



>>> VERBRAUCHERPOLITISCHE LEITLINIEN
der Arbeitsgruppe Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Verbraucherpolitik als Querschnittsaufgabe begreifen und umsetzen

Verbraucherpolitik ist kein einzelnes Segment in der Politik. Vielmehr ist sie eine Querschnittsaufgabe, die alle Lebensbereiche betrifft. In einer immer komplexer werdenden Welt benötigen Verbraucher in erster Linie Information und Transparenz, um kompetent und eigenverantwortlich Entscheidungen treffen zu können.

Für die uniongeführte Verbraucherpolitik ist der mündige Verbraucher das Ziel. Während Skandalisierung und Bittstellung die Merkmale der Verbraucherpolitik unter Rot-Grün waren, steht die Union für die Erhöhung der Kompetenz und der Selbstbestimmung der Verbraucher. Damit ist die Verbraucherpolitik erwachsen geworden. Der Union geht es darum, den Verbraucher zu stärken. Voraussetzung hierfür sind Aufklärung, Information und Transparenz, damit der Verbraucher auf Augenhöhe mit den Anbietern auf dem Markt agieren kann.

Information als Schlüssel – Verbrauchertelefon als Lotse im Verbraucherschlingel

Information als Schlüssel zu eigenständigen Entscheidungen ist der zentrale Ansatz für eine moderne Verbraucherpolitik. Der Verbraucher ist heute mit immer komplexer werdenden Konsumententscheidungen konfrontiert. Bei rund 2.600 Anbietern von Telekommunikationsdiensten, 15.000 Stromtarifen oder 11.000 ambulanten Pflegediensten sind Konsumenten nicht nur gefordert, sondern zunehmend auch überfordert. Die Verbraucher benötigen deshalb eine Art Navigationssystem im Verbraucherschlingel. Das Verbrauchertelefon kann hierbei eine zentrale Lotsenfunktion ausfüllen und eine erste Anlaufstelle für Verbraucher sein.

Vertrauen ist gut, Kontrolle ist nötig – Anlegerschutz vorantreiben

Vor allem die finanzielle Lebensgestaltung stellt Verbraucher heute in hohem Maße vor Herausforderungen. Unser Ziel ist, dass Verbraucher ausreichend Informationen bekommen, um Produkte verstehen zu können. Beratungen müssen dabei die Transparenz erhöhen und dürfen nicht vernebeln. Bei allen Finanz- und Versicherungsgeschäften haben Transparenz und Sicherheit deshalb für uns oberste Priorität. Verbraucher müssen künftig besser vor vermeidbaren Verlusten und falscher Finanzberatung geschützt sein. Wahrheit und Klarheit sind auch hier die Währung für das Vertrauen der Verbraucher. Ergänzend zu den schon bereits umgesetzten und teilweise angekündigten Verbesserungen im Anlegerschutz brauchen wir weitere Maßnahmen, um verloren gegangenes Vertrauen zurückzugewinnen:

- **Einführung eines Banken-Frühwarnsystems vor unseriösen Produkten und Anbietern**
Die Bankenaufsicht sollte – analog zum Versicherungs- und Lebensmittelsektor – per Warnhinweisen unseriöse Finanzprodukte und deren Anbieter schon vor rechtskräftigen Gerichtsentscheidungen publik machen dürfen.
- **Eigenständiger Aufgabenbereich des kollektiven Verbraucherschutzes in der Finanzaufsicht**
Neben der Solvenzaufsicht ist die Marktaufsicht, einschließlich des Verbraucherschutzes, als eigenständiger Aufsichtsbereich zu eta-

blieren. Dabei sind das Bundesverbraucherschutzministerium und die Verbraucherorganisationen im Rahmen eines Verbraucherbeirats in die Arbeit zu integrieren.

- **Verbindlichkeit der Schiedssprüche für Banken bis zu einem festgelegten Streitwert**
Bis zu einem festgelegten Streitwert (5.000 bis 10.000 Euro) müssen Schiedssprüche für Banken und Kreditinstitute eine verbindliche Entscheidung sein. Dem Kunden steht dagegen stets der Gang vors Gericht frei.
- **Eigenständiges Berufsbild des Honorarberaters etablieren**
Als Alternative zur in Deutschland allgemein üblichen Finanzberatung auf Provisionsbasis ist eine gesetzliche Verankerung eines neuen Berufsbildes erforderlich: Der unabhängige Honorarberater, der keinerlei anteilmäßige wirtschaftliche Vorteile aus dem Verkauf eines Finanzprodukts erhalten darf.
- **Qualifizierte Anlageberatung**
Alle Finanzvermittler müssen ihre Qualifikation nachweisen, sich registrieren lassen und eine Haftpflichtversicherung abschließen. Leitbild könnte hier der Allfinanzvermittler sein.

Chancen der digitalen Welt nutzen – Faire Kernprinzipien umsetzen

In kaum einem anderen Bereich stehen Fragen nach Vertrauenswürdigkeit und Seriosität so im Vordergrund wie im Umgang mit dem Internet. Fairer Zugang, Sicherheit von Daten und Geschäften, Schutz vor Belästigungen und Betrügereien sind Kernziele, die wir in den kommenden Jahren gewährleisten müssen. Schwerpunkte, die wir in diesem Bereich umsetzen wollen:

- **Vermeidung** der stark steigenden Zahl der Internetabzocke durch das so genannte Button-Verfahren. Der Verbraucher muss durch eine nochmalige Bestätigung dem endgültigen Vertragsabschluss im Onlinehandel zustimmen, vorher darf kein Vertrag oder Abonnement in Kraft treten.
- Auch der Datenschutz muss weiter modernisiert und verbraucherfreundlich umgesetzt werden. Jeder dritte Surfer nutzt das Internet, um beispielsweise etwas in sozialen Netzwerken zu veröffentlichen - persönliche Meinungen, Erlebnisse oder Fotos. Für uns steht dabei fest: Im **Zentrum eines modernen Datenschutzes muss die Selbstbestimmung der Verbraucher** stehen. Eine Weiterleitung und Kommerzialisierung privater Daten darf deshalb nur mit Zustimmung der betroffenen Personen erfolgen.
- Im Internet tummeln sich nicht nur schwarze Schafe. Es gibt zahlreiche seriöse Anbieter, denen man Vertrauen kann. Wir wollen dem Verbraucher helfen, diese leichter zu finden: Deshalb ist es wichtig, Unternehmen, die eine seriöse und kundenfreundliche Strategie im Internet verfolgen, die Möglichkeit zu geben, sich im Wettbewerb positiv hervorzuheben. Wir brauchen eine Art „**Online-Engel**“ als **Positiv-Werbung** für verbraucherfreundliche Unternehmen im Netz. Kriterien für einen solchen „Online-Engel“ müssen sein:
 - Einsatz von einfachen, datensparsamen Voreinstellungen,
 - Preistransparenz,

- faire Allgemeine Geschäftsbedingungen auf einer DIN-A4-Seite und
- kundenfreundliche Bezahlssysteme.

Mehr Klarheit und Wahrheit im Telekommunikationsdschungel

Auch Beschwerden über irreführende und betrügerische Praktiken im Telekommunikationsbereich sind ein wichtiges verbraucherpolitisches Themenfeld. Die Zeit für Versteckspiele der anfallenden Kosten in unübersichtlichen Klauselwerken im elektronischen Geschäftsverkehr muss endlich ein Ende haben. Telefonrechnungen dürfen nicht zum Inkassoinstrument für Anbieter von Mehrwertdiensten werden. Auch die hinhaltenden, kostenintensiven Warteschleifen und Bandansagen sind verbraucherunfreundlich. Der Kunde ist oftmals nicht mehr König, sondern Beute.

Deshalb fordern wir

- **Umkehr der Beweislast** zugunsten des Kunden. Wer eine Leistung erbringt, muss auch belegen, dass diese erfüllt wurde.
- **Generelle Preisansagepflicht** auch für Call-by-call-Anrufe.
- Die unterschiedliche Handhabung der **Kostenverteilung von Warteschleifen** im Telefonverkehr zu hinterfragen. Der Kunde sollte erst von dem Moment zahlen, in dem er tatsächlich eine Gegenleistung erhält.
- Die **Schlichtungsstellen** in der Branche weiter auszubauen.

Lebensmittelkennzeichnung – Es muss drin sein, was drauf steht

Verbraucher wollen und müssen erkennen können, was sie essen. Zugesezte Aromen, Geschmacksverstärker, Farbstoffe, Stabilisatoren, Emulgatoren und chemisch gehärtete Fette – auf Lebensmittelverpackungen findet man heute eine Fülle von Informationen. Quantität bedeutet aber nicht automatisch auch Qualität. Das gilt auch für die Deklaration von Inhaltsstoffen. Verbraucher werden immer häufiger in die Irre geführt. **Wir wollen eine klare Lebensmittelkennzeichnung mit übersichtlichen Informationen auf der Verpackung über Nährwerte und Inhaltsstoffe und Herkunft:**

- Die **Verbrauchertäuschung zwecks Marketingerfolge** muss endlich ein Ende haben. Begriff wie „natürliches Aroma“ muss für Aromen reserviert werden, die zu 100 Prozent aus dem Rohstoff bestehen. Ebenso dürfen keine Bilder von Zutaten verwendet werden, die nicht im Produkt enthalten sind.
- Wir brauchen eine **praxistaugliche Herkunftskennzeichnung** in Abgrenzung zum Verarbeitungsort.
- Durch das so genannte „**zweite Preisschild**“ soll der Verbraucher mehr Informationen erhalten, unter welchen Bedingungen die Lebensmittel produziert wurden. Dabei setzen wir auf freiwillige Siegel der Wirtschaft, die internationale Sozial- und Nachhaltigkeitsstandards wiedergeben, und die Entwicklung glaubwürdiger Kennzeichnungen für Umwelt-, Tier- und klimafreundliche Produkte. Ein-

sparpotential bei Produktion und Transport gilt es weiterhin optimal auszunutzen.

Evaluierung des Verbraucherinformationsgesetzes

Die Einführung des Verbraucherinformationsgesetzes war einer der verbraucherpolitischen Kernerfolge der letzten Legislaturperiode. Der mündige Verbraucher hat erstmals einen gesetzlich geregelten Anspruch auf Informationen, die beispielsweise den Lebensmittelüberwachungsbehörden vorliegen. Eine erste Bilanz zeigt: 80 Prozent aller Anfragen werden kostenlos beantwortet, 70 Prozent der Anfragen fristgerecht – das ist verbraucherfreundlich und praxisnah! Wir werden das Gesetz auf seine Wirksamkeit überprüfen und bei Bedarf nachbessern. Mögliche Verbesserungen, die es zu diskutieren gilt:

- Die **Informationskultur des Gesetzes** weiter zu verbessern: Schwarze Schafe sollen künftig bei einem (wiederholten) Verstoß gegen das Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuch im Internet veröffentlicht werden.
- Die **Etablierung eines Internetportals** durch das Bundesverbraucherschutzministerium, in dem Verbraucher konzentriert und verständlich Informationen erhalten und Diskussionsprozesse zwischen den beteiligten Gruppen stattfinden können.

 **CDU/CSU FRAKTION IM DEUTSCHEN BUNDESTAG**

Herausgeber: CDU/CSU-Bundestagsfraktion

Peter Altmaier MdB

Stefan Müller MdB

11011 Berlin

Text: Arbeitsgruppe Ernährung, Landwirtschaft
und Verbraucherschutz

Foto: pixelio.de / Rolf van Melis