Organisation

Mitgliederversammlung

Vorstand

Vorsitzender:	Jörn Diers • Arbeitnehmerkammer
stellv. Vorsitzender:	Dr. Mario Domann-Käse • SPD
weitere Mitglieder:	Gunthild Meyer • DHB
	Klaus Möhle • Bündnis 90 / Die Grünen
	Alexander Tassis • CDU

Geschäftsführung

Irmgard Czarnecki

Betriebsrat

Arno Gottschalk

Abteilungen

Energie:	Manfred Heuer
	Raymond Krieger
	Ute Rigbers
	Ansgar Wissmann
Ernährung:	Theodora Plate
	Regina Aschmann
	Gertraud Huisinga
Finanzdienstleistung/	Arno Gottschalk
Bauen:	Birgit Funke
	Yalcin Sahinogullari
	Gabriele Zeugner
Infozentrum:	Brigitte Klinkerfuß
Personal/Finanzen:	Yalcin Sahinogullari
	Brigitte Tjarks
Verbraucherrecht:	Dr. Lovis Wambach
	Gabriele Zeugner
Beratungsstelle Bremerhaven:	Barbara Kratz
	Ursula Witting

Mitgliedsverbände:
SPD Landesorganisation Bremen • CDU Landesverband Bremen • Bündnis 90 / Die Grünen • DGB Kreis Bremen • Deutscher Hausfrauen-Bund e.V. • CGB Landesverband Bremen • Arbeitnehmerkammer Bremen • Mieterverein Bremen e.V. • Förderverein Schuldenberatung im Lande Bremen e.V. • Gewerkschaft NGG Weser Elbe

Impressum

Herausgeber	Verbraucherzentrale Bremen e.V. Altenweg 4 28195 Bremen
V.i.S.d.P.	Irmgard Czarnecki
Gestaltung	Hartmut Schwarz
Druck	generate Communications GmbH Otto-Brenner-Allee 28 28325 Bremen
auflage	150 Exemplare

verbraucherzentrale Bremen

Beratungszentrum Bremen
Altenweg 4
28195 Bremen
Tel. 0421 / 160 777
Fax 0421 / 160 77 80
eMail: info@vz-hb.de

Beratungsstelle Bremerhaven
Hafenstraße 117
27576 Bremerhaven
Tel. 0471 / 261 94
Fax 0471 / 20 70 00
eMail: infobhv@vz.hb.de

www.verbraucherzentrale-bremen.de

Jahresbericht 2007

Bauen • Ernährung • Verbraucherrecht • Finanzen • Energie
Wir bringen es auf den Punkt

verbraucherzentrale Bremen

Jahresbericht 2007

Verbraucher zahlen doppelt und dreifach...

Früher kostete ein Ortsgespräch bei der Post zwei Groschen – heute gibt es die Flatrate bei unzähligen Anbietern für einen Blauen – wer sie allerdings wirklich nutzt, fliegt raus. Für die Energieversorgung waren früher die Stadtwerke zuständig, die den Bürgern gehörten. Und während die Älteren den elterlichen Ruf „Licht aus!“ noch im Ohr haben, kam für die nachfolgende Generation lange Zeit der Strom fast umsonst aus der Steckdose. Energie wieder sparen lernen ist nicht leicht, wer es nicht lernt, den machen EON, RWE und Co. nicht nur arm, sondern noch ärmer.
Was also ist das (vorläufige) Resultat der Liberalisierung und Privatisierung, die den Verbrauchern den Himmel auf Erden versprochen haben?
Während die Verbraucherrechtsberatung sich jahrelang mit Gewinnspielen beschäftigen musste und sich zunehmend die Meinung verbreitete, wenn wir auch noch den letzten Verbraucher darüber aufgeklärt haben, dass das alles Betrug ist, werden wir langsam überflüssig, braute sich im Liberalisierungshimmel etwas zusammen, was sich in den folgenden Jahren geradezu sintflutartig über die Verbraucher ergoss: viele, viele Anbieter im Bereich Telekommunikation und Internet, jeder billiger als der andere mit undurchschaubaren seitenlangen kleingedruckten Verträgen, die das Papier nicht wert sind, auf dem sie stehen, unbestellte nervige Werbeanrufe - im Ergebnis mit untergeschobenen Verträgen, Abos im Internet, die man nicht abgeschlossen hat und eine beispiellose Dienstleistungswüste.
Dabei sind der Energie- und der Telekommunikationsbereich zwei Beispiele, wohin der Weg führt, wenn Liberalisierung ohne Verbraucher(schutz) stattfindet: Monopolistische Abzockerpreise (Gas und Strom) und ein beispielloses Über-den-Tisch-ziehen bis hin zu betrügerischen Machenschaften im Telekommunikationsbereich. Und der Verbraucher? Zahlt mal wieder doppelt und dreifach: Überhöhte Energiepreise, Steuern, über die die Verbraucherzentralen finanziert werden (die sich vor Beratungen nicht mehr retten können) und schließlich noch die kostenpflichtige Beratung in der Verbraucherzentrale, um aus betrügerischen Verträgen wieder heraus zu kommen. Effektiver Verbraucherschutz und sinnvolle Finanzierung der Verbraucherzentralen muss aber so aussehen: Öffentliche Kontrolle der Monopolpreise im Energiesektor, Steuermittel für die allgemeine Verbraucheraufklärung und Verursacherprinzip für die Beratung. Derjenige, der den Schaden verursacht, muss auch zahlen - und nicht derjenige, der den Schaden hat. Dass diese naheliegende und sich aufdrängende Lösung in der politischen Diskussion keine Rolle spielt, spricht für den Stellenwert des Verbraucherschutzes in dieser Gesellschaft.
Und nun hinab in die bremischen Niederungen: Wer ist in Bremen zumindest für die Medien die heiligste Kuh??? Werder Bremen. Als die Verbraucherzentrale zum - von Werder Bremen hoch gelobten und gefeierten - neuen Sponsor Citibank eine kritische Pressemitteilung mit der Überschrift „Sponsorengeld aus Wucherkrediten“ die Verbrauchersicht kundtat, erregte das zwar bundesweites Interesse, aber die Bremer saßen im Tal der Ahnungslosen, sprich, die Bremer Medien schwiegen die sittenwidrigen Praktiken der Citibank weitestgehend tot. Meinungsvielfalt? Fehlanzeige – weder im privaten noch im öffentlichen Sektor.
Und noch einmal Energiekosten: Im November bestätigte auch das Oberlandesgericht, dass die Gaspreiserhöhungen der swb von Oktober 2004 bis September 2006 wegen fehlender Vertragsgrundlage hinfällig sind. Nun geht es zum Bundesgerichtshof, wo schon die neue Vertragsklausel liegt, die die Verbraucherzentrale abgemahnt hat. Wo der Verbraucherschutz versagt, müssen die Gerichte ersatzweise Recht sprechen. Für die Bremer kam bisher nur Gutes dabei heraus – hoffen wir, dass der Bundesgerichtshof die Tradition fortsetzt.

Irmgard Czarnecki
Geschäftsführung

Baufinanzierung: Positive und negative Tendenzen

Der Baufinanzierungsmarkt befindet sich schon seit einigen Jahren in einem Umbruch. Dazu beigetragen haben zum einen Gesetzesänderungen, zum anderen aber auch neue Akteure am Markt. In der Tendenz lassen sich dabei sowohl positive, als auch bedenkliche Entwicklungen beobachten.

Positiv ist zunächst, dass Finanzierungen in Kombination mit Kapitallebensversicherungen kaum noch angeboten werden. Diese Produktlinie ist praktisch tot, seit der Gesetzgeber das Steuerprivileg für die Lebensversicherungen eingeschränkt hat. Mit Blick auf den Baufinanzierungsmarkt ist das zu begrüßen, da sehr viele Eigenheimerwerber mit solchen Finanzierungskombinationen viel Geld verloren haben.

Positiv ist weiterhin die zunehmende Flexibilität bei den klassischen Annuitätendarlehen. Sondertilgungen, die früher rundweg abgelehnt wurden, sind inzwischen ein Standard. Einige Anbieter ermöglichen überdies eine Änderung der laufenden Tilgungsquote. Neuerdings werden auch Verträge angeboten, die trotz vereinbarter Zinsbindung vom Darlehensnehmer gekündigt werden können, und zwar ohne Vorfälligkeitsentschädigung. Vereinzelt ist das sogar bei Forward-Darlehen möglich, die bis zu zwei Jahre im Voraus für die Anschlussfinanzierung abgeschlossen werden und die ohne Kündigungsmöglichkeit ein beträchtliches Spekulationsrisiko enthalten.

Hintergrund dieser Entwicklung ist die gewachsene Konkurrenz im Baufinanzierungsmarkt, für die vor allem Direktbanken und Direktvermittler gesorgt haben. Diese Konkurrenz drückt die Zinsen, was für die Darlehensnehmer erfreulich ist. Sie drückt aber auch die Margen der Banken, was zu Ausweichstrategien führt. Negativ fällt hier vor allem auf, dass immer mehr Banken dazu übergegangen sind, vornehmlich Finanzierungen zu empfehlen, bei denen nicht direkt getilgt, sondern erst ein Bausparvertrag vorfinanziert wird. Für die Bank bedeutet dies, dass sie nicht nur an den Zinsen des Darlehens verdient, sondern ihre Marge obendrein durch die Vermittlungsprovision für den Bausparvertrag aufgebessert wird. Die Zeche zahlt der Darlehensnehmer, der regelmäßig nicht erkennen kann, wie teuer solche Kombifinanzierungen wirklich sind.

Öffentlichkeitsarbeit 2007

Interviews	*Printmedien*	*317*
	Radio	*38*
	Fernsehen	*49*
Pressemitteilungen		*117*

NutzerInnen / Kontaktdaten 2007

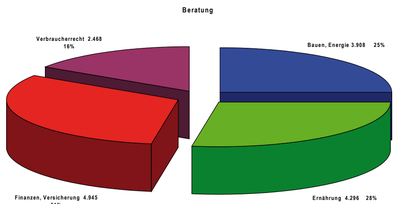
Webseite	*555.519 Besuche*
Fachauskünfte	*30.671*
Beratungen	*15.617*
Infozentrum	*3.093*
TeilnehmerInnen an Vorträgen	*3.174*
BesucherInnen bei Ausstellungen	*5.000*

„Riestern" für die Anbieter?

Die Riester-Rente ist nach dem Wegfall des Steuerprivilegs der Lebens- und Rentenversicherungen im Jahr 2005 zunehmend interessanter für die Finanzbranche geworden. Ob Banken, Sparkassen oder andere Finanzvermittler – alle wollen mit „Riester" ihre Provisionen steigern. Mittlerweile geht der Vertrieb verstärkt auf die Kunden zu, um zum Vertragsabschluss zu kommen. Die Produkte werden sozusagen mehr „verkauft" als „gekauft". Das heißt: Es ist zumeist nicht der Verbraucher, der aktiv wird und das beste Produkt auswählt. Sondern es ist der Vertrieb, der aktiv wird und auf Kundensuche geht. Für die Produzenten der „Riester"-Produkte – die Versicherungen und Investmentgesellschaften – ist daher klar: Um erfolgreich zu sein, kommt es nicht auf die Qualität des Produktes für den Vorsorgesparer an. Das Angebot muss vielmehr in erster Linie für den Vermittler interessant sein, mit anderen Worten: Die Provisionen müssen stimmen.

Die Folge ist, dass überwiegend vergleichsweise teure Riester-Verträge abgesetzt werden. Leider erkennen dies die Anleger nicht früh genug. Der Anbieter muss vor Vertragsabschluss zwar über die Kosten informieren. Diese Informationen sind jedoch so verklausuliert, dass kaum jemand sie wirklich versteht.
Oft öffnet dann erst die jährliche Abrechnung die Augen. Dann wird nämlich in Euro und Cent ersichtlich, wie viel von den Sparbeiträgen durch Abschluss-, Vermittlungs- und Verwaltungskosten verschlungen worden sind.

Wenn dann ein gesetzlich eingeräumter Produktwechsel in einen anderen, kostengünstigeren Vertrag erfolgen soll, kommt oft die nächste böse Überraschung. Möglicherweise können kaum oder nur geringe Ersparnisse in einen anderen geförderten Riester-Vertrag übertragen werden, weil neben der Gebühr für einen Produktwechsel noch Gebühren auf noch nicht eingezahlte Beträge für die Restlaufzeit entrichtet werden müssen. Bei Verträgen mit langer Laufzeit kann dies dazu führen, dass kaum oder gar kein Kapital in einen anderen Vertrag übertragen werden kann. In diesem Punkt, den hohen Kostenbelastungen, mehr Sensibilität zu schaffen, bleibt daher eine vorrangige Aufgabe für den Verbraucherschutz.



Grafik links:
Beratungsinhalte 2007

Finanzen, Versicherung 31%
Bauen, Energie 25%
Ernährung 28%
Verbraucherrecht 16%

100% = 15.617 Beratungen

Verbraucherrecht

Kunde wider Willen

Kunde werden wider Willen - das ist möglich, mittels slamming. Explosionsartig häuften sich im Jahre 2007 die Beschwerden der Verbraucher über Telekommunikationsanbieter. Diese setzen bei ihrer Kundenaquise zunehmend auf Call-Center, die wiederum mit ihrer Überrumpelungstaktik am Telefon ahnungslosen Verbrauchern Verträge unterschieben. Dabei werden Verbraucher ungebeten und überraschend angerufen (sogenanntes cold calling = Kaltaquise) und unter dem Vorwand, etwas gewonnen zu haben oder für die Zusendung von Informationsmaterialien über günstige Gesprächstarife um ihre persönlichen Daten gebeten. Anschließend werden sie mit einer Auftragsbestätigung und der Rechnung der Firma im Briefkasten überrascht. Manchmal lagen sogar Verträge im Briefkasten, ohne dass jemals ein Gespräch geführt worden war.

Diese ungenierten modernen Geschäftspraktiken sind auch unter dem Begriff slamming (abgeleitet vom englischen to slam für Zuschlagen) bekannt. Das Vorgehen der unseriösen Verbindungsnetzbetreiber verstößt gleich mehrfach gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG): gegen Irreführung, Belästigung und gegen das Abwerbeverbot. Diese Vorgehensweise des slamming stellt nicht nur eine erhebliche Beeinträchtigung des Wettbewerbs dar, sondern auch eine massive Behinderung des bisherigen und seriösen Anbieters. Die Politik reagiert bisher nur zögerlich und eher ablehnend, obwohl die Lösung dieses Verbraucherschutzproblems – sofern gewollt – auf der Hand liegt: telefonisch abgeschlossene Verträge müssten schriftlich bestätigt werden. Damit würde der wirtschaftliche Anreiz entfallen und das Problem hätte sich erledigt.

Jahresabschluss 2007

	2007 in Euro	2006 in Euro	Abweichung in Euro	zu 2006 in %
Einnahmen				
Eigeneinnahmen / vermischte Einnahmen	206.886	211.972	-5.086	-2,4
BMELV Projekt Ernährung	109.742	106.872	2.870	2,7
BMELV Projekt Wirtschaftlicher Verbraucherschutz	84.729	84.686	43	0,1
Senator f. Wirtschaft Bremen				
Institutionelle Zuwendung	276.175	277.934	-1.759	-0,6
Zuwendung Ernährungsberatung	107.825	106.066	1.759	1,7
Zuwendung des Magistrats der Stadt Bremerhaven	25.960	26.760	-800	-3,0
vzbv stationäre Energieberatung	8.620	7.685	935	12,2
Gemeinkosten-Einnahmen vzbv Projekte	1.530	1.087	443	40,8
sonstige Einnahmen	276	276	0	0,0
SUMME EINNAHMEN	**821.743**	**823.338**	**-1.595**	**-0,2**
Ausgaben				
Personalausgaben				
Institutionell	314.319	335.838	-21.519	-6,4
BMELV - Projekt Ernährung - Anteil Land	93.731	94.227	-496	-0,5
BMELV - Projekt Ernährung - Bund	101.053	101.053	0	0,0
BMELV - Projekt Wirtschaftlicher Verbraucherschutz	69.210	70.035	-825	-1,2
Summe Personalausgaben	**578.313**	**601.153**	**-22.840**	**-3,9**
Sächliche Verwaltungsausgaben				
Institutionell	192.530	194.279	-1.749	-0,9
BMELV - Projekt Ernährung - Anteil Land	10.508	11.839	-1.331	-11,2
BMELV - Projekt Ernährung - Bund	14.090	5.799	8.291	143,0
BMELV - Projekt Wirtschaftlicher Verbraucherschutz	15.338	14.569	770	5,3
Summe sächliche Verwaltungsausgaben	**232.467**	**226.486**	**5.981**	**2,6**
SUMME AUSGABEN	**810.780**	**827.639**	**-16.859**	**-2,1**

Tchibo-Haus unter der Lupe

Die Verbraucherzentrale Bremen bietet bereits seit einigen Jahren Beratungen zu bautechnischen Fragen sowie zu Bau- und Bauträgerverträgen an. Inzwischen hat sich das Team aus Architekten und Juristen nicht nur gehörigen Respekt bei den regionalen Bau- und Bauträgerfirmen verschafft. In 2007 wurde es von der Stiftung Warentest auch ausgewählt, um ein „Traumhaus" zu begutachten, dass über die Filialen von Tchibo angeboten wurde.

Das Ergebnis fiel so kritisch aus, dass von dem scheinbaren Schnäppchen nur dringend abzuraten war.
Ärgerlich für den Anbieter – aber gut für die Verbraucher, denen dieser Alp von einem Traumhaus erspart wurde.

Ernährung

Großes Sommerfest der weser*klasse*
Im Jahr 2007 wurde die Förderung für den Verein Nordlichter-Region Weserland mit seiner Lebensmittelmarke weser*klasse* vom Bundesverbraucherministerium abgeschlossen. Ziel der insgesamt 5 Förderjahre war es, die Vorteile und die Qualität regional erzeugter Lebensmittel, aber auch anderer Produkte und Dienstleistungen den VerbraucherInnen in der Region näher zu bringen. Deshalb richteten die Verbraucherzentrale und der ADFC Bremen im Juni ein großes Sommerfest am Bremer Dom aus, um die Lebensmittel-Marke weser*klasse* noch einmal einer breiten Öffentlichkeit vorzustellen.
An einem der heißesten Tage des Jahres präsentierten Landwirte und Lebensmittelverarbeiter den insgesamt 3000 BesucherInnen ihre Produkte, gab es viel Spaß mit den beiden Clowns Elvira & Luigi
sowie mit der Bremer Band „Jazzin Daddies", wurden Aktionen für Jung und Alt angeboten und fand ein Prominentenkochen im Rathaus statt, dessen Ergebnisse von den Promiköchen mit großem Vergnügen auf dem Sommerfest verteilt wurden. Der (damalige) Finanzsenator Dr. Ulrich Nußbaum, der niedersächsische Landwirtschaftsminister Hans-Heinrich Ehlen, Verbraucherzentralen-Chefin Irmgard Czarnecki, der oberste deutsche Tierschützer, Wolfgang Apel, der Fernseh-Journalist Klaus Haak, sowie die Vorsitzende des Nordlichter-Vereins, Karin Ellermann-Kügler, legten sich in der Küche des Rathaus mächtig ins Zeug. Unter Anleitung von Arnd Feye, Küchenchef des Ratskellers, entstanden köstliche Finger Foods, die viel schneller von den BesucherInnen der Sommerfestes verputzt als in der Küche hergestellt wurden. Aber das ist ja immer so.

Ekellachs
Bei Untersuchungen fällt immer wieder die schlechte hygienische Beschaffenheit von Räucherlachs-Produkten auf. Häufig sind sie vor Ablauf der Verbrauchsdaten verdorben und verkeimt, zu oft über die erlaubten Grenzwerte hinaus. Durch die regelmäßig nachgewiesenen Listerien sind schwere Erkrankungen möglich, so dass bestimmte Risikogruppen auf den Verzehr von Räucherlachs ganz verzichten sollten.
In einer bundesweiten Gemeinschaftsaktion haben die Verbraucherzentralen auf dieses Problem hingewiesen und Tipps veröffentlicht, wie man Räucherlachs ohne Risiko genießen kann. Dazu wurde von der Verbraucherzentrale Bremen u.a. die bundesweite Pressearbeit durchgeführt und ein Faltblatt mit weitergehenden Informationen erarbeitet.
Eine Untersuchung zahlreicher Lachsproben, die von den Verbraucherzentralen in Auftrag gegeben wurde, bestätigte auch im vergangenen Jahr die schlechte hygienische Qualität von Räucherlachs-Produkten. Erwartungsgemäß kam es zu heftigen Beschwerden der fischverarbeitenden Industrie über die Aktion der Verbraucherzentralen.
Und wie in (fast!) jedem Jahr: Kurse für übergewichtige Kinder und Erwachsene, Ausstellungen in Schulen, Seminare für ältere Menschen, Schulungen für Auszubildende, Projektarbeit bei „Bremen:kinder.leicht.gesund", Vorträge zu den verschiedensten Themen und zahlreiche Interviews für Presse, Funk und Fernsehen gab es natürlich auch 2007.
Ganz zum Schluss ein kleiner Rück- und ein größerer Ausblick:
Im Rahmen der Landesvereinigung für Gesundheit hat sich die Verbraucherzentrale die Qualität der Schulverpflegung dreier Schulen einmal genauer angesehen. Dieses Thema wird in den nächsten Jahren eine noch größere Bedeutung erfahren. Zu Recht.