

Ergebnisse des Auftaktworkshops

„Migranten und Verbraucherschutz in digitalen Märkten“

14.03.2014

Der Auftaktworkshop des Projekts „Migranten und Verbraucherschutz in digitalen Märkten“ wurde am 14. März 2014 in den Räumlichkeiten des Migrationsrates Berlin Brandenburg e.V. durchgeführt. Mit 55 Teilnehmern war die Veranstaltung sehr gut besucht. Teilnehmer waren Vertreter des Bundes und des Landes Berlin, verbraucherpolitische Sprecher des Berliner Abgeordnetenhauses, Vertreter von Verbraucherzentralen und Migrantenorganisationen sowie von sozialen Beratungseinrichtungen und Jugendorganisationen. Insgesamt 17 Migrantenorganisationen waren beim Auftaktworkshop vertreten.

In seiner Eröffnungsrede erwähnte Gerd Billen, Staatssekretär im Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz, zwei Gründe für die Durchführung des Auftaktworkshops: zum einen das Ziel der Chancengleichheit für Migranten in der digitalen Welt, zum anderen den Weltverbrauchertag am 15. März. Billen wies auf die elementaren Rechte der Verbraucher hin, die bereits von John F. Kennedy Anfang der 1960er Jahre proklamiert worden waren. Diese Rechte seien für alle Verbraucher – unabhängig welcher Herkunft – gültig. Gerd Billen reflektierte zusammenfassend Defizite im Bereich digitaler Märkte wie Cybermobbing, Datenschutz in sozialen Netzwerken, fehlende Transparenz bei Angeboten im Bereich Mobilfunk und erwähnte dabei als einen besonderen Erfolg des Verbraucherschutzes die „Button-Lösung“.

Eva Bell, Vorstand der Verbraucherzentrale Berlin, erläuterte in ihrem Vortrag neue Initiativen und Ansätze im Verbraucherschutz in der Einwanderungsgesellschaft. Sie schilderte die bisherigen Ansätze der Verbraucherzentralen und bereits existierenden Beratungsangebote der Verbraucherzentrale Berlin für die türkisch- und russischsprachige Zielgruppe und machte deutlich, dass eine Vor-Ort-Beratung mit Dolmetschern in Stadtbezirken mit hoher Migrationsdichte nicht wirtschaftlich sei. Aktuell findet diese Form der Beratung monatlich in Marzahn und Lichtenberg statt. Ergänzt werde sie durch die „Mentorenschulung zum zielgruppenorientierten

Verbraucherschutz“. Als Themenschwerpunkte der Beratungen nannte Eva Bell Abo-Fallen, Widerrufsmöglichkeiten bei verschiedenen Verträgen sowie Telekommunikation. Außerdem ging Bell auf die erhöhte Nutzung der Heimangebote im Bereich Telekommunikation bei Migranten und deren überhöhte Smartphone-Rechnungen ein.

Als Ziel des Projekts nannte Eva Bell, aus den Inputs der Workshops und den Ergebnissen der Marktchecks themenrelevante Verbraucherinformationen zu entwickeln. Abschließend stellte sie die Projektmitarbeiter Dr. Çiçek Bacik, Ünal Zeran, Metin Tarkan Öztürk und Ekaterina Quehl vor.

Mit einem Impulsreferat führte Irene Köhne, verbraucherpolitische Sprecherin der SPD-Fraktion im Abgeordnetenhaus von Berlin, in die Podiumsdiskussion mit Mitgliedern des Abgeordnetenhauses über den Stellenwert der Migranten in der Verbraucherpolitik ein. Köhne wies darauf hin, dass die Migranten eine inhomogene Gruppe sind und sich das Verbraucherverhalten je nach Alter, Herkunft, kultureller Unterschiede sowie Sprachbarriere unterscheidet. Sie plädierte für die Erstellung einer bundesweiten Datenbank, in der das Verbraucherverhalten unterschiedlicher Zielgruppen genauer erfasst werden kann, um gezielter auf deren Bedürfnisse reagieren zu können.

Podiumsdiskussion

An der Podiumsdiskussion beteiligten sich neben Irene Köhne auch Claudio Jupe, verbraucherpolitischer Sprecher der CDU-Fraktion, Dr. Turgut Altuğ, Sprecher für Naturschutz und Verbraucherschutz der Fraktion Bündnis90/Die Grünen, Dr. Klaus Lederer, verbraucherpolitischer Sprecher, Fraktion die Linken und Fabio Reinhardt, Sprecher für Integration der Piratenfraktion und Vorsitzender im Ausschuss für Digitale Verwaltung, Datenschutz und Informationsfreiheit im Berliner Abgeordnetenhaus. Die Teilnehmer der Podiumsdiskussion waren sich darüber einig, dass das Thema „Migranten und Verbraucherschutz in digitalen Märkten“ einer intensiven Forschung – möglichst auch wissenschaftlicher Begleitung – bedarf, dies jedoch aufgrund mangelnder Ressourcen schwer umzusetzen sei. Alle Teilnehmer des Podiums plädierten für eine stärkere Verbraucherbildung von Migranten in den digitalen Märkten und bekräftigten, dass die Dienstleistungen in diesem Bereich zu erweitern seien.

Irene Köhne unterstrich die große Bedeutung des ehrenamtlichen Engagements in der Verbraucherbildung. Köhne hob hervor, dass der Abbau der vorhandenen Barrieren bei der Verbraucherberatung von Migranten wichtig sei. Die Verbraucherbildung von Migranten sollte sich auf zwei Säulen stützen: Zum einen sollten Multiplikatoren die Verbraucherinformationen in die Communities tragen und zum anderen sollte der aufsuchende Verbraucherschutz ausgeweitet werden.

Claudio Jupe unterstützte Köhnes Standpunkt, dass das ehrenamtliche Engagement bei der Verbraucheraufklärung eine wichtige Rolle spiele. Er betonte, dass die finanziellen Mittel für die Verbraucherzentrale in den letzten Jahren erhöht wurden. Weitere Mittel seien angesichts des verschuldeten Berliner Haushalts schwer durchsetzbar. Sein Fazit lautete: „Bildung, Forschung, Geld“.

Der Abgeordnete von Bündnis 90/Die Grünen Turgut Altuğ sprach von der Notwendigkeit, die Migrantenorganisationen bei der Verbreitung von Informationen einzubeziehen. Altuğ berichtete über die bereits gestellten Anträge seiner Fraktion für die Verbraucherbildung. Altuğ vertrat die Ansicht, dass die Aufklärung der Migranten als Verbraucher nicht nur ein soziales Problem sei und dass die Unternehmen auch für die Bildung herangezogen werden sollten.

Klaus Lederer empfahl alle Ressourcen (und nicht nur von Hamburg, Berlin und Bremen) in diesem Bereich zusammenführen, um danach Synergieeffekte für andere Zielgruppen zu nutzen. Er betonte die Notwendigkeit zusätzlicher finanzieller Mittel für solche Projekte und war davon überzeugt, dass diese Mittel sowohl beim Bund als auch beim Land zu finden seien.

Fabio Reinhardt von der Piratenpartei forderte, zunächst herauszufinden, welchen inhaltlichen Beratungsbedarf Migranten haben. Er unterstützte den Vorschlag einer Forschungsdatenbank und verwies auf den in Wien erhobenen und genutzten Vielfaltsmonitor.

Reaktionen aus dem Publikum auf die Podiumsdiskussion

Mustafa Doğanay, Sprecher des Türkischen Bundes in Berlin-Brandenburg e.V. und AWO-Mitarbeiter erklärte, er habe nur eine halbe Stelle als AWO-Mitarbeiter. Vereinen und Beratungszentren fehlten sowohl die Zeit als auch das Personal, um die Beratung von Migranten zu spezifischen Themen durchführen zu können. Er kritisierte die politischen Vertreter, eine so wichtige Aufgabe wie die Verbraucherbildung von Migranten auf die Schulter von ehrenamtlich engagierten Personen zu laden.

Beata Waldek, Arbeit und Leben e.V. DGB/VHS, nahm ebenfalls Bezug auf die mangelnden Kapazitäten der Vereine, die beratend tätig sind. Sie betonte, dass DGB/VHS insgesamt 4 Beratungsstellen in Berlin in 10 Sprachen anbietet. Waldek sprach sich für die Erweiterung der Leistungen von Beratungsstellen aus. Da aber überall bei sozialen Beratungsstellen Personalmangel herrsche, sollte die Verbraucheraufklärung primär bei den Verbraucherzentralen angesiedelt bleiben.

Dr. Hans Willi Weizen, Referatsleiter in der Senatsverwaltung für Justiz und Verbraucherschutz, verwies darauf, dass die jährliche Fördersumme für Verbraucherschutz in Berlin nach einer drastischen Kürzung im Jahr 2004 in den letzten Jahren angehoben wurde.

Ergebnisse aus den Workshops

Fragestellungen in den drei Workshops:

Internet/Radio und Fernsehen, Datenschutz und Mobilfunk und Festnetz:

1. Welche wesentlichen Probleme gibt es aus verbraucherrechtlicher Sicht bei Migranten?
2. Was könnten wichtige Lösungsmöglichkeiten sein?
3. Wie können Verbraucherinformationen an die Zielgruppen herangetragen werden?

Workshop „Internet/Radio und Fernsehen“

Acht Teilnehmer nahmen an diesem Workshop teil. Als wesentliche Probleme bei Migranten sahen die Teilnehmer die Unübersichtlichkeit der Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) und schwer nachvollziehbare Nutzungsbedingungen beim Online-Handel. Aufgrund der fehlenden Repräsentanz in öffentlich-rechtlichen Fernseh- und Radiosendern wichen Migranten auf Sender der früheren Heimat aus. Als Hauptproblem wurden fehlende Kommunikationskanäle, über die bereits vorhandene Informationen an die Zielgruppe transportiert werden können, gesehen. Die Teilnehmer haben folgende Lösungen vorgeschlagen: vielfältige Angebote und mehr Diversität in Massenmedien sowie striktere Kontrollen mit Sicherheitschecks und Zertifizierung von Unternehmen (nach Verbraucherfreundlichkeit), Einführung von „Marktwächtern“ und verbraucherfreundliche Gesetzen. Aus der Sicht der Teilnehmer können Verbraucherinformationen direkt über Vereine, religiöse Einrichtungen sowie über (digitale) Medien und soziale Netzwerke an diese Zielgruppen herangetragen werden.

Workshop „Datenschutz“

Fünf Teilnehmer besuchten diesen Workshop. Als wesentliche Probleme bezüglich des Datenschutzes in digitalen Märkten wurden bei Migranten ein unbesorgter Umgang mit eigenen Daten sowie fehlende Kenntnisse über Missbrauch von persönlichen Daten im Internet gesehen. Die Lösungsvorschläge für solche Probleme erstrecken sich von der Einführung des Verbraucherschutzes als Schulfach bis hin zur Verfassung leicht verständlicher, optisch ansprechender themenspezifischer Materialien. Als ein Übermittlungsweg wurde die Nutzung migrantenspezifischer Massenmedien vorgeschlagen. Ferner sollten die Datenschutzbeauftragten der Bundesländer auf das Projekt aufmerksam gemacht werden.

Workshop „Mobilfunk und Festnetz“

Der Workshop wurde von 14 Teilnehmern besucht. Die von den Teilnehmern beschriebenen Probleme lassen sich in drei Gruppen kategorisieren: vertragsrechtliche Probleme, Informationsdefizite sowie Zugangsbarrieren.

Als mögliche Lösungen der kategorisierten Probleme schlugen die Teilnehmer eine Vereinfachung der AGBs, die Zusammenarbeit mit Migrantenorganisationen sowie Prävention in Schulen vor. Verbraucherinformationen sollten außerdem generationsabhängig vermittelt werden: Während die erste Generation mündlich informiert werden müsse, reichten der 2. und 3. Generation Internettexpte mit muttersprachlichen Zusatzinformationen. Die vierte Generation käme mit übersetzten Musterbriefen zurecht. Allgemeinbildung allein sei keine Lösung, da auch Akademiker von den Problemen im Bereich Mobilfunk und Festnetz betroffen sind.