfahren war angezeigt. Die jeweiligen Unterlassungserklärungen hat die Verbraucherzentrale MV erhalten.

4.3. Fälle für das Frühwarnetzwerk

Seit 2015 wurde in den 16 Verbraucherzentralen der Länder und dem Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) das Projekt der Marktwächter in den Bereichen Digitales, Finanzen und Energie umgesetzt. Die Untersetzung mit speziellen Themen der einzelnen Bereiche erfolgte in sogenannten Schwerpunkt-Verbraucherzentralen. Aus den Beratungen und diversen Informationsquellen, wie Beschwerdepostfächer, E-Mails oder telefonischen Beschwerden lieferten die Beratungsstellen ihre Daten an die Marktwächter.

Am 31.12.2019 endete diese Projektphase. Ab dem 1.1.2020 erfolgte eine Umwandlung des bisherigen Projektes. Die Mittel für die Datenerfassung flossen als institutionelle Förderung nunmehr an den vzbv, der nun federführend agierte. Das neue Handlungsfeld heißt Marktbeobachtung. Auch mit der Marktbeobachtung nehmen die Verbraucherzentralen die digitale Welt, den Energie- und den Finanzmarkt unter die Lupe. So werden vor allem die Beschwerden erfasst, die Verbraucher uns melden. Auffällige Sachverhalte werden zu einer kompakten Information zusammengefasst und in das Frühwarnetzwerk des vzbv gemeldet. Über diesen Weg wird es möglich, sehr früh strukturelle Probleme in den Märkten zu erkennen. Inhaltlich beobachten wir in den einzelnen Märkten folgende Schwerpunkte:

Digitale Welt

Schwerpunkt	Beispiele
Digitale Dienstleistungen	Angebote auf Vergleichsportalen, wie Reisen, Konsumgüter
Digitale Güter	Downloads von Musik, e-books, Filmen oder Spielen
Digitaler Wareneinkauf	Warenbestellungen aus dem Ausland, Problematik so genannter Fake-Shops
IT-Sicherheit	Viren, Trojaner, Phishing
Nutzergenerierte Inhalte	Speicherung und Verarbeitung gesundheitsbezogener Daten, Smarthome
Telekommunikation	Telefon, Internet, Fernsehen

Finanzmarkt

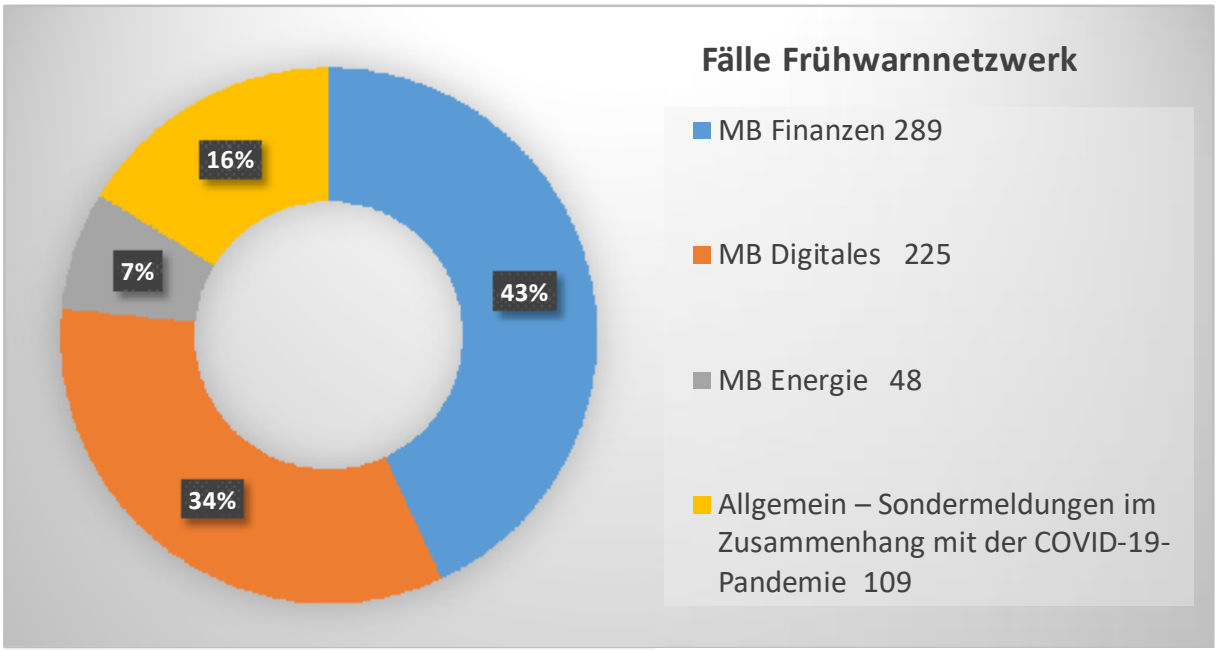
Schwerpunkt	Beispiele
Finanzierungen	alle Kredite zur Finanzierung von Immobilien und von Konsum wie Annuitätendarlehen, Kreditkarten
Geldanlage/Altersvorsorge	Kurz- und vor allem langfristige Geldanlagen, wie Sparanlagen, Investmentfonds, Riester-Verträge
Versicherungen	alle Versicherungsprodukte, Lebensversicherungen, Sachversicherungen
Zahlungsverkehr	alle Zahlungsverkehrsleistungen von Banken und anderen Anbietern, wie Girokonten, Online-Zahlungsdienste
Grauer Kapitalmarkt	Finanzanlagen, die nicht oder kaum der Regulierung durch eine Aufsichtsbehörde unterliegen, wie Genossenschaftsanteile, Online-Trading-Plattformen, Kryptowährungen

Energiemarkt

Schwerpunkt	Beispiele
Strom- und Gasmarkt	Preisänderungen, Boni, untergeschobene Verträge am Telefon, Probleme beim Anbieterwechsel
Nah- und Fernwärme	Preis- und Tarifgestaltung, intransparente Vertragsgestaltung
Sonstiges	Nachtspeicherstrom, Flüssiggas, Zähler und Messwesen, Mieterstrom

Für jede Verbraucherzentrale wurde in den einzelnen Segmenten Digitales, Finanzen und Energie ein/e Verantwortliche/r benannt, die/der die Erfassung und Weiterleitung der Beschwerden koordiniert und im so genannten Frühwarnnetzwerk aller Verbraucherzentralen zusammenarbeitet. Für den fachlichen Austausch untereinander findet monatlich für jedes Segment eine Videokonferenz statt.

Die Berater:innen erfassen täglich alle Beschwerden und Informationen an die Verbraucherzentrale statistisch im elektronischen System „Basis 2.0“. Besonders auffällige Beschwerden werden dann als Fall mit einer Sachverhaltsbeschreibung erfasst und an den vzbv weiter geleitet. Diese Fälle werden im vzbv ausgewertet. Bei besonders gravierenden Verstößen gegen geltende Verbraucherschutzvorschriften werden diese Fälle für Abmahnungen oder Verbandsklagen gegen die Anbieter herangezogen. In diesem Fall nehmen wir erneut Kontakt mit den Betroffenen auf und bitten um ihr Einverständnis, ihre Daten für diesen Zweck nutzen zu dürfen.



Insgesamt bekommen wir für diese Tätigkeit über die GbR eine Vergütung für die Lieferung der Daten, die eine wichtige Säule unserer Einnahmen ist. Im Jahr 2020 meldeten wir an den vzbv in allen drei Marktbeobachtungen 671 Fälle, die sich wie folgt aufteilen:

Weitere Instrumente der Marktbeobachtung sind Verbraucheraufrufe auf der Interseite der Marktbeobachtung, auf der die Verbraucher:innen zu bestimmten thematischen Vorgaben ihre Erfahrungen und Beschwerden mitteilen können. Der Kontakt zu den Verbrauchern, um die Vertragsunterlagen anzufordern und auszuwerten obliegt den Berater:innen der Verbraucherzentrale. 2020 waren das die Themen:

- Probleme bei der Stundung von Krediten während der COVID-19-Pandemie
- Corona-Ärger: Wir brauchen Ihre Hinweise
- Einbau von digitalen Stromzählern: Gibt es Hinweise auf Verstöße?
- Energiepreiserhöhungen: Senden Sie uns Ihre Unteralgen!

Darüber hinaus wurde auf unserer Internetseite ein Beschwerdepostfach eingerichtet, in das die Verbraucher:innen ihre Probleme mit den Anbietern „hineinwerfen“ können. Sollte erkennbar sein, dass der Verbraucher eine Beratung benötigt, so nehmen wir Kontakt auf und bieten Hilfe an.

Zur Qualitätssicherung unserer Arbeit führen wir in regelmäßigen Abständen Schulungen durch. In den während der Corona-Pandemie als Online-Veranstaltung durchgeführten Treffen werten wir die vom vzbv übermittelten Fehlerprotokolle aus und schulen die Neuerungen in der Datenerfassung und -pflege.

Erste Ergebnisse unserer Marktbeobachtung sollen an folgenden Beispielen dargestellt werden:

Digitales

In den Zeiten des Lockdowns während der Corona-Pandemie nahmen die Käufe über die Internetplattformen erheblich zu. Dabei mehren sich auch die Beschwerden über unseriöse Anbieter. Diese reichen von irreführender Werbung, ausbleibender Warenlieferung, extrem langen Lieferzeiten, erschwerten Widerrufs- und Rücksendemöglichkeiten bis hin zu den so genannten Fake-Shops, die mit gestohlenen Identitäten firmieren. Hinzu kommt, dass die meisten dieser Anbieter Vorkasse bei der Bezahlung der Waren und Dienstleistungen verlangen. Auf Grund der Fallmeldungen der Berater:innen aus allen Verbraucherzentralen an das Team der Marktbeobachtung wurden zum Beispiel 456 Webseiten geprüft, über die sich zuvor Verbraucher:innen beschwert hatten. Das Fazit sollte zum Umdenken bei zahlreichen Betreibern Anlass geben. Denn „aus Sicht des vzbv hat die Gesamtschau der überprüften Webshops gezeigt, dass nicht alle Shop-Betreiber gewillt sind, den Verbrauchern auf Augenhöhe zu begegnen." (Zitat aus „Verbraucherfrust beim online-shoppen" vom vzbv)

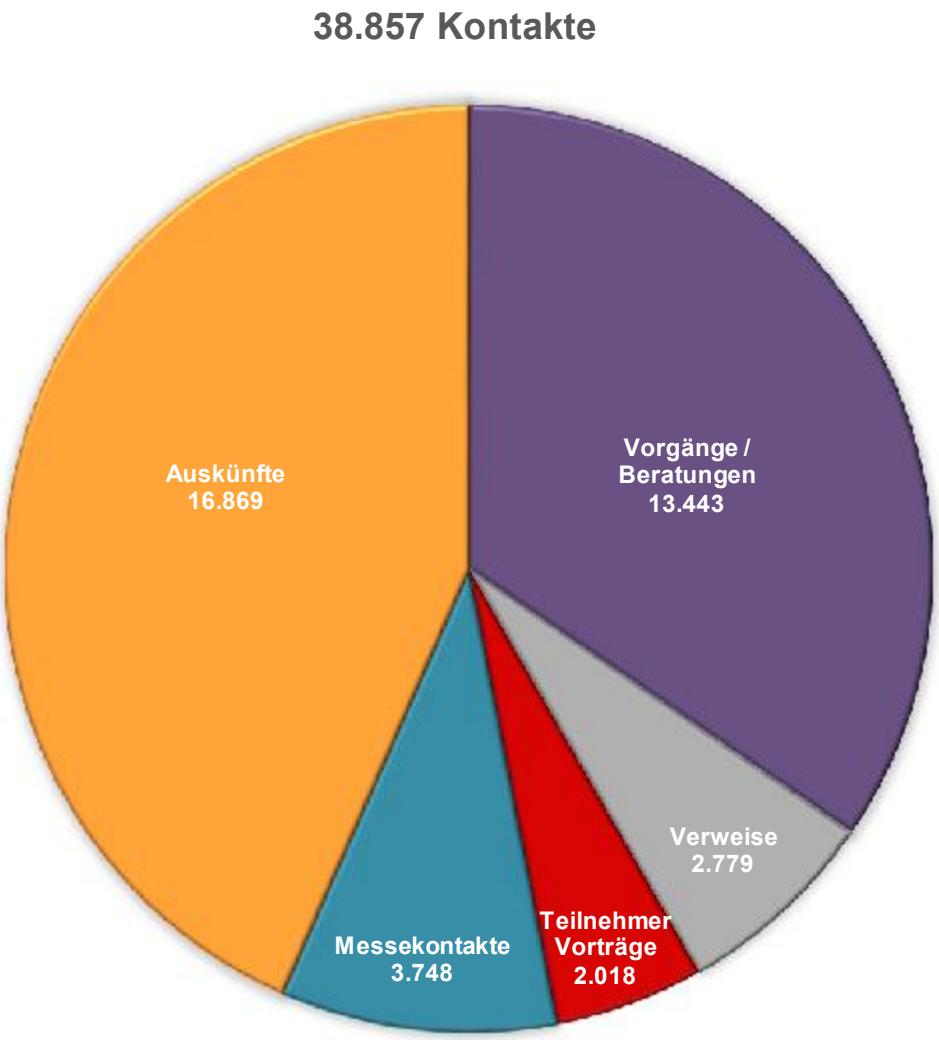
Finanzen

Wohnungsbaugenossenschaften sind grundsätzlich eine gute Sache, die es vielen Menschen ermöglichen, günstig und sicher vor Kündigungen zu wohnen. In den Beratungsstellen des Landes kam es zu einigen Beschwerden über die WohnSachWerte eG (WSW). Dieses Unternehmen schafft es durch erstklassige Daten, Arbeitgebern angeblich online abgeschlossene Beitritte im Rahmen der Vermögenswirksamen Leistungen (VL) zukommen zu lassen. Die Arbeitgeber wurden aufgefordert, ab sofort VL in Höhe von 50 Euro monatlich an die WSW zu zahlen, selbst dann, wenn der Arbeitgeber gar keine VL-Zuschüsse zahlt. Die Verbraucher bestreiten jedoch alle, jemals einen solchen Vertrag geschlossen zu haben. Besonders krass ist ein Fall aus Schwerin, in dem der Verbraucher diese 50 Euro von seinem Lohn von 450 Euro für seine geringfügige Beschäftigung bezahlen sollte. Das Team der Marktbeobachtung hat inzwischen Maßnahmen ergriffen bzw. bereitet noch Maßnahmen vor, um diesem Unternehmen das Handwerk zu legen.

Energie

Hier geht es um den Anbieterwechsel der Lieferanten für Strom und Gas, weil der „alte" Anbieter die Preise erhöhen will. Verbraucher:innen haben bei Preiserhöhungen ein Sonderkündigungsrecht. Viele Energielieferanten werben mit „Wir übernehmen Ihre Kündigung". Das klingt verlockend. Die Praxis ist jedoch nicht immer unproblematisch. Wir erhalten immer wieder Beschwerden von Verbraucher:innen, die ihren Vertrag auf Grund von Preiserhöhung sonderkündigen wollen. Sie vertrauen auf den Wechselservice des neu gewählten Anbieters. Dabei kann es passieren, dass dieser die Kündigung nicht zu dem gewünschten Termin vornimmt, sondern erst Monate später zum Ende der eigentlichen Vertragslaufzeit. Wir fordern, dass auf die Werbeaussagen der Anbieter Verlass sein muss und finanzielle Nachteile wegen eines verzögerten Anbieterwechsels nicht zu Lasten der Verbraucher:innen gehen dürfen.

5. Kontakte und Beratungen



Von den	13.443	Vorgängen/Beratungen entfallen
	9.754	auf Vorgänge/Beratungen im institutionellen Bereich
	1.132	im Bereich Lebensmittel und Ernährung
	2.092	im Energieprojekt
	465	im Projekt Rundfunkbeitrag

Meldungen in das Frühwarnnetzwerk der Verbraucherzentralen	560
direkte Zugriffe auf die Website der VZ MV	147.530

Die aufgeführten Leistungen wurden mit folgendem personellen Aufwand aus der Institution und den Projekten realisiert:

10 Beraterinnen und Berater sowie Assistentinnen in den 4 Beratungsstellen

Rostock	2,45	Vollzeitäquivalente
Schwerin	2,25	Vollzeitäquivalente
Stralsund	0,875	Vollzeitäquivalente
Neubrandenburg	2,225	Vollzeitäquivalente
Gesamt	**7,80**	**Vollzeitäquivalente**

Fachbereichsebene incl. 2 Beratungsnebenstellen Güstrow / Wismar

4 Mitarbeiter:innen	3,725	Vollzeitäquivalente

Projektmitarbeiter (ohne FB-Leitung)

5 Mitarbeiterinnen Projekt LuE	3,9	Vollzeitäquivalente
2 Mitarbeiterinnen Projekt Energie	1,375	Vollzeitäquivalente + 13 Energieberater:innen auf Honorarbasis
2 Mitarbeiter Projekt Quartier	0,95	Vollzeitäquivalente

Leitung/ Geschäftsstelle

5 Mitarbeiter/innen	3,775	Vollzeitäquivalente

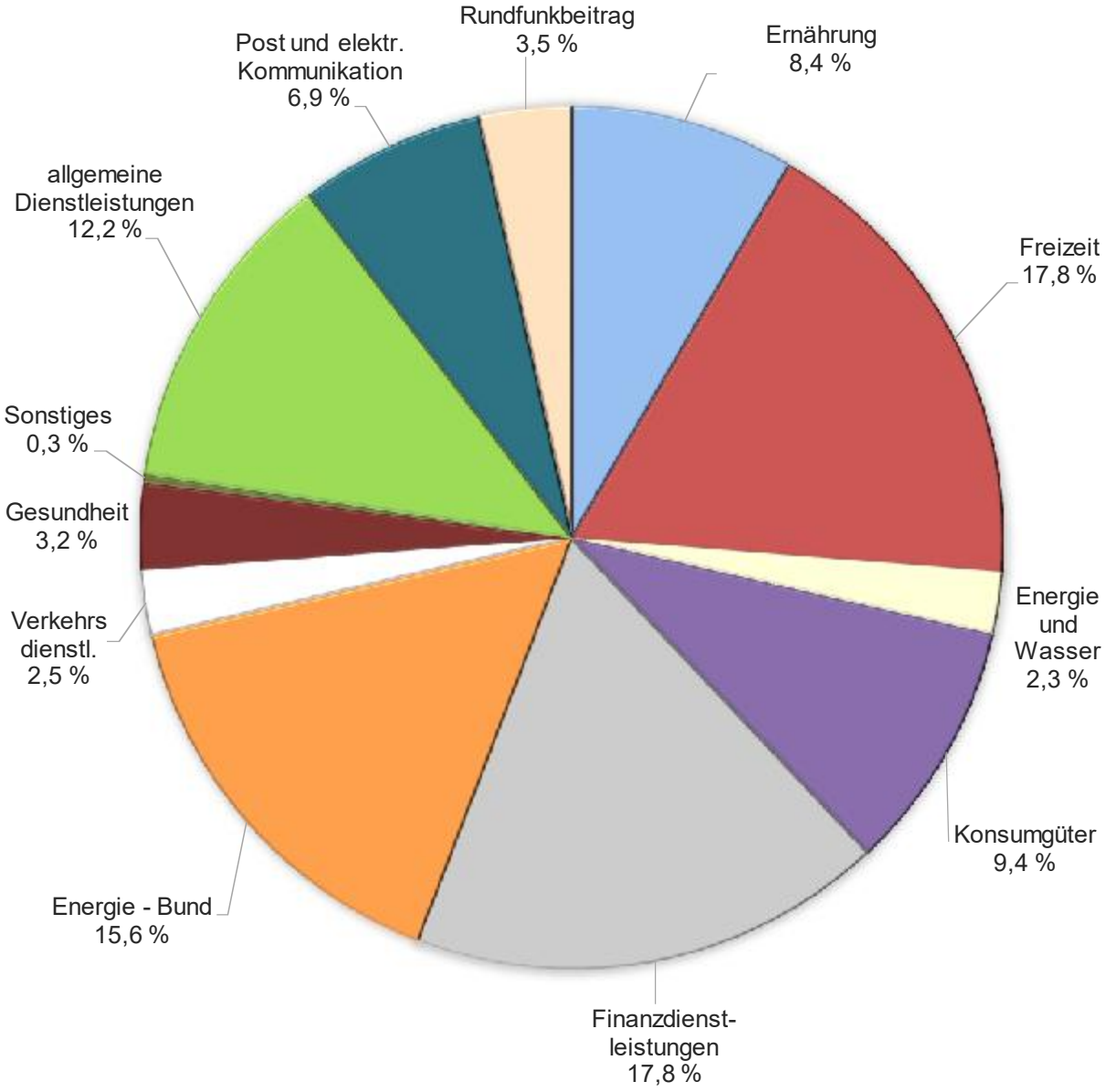
Gesamt	**28 Beschäftigte auf**	**21,525**	**Vollzeitäquivalente**

Netzwerkgruppentätigkeit 2020

In Kooperation mit dem vzbv werden besonders qualifizierte Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen für die bundesweite Facharbeit in so genannten Netzwerkgruppen zusammengefasst. Hier werden grundsätzliche Positionen für die Beratung und Öffentlichkeitsarbeit erstellt. Für die zu erbringenden Leistungen erfolgt eine Refinanzierung der Personal- und Sachkosten. In 2020 arbeiteten unsere Spezialisten in sechs Netzwerkgruppen mit. Es wurden ca. 37,5 TEURO refinanziert, die sowohl für zusätzliche Personalkosten als auch für Sachkosten verausgabt wurden.

6. Beratungsthemen

Beratungsthemen anteilig an den Gesamtberatungen



7. Finanzierung (Angaben in Euro)

EINNAHMEN 2020 - IST

Verwaltungseinnahmen	**128.527,41**
Einnahmen aus Veranstaltungen und Veröffentlichungen	62.630,05
Vermischte Einnahmen	65.897,36
Zuschüsse und übrige Einnahmen	**1.352.196,95**
Justizministerium Mecklenburg-Vorpommern institutionelle Förderung	359.673,00
Justizministerium Mecklenburg-Vorpommern Projekt Wirtschaftlicher Verbraucherschutz	128.484,57
Justizministerium Mecklenburg-Vorpommern Projekt Energierecht	0,00
Ministerium für Landwirtschaft und Umwelt Mecklenburg-Vorpommern Projekt Ernährungsaufklärung	177.422,03
Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft Projekt Ernährungsaufklärung	160.534,48
Bundesministerium für Justiz und Verbraucherschutz Projekt Wirtschaftlicher Verbraucherschutz	125.024,24
Kommunen Rostock, Neubrandenburg, Schwerin, Güstrow, Landkreis Vorpommern-Rügen	15.500,00
Norddeutscher Rundfunk | Projekt Rundfunkbeitrag	73.741,02
Sonstige Projekte RM, PBP, Gut Essen, Ländliche Räume, MB, Quartier	307.511,96
Mitgliedsbeiträge	1.440,00
Spenden	2.865,65
SUMME DER EINNAHMEN	**1.480.724,36**

AUSGABEN 2020 – IST	**1.450.641,97**
Personalkosten	1.182.190,32
Sachkosten	268.451,65
Projektgebundener Übertrag ins Folgejahr 2021	30.082,39
SUMME DER AUSGABEN	**1.480.724,36**

8. Standorte

Stand Januar 2021

9. Mitglieder

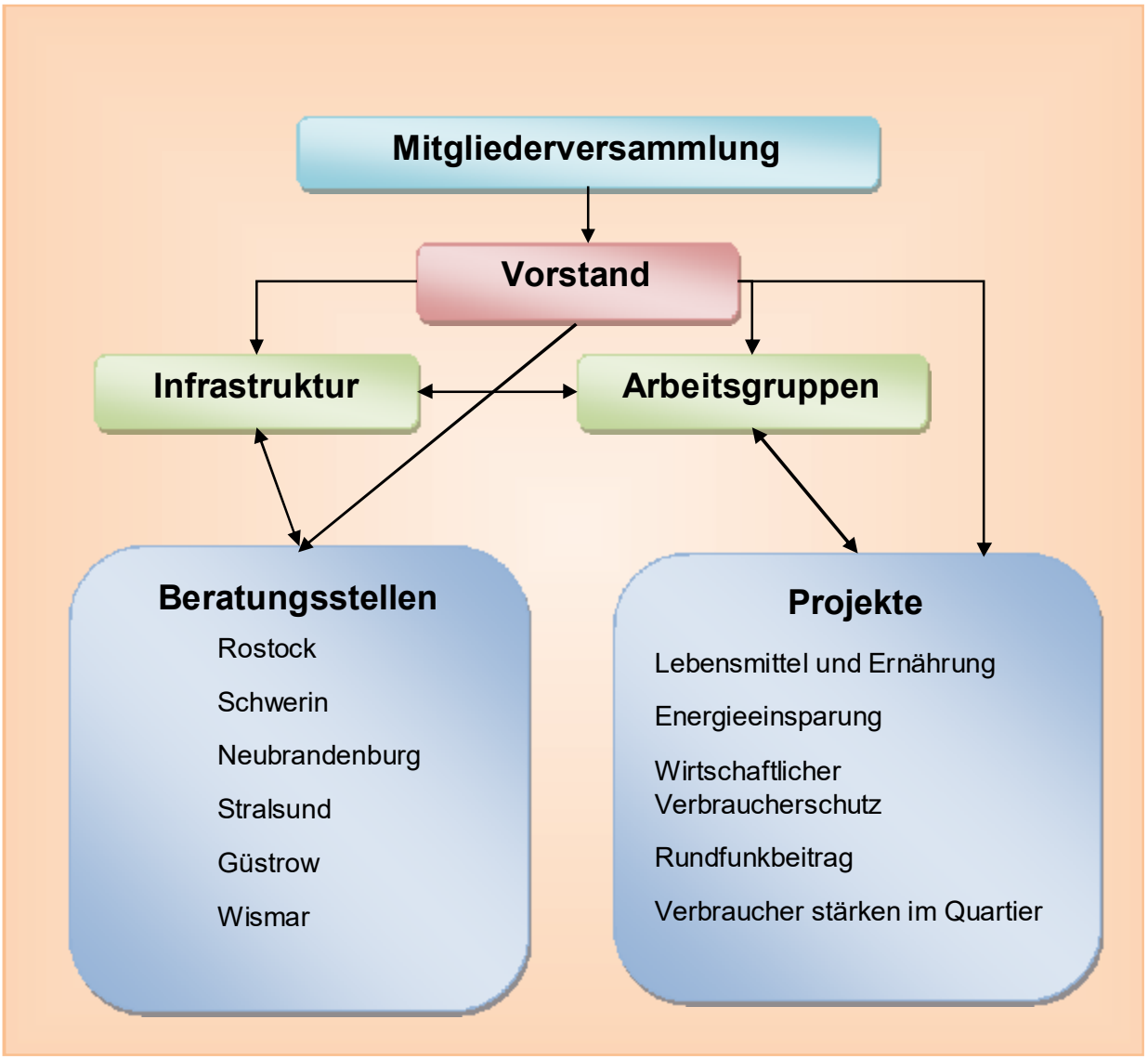
Stand Januar 2021

- Arbeitslosenverband MV
- dbb beamtenbund und tarifunion MV
- DMB, Mieterverein Schwerin und Umgebung e. V.
- DMB, Mieterverein Vorpommern-Greifswald e. V.
- DMB, Mieterverein Stralsund e. V.
- Landesarbeitsgemeinschaft der kommunalen Gleichstellungsbeauftragten
- LandFrauenverband MV
- Schutzgemeinschaft für geschädigte Kapitalanleger e. V.
- Verband Wohneigentum, Siedlerbund MV
- 18 Einzelmitglieder

10. Verwaltungsrat

Stand Januar 2021

Vorsitzende: Petra Willert
Mitglieder: Ursula Henniker, Frank Höhne, Karin Pätzmann, Claudia Schulz, Ronald Klinger



11. Beratungsentgelte

verbraucherzentrale Mecklenburg-Vorpommern

Kostenbeteiligung der Verbraucher an den Beratungsleistungen*

seit 01. Januar 2012

1. Kostenfreie Beratungsangebote	
Beratung zum Rundfunkbeitrag	
Beratung zu Lebensmitteln und Ernährung	
Energieberatung	
2. Verbraucherrechtsberatung **	
bei einfachem bzw. eindeutigem Sachverhalt	6,00 bis 15,00 €
bei komplexem bzw. umfangreichem Sachverhalt mit Einsicht und Auswertung von Unterlagen	20,00 bis 45,00 €
3. Spezialberatungen **	
Versicherungsberatung, einfache bis umfangreiche Sachverhalte	6,00 bis 45,00 €
Erstberatung Wohnung, Miete, Heizung	10,00 €
Beratung geschädigter Kapitalanleger ***	30,00 €
Beratung zur privaten Altersvorsorge und Geldanlageberatung	50,00 €
Baufinanzierungsberatung	60,00 €
Bauvertragsprüfung	70,00 €
Beratung zur Bau- und Leistungsbeschreibung	70,00 €
Beratung/Überprüfung Zinsanpassung	70,00 €
Beratung zur Umschuldung/Ablösung von Krediten	70,00 €
4. Übernahme der Rechtsvertretung gegenüber Anbietern	
in Abhängigkeit vom Aufwand und Umfang jeglicher Rechtsvertretung	20,00 bis 50,00 €
5. Vorträge/Gruppenberatungen	
pro Zeiteinheit von 45 Minuten	15,00 bis 30,00 €

* Im Durchschnitt wird der Verbraucher mit diesen Entgelten mit rund 13% am Gesamtaufwand der Verbraucherzentrale für eine Beratung beteiligt.

** Die konkrete Höhe des Beratungsentgeltes legt die/der Berater/in entsprechend des Beratungs- und Rechercheaufwandes fest.

*** Die persönliche Beratung kann nur in Rostock und Schwerin angeboten werden.

Stand: Januar 2019

Hinweis

Die in diesem Bericht enthaltenen Abbildungen, Statistiken und Fotos wurden von der VZ MV erstellt, es sei denn, andere Quellen wurden verwendet und gekennzeichnet.

Herausgeber

Verbraucherzentrale Mecklenburg-Vorpommern e. V.
Strandstraße 98 | 18055 Rostock

Fon 0381 208 70 0
Fax 0381 208 70 30

info@verbraucherzentrale-mv.eu
www.verbraucherzentrale-mv.eu

Redaktion: Dr. Jürgen Fischer | Vorstand

KOMPETENT · UNABHÄNGIG · AKTUELL

- Information
- Aufklärung
- Beratung
- Interessenvertretung

verbraucherzentrale
Mecklenburg-Vorpommern

Verbraucherzentrale Mecklenburg-Vorpommern e.V.

Landesgeschäftsstelle
Strandstraße 98
18055 Rostock
Telefon: (0381) 208 70 0
Telefax: (0381) 208 70 30

info@verbraucherzentrale-mv.eu