



ConPolicy
Institut für Verbraucherpolitik

13. Dezember 2021

Organisation des Verbraucherschutzes in ausgewählten europäischen Ländern

Übersicht und Auswertung

Erstellt im Auftrag von:

Bundesministerium
Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz
Stubenring 1 A
1010 Wien
Österreich

durch:

ConPolicy GmbH
Institut für Verbraucherpolitik
Friedrichstr. 224
10969 Berlin
www.conpolicy.de

Autoren:

Dr. Otmar Lell
Prof. Dr. Christian Thorun

Zusammenfassung

Im Auftrag des Bundesministeriums Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz der Republik Österreich wurden verschiedene **Organisationsmodelle des Verbraucherschutzes** aufbereitet.

Ziel des Projektes war es, anhand von **erfolgreichen Beispielen aus dem europäischen Umfeld Rückschlüsse für die künftige Ausrichtung des Verbraucherschutzes in Österreich zu ermöglichen.**

Die Darstellung konzentriert sich auf die Struktur und Aufgabenwahrnehmung von vier Konsumentenschutzeinrichtungen:

- **Which?** (Großbritannien)
- **Altroconsumo** (Italien)
- **Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) und Verbraucherzentralen** (Deutschland)
- **Konsumentverket** (Schweden)

Die auf der folgenden Seite wiedergegebene **Übersicht** gibt einen Überblick über die Aufgabenprofile der unterschiedlichen Konsumentenschutzeinrichtungen.

Die unterschiedlichen Organisationsformen werden anschließend daraufhin **ausgewertet, auf welche Weise sie zu einer erfolgreichen Aufgabenwahrnehmung im Verbraucherschutz beitragen.** Grundlage der Auswertung ist ein **Stakeholderworkshop**, den das Bundesministerium Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz der Republik Österreich am 10.11.2021 unter Beteiligung von Vertreter*innen der untersuchten Konsumentenschutzeinrichtungen veranstaltet hat.

Der Stakeholderworkshop hat gezeigt, dass Verbraucherschutz nur dann erfolgreich ist, wenn folgende **Bedingungen** erfüllt sind:

- Die Verbraucherarbeit deckt durch **umfassende Leistungen in den Bereichen Beratung, Information und Rechtsdurchsetzung** zentrale Verbraucherbedürfnisse ab.
- Es existieren **geeignete Verfahren, um die Verbraucherbedürfnisse unterschiedlicher, auch vulnerabler Verbrauchergruppen zu identifizieren** und passende Angebote zu entwickeln.
- Die **Stimme der Verbraucher wird im politischen Prozess auf Augenhöhe** eingebracht.
- Verbraucherschutzorganisationen tragen zu einem **verbraucherfreundlichen Angebot der Wirtschaft** bei.

Diese Erfolgsbedingungen werden **von allen untersuchten Konsumentenschutzeinrichtungen umgesetzt.** Bei den ersten beiden Erfolgsbedingungen ist die Umsetzung in allen Organisationen ähnlich. Bei den zwei letztgenannten Erfolgsbedingungen verfolgen die beiden mitgliederschaftlich finanzierten Verbände ähnliche Strategien, die beiden staatlich finanzierten Konsumentenschutzeinrichtungen unterscheiden sich hiervon und auch untereinander deutlich.

Übersicht: Aufgabenprofile der untersuchten Verbraucherverbände und Verbraucherbehörden

Untersuchte Aspekte		Organisationen und Länder			
		Which? (UK)	Altroconsumo (I)	vzbv und VZ (D)	Konsumentverket) (SE)
Organisationsform					
Rechtsform		Gemeinnützige Organisation mit Unternehmenstochter	Gemeinnützige Organisation mit Unternehmenstochter	Privatrechtliche Vereine	Behörde
Finanzierung	Umsatz/Budget 2020 ¹	107,2 Mio. €	53,7 Mio. €	150 Mio. € ²	17,9 Mio. €
	Budget pro Kopf ¹	./.	./.	1,8 €	1,7 €
	Überwiegende Herkunft der Finanzmittel	Mitgliederbeiträge	Mitgliederbeiträge	Staatshaushalt	Staatshaushalt
Primäre Aufgaben					
Direkte Leistungen für Verbraucher	Information und Beratung				
	Vergleichende Warentests				
	Vermittlung von verbraucherfreundlichen Angeboten				
Angebote für Unternehmen	Siegel für verbraucherfreundliche Produkte und Dienstleistungen				
	Empfehlung getesteter Händler				
Aufgaben zur Stärkung des Verbraucherschutzes in der Gesellschaft	Rechtsdurchsetzung				
	Politische Interessenvertretung				
	Koordinierung der Mitglieder				
	Fortbildung von Verbraucherberater*innen				
	Verbraucherbeteiligung				
	Marktbeobachtung				

Legende:



Aufgabe wird von der Organisation wahrgenommen.

¹ Beim Vergleich ist zu beachten, dass in allen Ländern weitere Verbraucherschutzaufgaben von anderen staatlichen und privaten Stellen wahrgenommen werden.

² Finanzmittel vzbv: 44,1 Mio. €, Finanzmittel Verbraucherzentralen: ca. 105 Mio. €. Quelle: vzbv – Zahlen für Verbraucherzentralen sind geschätzte Werte für 2019/2020.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	5
1.1 Hintergrund	5
1.2 Zielsetzung des Beratungsprojekts von ConPolicy	5
1.3 Vorgehensweise	5
2. Verbraucherschutzorganisationen in Europa	7
2.1 Organisationsmodelle des Verbraucherschutzes	7
2.2 Auswahl beispielhafter Verbraucherorganisationen im Rahmen dieses Vorhabens	8
2.3 Weiterer Gang der Untersuchung	8
3. Großbritannien: Which?	9
3.1 Überblick über die Organisation des Verbraucherschutzes in Großbritannien	9
3.2 Trägerschaft und Finanzierung von Which?	11
3.3 Leistungen von Which? für Verbraucher*innen	13
3.4 Gewährleistung der Unabhängigkeit	14
3.5 Durchsetzung des Verbraucherrechts	16
3.6 Empirische Absicherung der Arbeit	17
4. Italien: Altroconsumo	18
4.1 Überblick über die Organisation des Verbraucherschutzes in Italien	18
4.2 Trägerschaft und Finanzierung von Altroconsumo	19
4.3 Leistungen von Altroconsumo für Verbraucher*innen	21
4.4 Gewährleistung der Unabhängigkeit	21
4.5 Durchsetzung des Verbraucherrechts durch Altroconsumo	22
4.6 Empirische Absicherung der Arbeit	24
5. Deutschland: Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (vzbv)	25
5.1 Überblick über die Organisation des Verbraucherschutzes	25
5.2 Trägerschaft und Finanzierung des vzbv	27
5.3 Leistungen von vzbv und Verbraucherzentralen für Verbraucher*innen	29
5.4 Gewährleistung der Unabhängigkeit der Arbeit des vzbv	30
5.5 Durchsetzung des Verbraucherrechts durch den vzbv	30
5.6 Empirische Absicherung der Arbeit von vzbv und Verbraucherzentralen	31
6. Schweden: Konsumentverket	33
6.1 Überblick über die Organisation des Verbraucherschutzes in Schweden	33
6.2 Trägerschaft und Finanzierung von Konsumentverket	35
6.3 Leistungen von Konsumentverket für Verbraucher*innen	37
6.4 Gewährleistung der Unabhängigkeit	38
6.5 Durchsetzung des Verbraucherrechts	38

6.6	Empirische Absicherung der Arbeit	41
7.	Auswertung	42
7.1	Aufgabenwahrnehmung in den Bereichen Beratung, Information und Rechtsdurchsetzung	43
7.2	Verfahren zur Identifikation der Bedürfnisse aller Verbrauchergruppen	44
7.3	Politische Interessenvertretung	46
7.4	Förderung eines verbraucherorientierten Angebots der Wirtschaft	47
8.	Fazit	49
	Anhang: Agenda des Stakeholderworkshops vom 10.11.2021	50

1. Einleitung

1.1 Hintergrund

Das Regierungsprogramm 2020-2024 der österreichischen Bundesregierung sieht eine „Evaluierung der Struktur und Tätigkeit des VKI“ vor, „um auf dieser Grundlage die Finanzierung der Tätigkeit des VKI durch den Bund sowie durch andere öffentliche und private Mitglieder auf geeignete und dauerhafte Weise sicherzustellen. Im Sinne einer dauerhaften und professionellen Lösung im Interesse der österreichischen Konsumentinnen und Konsumenten und deren berechtigten Anliegen soll dies so rasch wie möglich geschehen, der VKI wird eingebunden und wirkt entsprechend mit“.³

Als Grundlage für die vorgesehene Evaluierung von Struktur und Tätigkeit des Vereins für Konsumenteninformation (VKI) ist es erforderlich, strategische, finanzielle und institutionelle Optionen für die Aufgabenwahrnehmung des Verbraucherschutzes aufzubereiten und hieraus Schlüsse für die spezifische Situation in Österreich zu ziehen. Als Vergleichsmaßstab kommen hierfür andere Verbraucherorganisationen, vornehmlich im Kreis der EU-Mitgliedstaaten, in Betracht.

1.2 Zielsetzung des Beratungsprojekts des ConPolicy-Instituts

Das ConPolicy-Institut für Verbraucherpolitik wurde vor diesem Hintergrund vom Bundesministerium Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz der Republik Österreich beauftragt, **erfolgreiche Beispiele zur Organisation des Verbraucherschutzes im europäischen Umfeld aufzubereiten.**

Ziel des Projektes ist es, aus diesen Good Practice-Beispielen Rückschlüsse für die künftige Ausrichtung des Verbraucherschutzes in Österreich zu ziehen.

1.3 Vorgehensweise

Die Leistungen von ConPolicy umfassen folgende Schritte:

- **In einem ersten Schritt** wurden gemeinsam mit dem Bundesministerium Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz **vier geeignete Konsumentenschutzeinrichtungen** aus dem europäischen Umfeld für eine genauere Untersuchung identifiziert, nämlich **Which? aus Großbritannien, Altroconsumo als Italien, der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) aus Deutschland und die Verbraucherbehörde Konsumentverket aus Schweden.**
- **Im zweiten Schritt** wurden **Organisationsform und Arbeitsweise der Verbraucherorganisationen** anhand ihrer im Internet verfügbaren Selbstdarstellungen sowie ergänzender Literaturanalyse und Experteneinschätzungen dargestellt (vgl. die nachfolgende Übersicht in den Kapiteln 3 bis 6).

³ Die Neue Volkspartei, Die Grünen – Die Grüne Alternative, Aus Verantwortung für Österreich. Regierungsprogramm 2020-2024, S. 39. Abgerufen von <https://www.bundeskanzleramt.gv.at/bundeskanzleramt/die-bundesregierung/regierungsdokumente.html> (08.09.2021).

- **Im dritten Schritt** wurde am 10.11.2021 ein **Stakeholderworkshop** durchgeführt, bei dem Vertreter*innen der untersuchten Konsumentenschutzeinrichtungen ihre Organisationsform und Arbeitsweise darstellten und in einer Podiumsdiskussion die Erfolgsbedingungen ihrer Arbeit herausarbeiteten. Der Stakeholderworkshop wurde in einem digitalen Format durchgeführt. Teilnehmer*innen waren Vertreter*innen des österreichischen Nationalrats, der Ministerien und Stakeholder*innen der österreichischen Verbraucherpolitik. Die Agenda des Stakeholderworkshops ist im *Anhang* aufgeführt.
- **Im vierten Schritt** wurden die **Ergebnisse des Stakeholderworkshops ausgewertet**. Die zusätzlich gewonnenen Informationen wurden in die nachfolgenden Übersichtsdarstellungen eingearbeitet (vgl. Kapitel 3 bis 6); ferner wurden die in der Podiumsdiskussion benannten Erfolgsbedingungen für Konsumentenschutzeinrichtungen herausgearbeitet und die Art und Weise der Erfüllung dieser Erfolgsbedingungen in den verschiedenen Verbraucherschutzeinrichtungen beschrieben (vgl. die Auswertung in Kapitel 7).
- **Im fünften und letzten Schritt** werden die **Projektergebnisse in Berichtsform zusammengefasst**.

2. Verbraucherschutzorganisationen in Europa

2.1 Organisationsmodelle des Verbraucherschutzes

Die Organisationsmodelle des Verbraucherschutzes in Europa lassen sich nach Modellen unterscheiden, die von **Einzelmitgliedern (Verbraucher*innen) finanziert** werden, und nach Modellen, die **staatlich finanziert** werden.

Gleichzeitig lassen sich **behördliche und privatrechtliche Organisationsformen** unterscheiden. Dies ist nicht identisch mit der Frage der Finanzierung, weil es einige Einrichtungen gibt, die zwar staatlich finanziert werden, aber dennoch in Form privatrechtlicher Verbände (vzbv) oder (in Großbritannien) in Form von Wohltätigkeitsorganisationen (Charities) organisiert sind. In Skandinavien ist dagegen die staatliche Finanzierung auch mit einer Einbindung der Konsumentenschutz-einrichtungen in den Staatsapparat verbunden. Die nachfolgende Übersicht veranschaulicht diese unterschiedlichen Organisationsmodelle exemplarisch anhand einiger europäischer Verbraucherschutzinstitutionen.

Allerdings ist Vorsicht geboten, von den einzelnen Verbraucherschutzinstitutionen Rückschlüsse auf das **System des Verbraucherschutzes** insgesamt zu ziehen. Denn auch dort, wo es staatliche Verbraucherschutzinstitutionen gibt, sind parallel auch Verbraucherschutzverbände aktiv; außerdem gibt es etwa in Großbritannien, wo mit Which? eine starke mitgliederbasierte Verbraucherschutzorganisation existiert, parallel auch Verbraucherschutzbehörden (CMA) und zusätzlich eine starke öffentlich finanzierte Verbraucherorganisation (Citizens Advice).

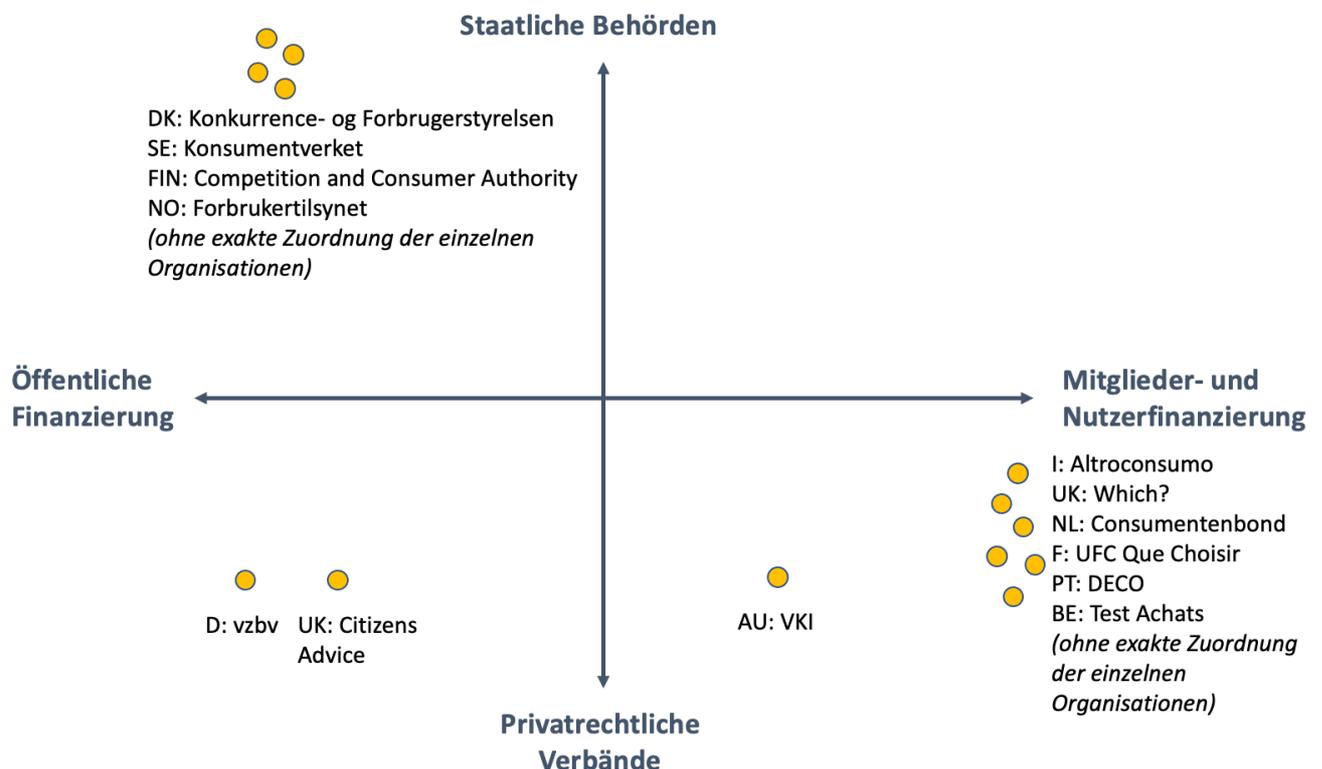


Abbildung 1: Organisationsformen des Verbraucherschutzes in Europa am Beispiel einzelner Einrichtungen. Quelle: ConPolicy, eigene Darstellung.

2.2 Auswahl beispielhafter Verbraucherorganisationen im Rahmen dieses Vorhabens

Im Rahmen dieses Vorhabens sollten drei bis fünf Verbraucherorganisationen aus dem europäischen Umfeld **beispielhaft untersucht** werden. Für diese beispielhafte Untersuchung wurde aus der großen Zahl europäischer Verbraucherorganisationen zunächst eine **Auswahl** getroffen.

Kriterien der Auswahl waren:

- **Abdeckung einer Breite unterschiedlicher Organisationsformen** von staatlich finanzierten und mitgliederfinanzierten Modellen
- **umfassende Aufgabenwahrnehmung** im Verbraucherschutz
- **summarischer Eindruck einer erfolgreichen Aufgabenwahrnehmung**

Die ersten beiden Kriterien wurden anhand der von den Konsumentenschutzeinrichtungen berichteten Organisationsmodelle und Aufgabenprofile sowie ergänzender Literaturanalyse überprüft, das dritte Kriterium anhand von Experteneinschätzungen aus dem Kreis europäischer Verbraucherschutzinstitutionen.

Im Ergebnis wurden von ConPolicy in Abstimmung mit dem Bundesministerium Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz **vier Konsumentenschutzinstitutionen** für die nähere Analyse ausgewählt, nämlich

- **zwei primär mitgliederbasierte Konsumentenschutzinstitutionen**, konkret **Which? aus Großbritannien** und **Altroconsumo aus Italien**, sowie
- **zwei staatlich finanzierte Konsumentenschutzinstitutionen**, konkret **der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv)** und die **Verbraucherschutzbehörde Konsumentverket aus Schweden**.

2.3 Weiterer Gang der Untersuchung

Im Folgenden werden **Organisationsform und Arbeitsweise dieser vier Konsumentenschutzinstitutionen nach einem einheitlichen Schema** dargestellt:

- Zunächst wird ein **Überblick über die jeweilige verbraucherpolitische Institutionenlandschaft** gegeben.
- Sodann werden **folgende Merkmale** dargestellt:
 - Trägerschaft und Finanzierung,
 - Leistungen für Verbraucher*innen,
 - Gewährleistung der Unabhängigkeit,
 - Durchsetzung des Verbraucherrechts und
 - empirische Absicherung der Arbeit.

3. Großbritannien: Which?

3.1 Überblick über die Organisation des Verbraucherschutzes in Großbritannien

Die Verbraucherschutzlandschaft in Großbritannien ist vielfältig und befand sich in den letzten Jahrzehnten stark im Wandel. Behördliche und zivilgesellschaftliche Aufgabenwahrnehmung ergänzen sich. Die nachstehende Übersicht veranschaulicht die verbraucherpolitischen Institutionen in Großbritannien. Einige zentrale Behörden und Verbraucherorganisationen werden im Folgenden konkreter dargestellt.

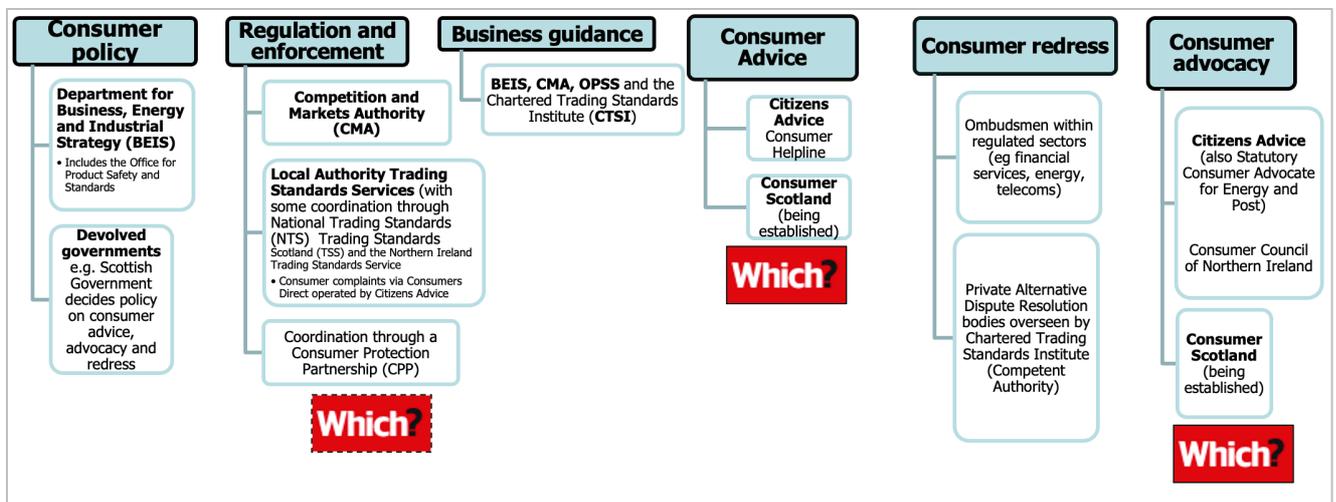


Abbildung 2: Verbraucherpolitische Institutionenlandschaft in Großbritannien und die Rolle von Which? Quelle: Which?, Präsentation anlässlich des Stakeholderworkshops "Organisation des Verbraucherschutzes in ausgewählten europäischen Ländern" am 10.11.2021.

3.1.1 Behördliche Aufgabenwahrnehmung im Verbraucherschutz

Bis 2014 war das Office of Fair Trading (OFT) die zentrale Wettbewerbs- und Verbraucherschutzbehörde in Großbritannien. Durch den Enterprise Act des Jahres 2002 wurde die Arbeit des OFT mit der zivilgesellschaftlichen Arbeit von Verbraucherorganisationen verknüpft: Registrierten Verbraucherorganisationen – darunter auch Which? – wurde das Recht zuerkannt, einen „Supercomplaint“ beim OFT oder anderen Behörden einzureichen, wenn eine Geschäftspraxis oder eine Marktstruktur die Interessen der Verbraucher*innen erheblich beeinträchtigt. Die zuständige Behörde ist dann verpflichtet, der Beschwerde nachzugehen und eine Untersuchung zu der vorgetragenen Beeinträchtigung von Verbraucherinteressen durchzuführen.

2014 wurde das OFT aufgelöst. Hintergrund war die Wahrnehmung, dass die Untersuchungen des OFT zu wenig konkrete Folgen gehabt hätten.⁴ Die Aufgaben des OFT wurden auf verschiedene andere Behörden übertragen, insbesondere auf die Competition & Market Authority (CMA) und die Financial Conduct Authority (FCA).

⁴ https://en.wikipedia.org/wiki/Office_of_Fair_Trading (3.11.2021).

Diese Behörden sowie spezialisierte Regulierungsbehörden für einzelne Märkte (Energie, Telekommunikation, Wasser, Gesundheitsdienstleistungen u. a.) sind weiterhin Ansprechpartner für Verbraucherrechts- und Wettbewerbsverstöße, führen Untersuchungen durch und stellen Rechtsverstöße ab.⁵

3.1.2 Verbände im Verbraucherschutz

Which?

Which? ist die größte mitgliederbasierte Verbraucherorganisation in Großbritannien. Im Berichtszeitraum des Jahres 2020/2021 hatte Which? 613.000 Abonent*innen.⁶

Die Leistungen von Which? in Form von Beratungen, Testergebnissen, Dienstleistungen und Produkten richten sich primär an die Abonent*innen. Which? setzt sich darüber hinaus durch Kampagnen und Interessenvertretung politisch für Verbraucherinteressen ein.

Citizens Advice

Unter den übrigen Verbraucherorganisationen in Großbritannien ist wegen des Umfangs ihrer Arbeit vor allem Citizens Advice erwähnenswert. Citizens Advice ist nicht mitgliederbasiert, überwiegend staatlich finanziert und nimmt soziale Aufgaben vorrangig durch Informations- und Beratungsleistungen wahr.

Citizens Advice bearbeitet teilweise klassische Verbraucherschutzthemen; darunter fällt etwa die Unterstützung von Verbraucher*innen bei Beschwerden gegen Unternehmen, Energieberatung oder Schuldnerberatung.⁷ Teilweise reichen die Aufgaben von Citizens Advice aber auch in den Bereich von Bürgerrechten, etwa bei der Unterstützung von Zeug*innen vor Gericht.

Citizens Advice engagiert sich auch politisch und setzt sich durch Super-Complaints für die Interessen von Verbraucher*innen ein.⁸

Das Jahresbudget von Citizens Advice im Berichtszeitraum 2019/2020 betrug 139,1 Millionen britische Pfund (£), entsprechend 163,2 Millionen Euro (€), also noch erheblich mehr als der Umsatz von Which? (91,2 Millionen £, vgl. Abschnitt 3.2.2).

⁵ <https://www.gov.uk/guidance/tell-the-cma-about-a-competition-or-market-problem>;
<https://www.gov.uk/government/publications/what-are-super-complaints/what-are-super-complaints>
(3.11.2021).

⁶ Which? (2021), Annual report 2020/2021, S. 12; abgerufen von <https://www.which.co.uk/about-which/company-info/which-annual-reports> (3.11.2021).

⁷ Citizens Advice, Annual report 2019/2020. Abgerufen von <https://www.citizensadvice.org.uk/Global/CitizensAdvice/Governance/Annual%20Report-2019-20.pdf> (3.11.2021).

⁸ <https://www.citizensadvice.org.uk/about-us/our-work/policy/policy-research-topics/consumer-policy-research/consumer-policy-research/excessive-prices-for-disengaged-consumers-a-super-complaint-to-the-competition-and-markets-authority/> (3.11.2021).

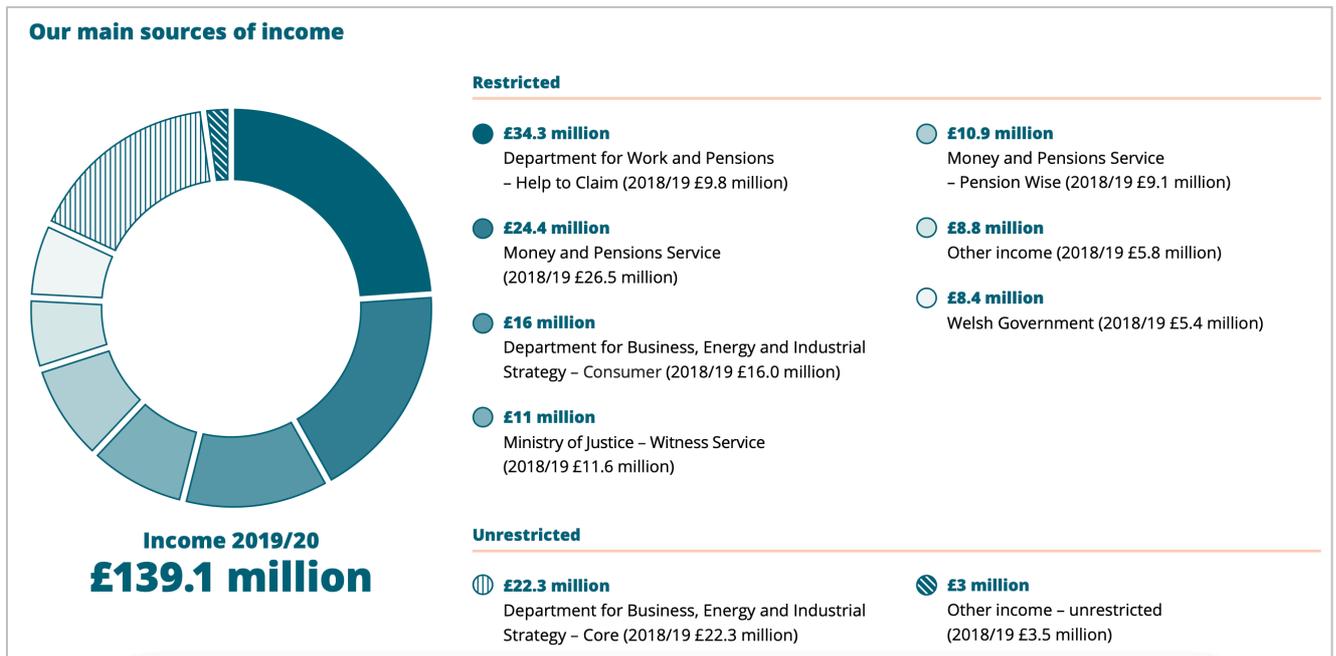


Abbildung 3: Budget von Citizens Advice. Quelle: Citizens Advice.⁹

3.2 Trägerschaft und Finanzierung von Which?

3.2.1 Trägerschaft

Which? besteht aus verschiedenen, miteinander verbundenen Gesellschaften (vgl. Abbildung auf der folgenden Seite).

Muttergesellschaft der Which? Gruppe ist die **Consumers' Association**, eine eingetragene Wohltätigkeitsorganisation. Die Consumers' Association wird von einem Treuhänderrat geleitet und ist alleiniger Eigentümer der Handelsgesellschaft Which? Limited.

Der fünfzehnköpfige Council of Trustees (Rat der Treuhänder) der Consumers' Association ist das oberste Leitungsgremium der Wohltätigkeitsorganisation und der Which? Gruppe als Ganzes. Die Treuhänder sind dafür verantwortlich, die Strategie für die Gruppe festzulegen, damit die Wohltätigkeitsorganisation ihren gemeinnützigen Zweck erfüllen kann und die Umsetzung dieser Strategie zu überwachen und zu kontrollieren, um den anhaltenden Erfolg der Which? Gruppe zu gewährleisten.

Which? Limited ist die hundertprozentige Tochtergesellschaft der Consumers' Association, ein eingetragenes kommerzielles Unternehmen. Sie generiert die Einnahmen der Gruppe, die es ihr ermöglichen, ihre zahlreichen Produkte und Dienstleistungen für und mit den britischen Verbraucher*innen anzubieten.

Der Vorstand von Which? Limited bestimmt und überwacht die kommerzielle Ausrichtung von Which? Limited im Rahmen der Strategie, der Vision und der Werte der Gruppe mit dem Ziel, eine langfristige und nachhaltige finanzielle Rendite für die Wohltätigkeitsorganisation zu erzielen. Beim Vorstand liegt auch die operative

⁹ Citizens Advice (2020), Annual report 2019/2020 (s. Fn. 7), S. 44.

Verantwortung für die zahlreichen Zeitschriften und digitalen Angebote von Which? Limited. Der Vorstand von Which? Limited wird vom Rat der Treuhänder ernannt.

Financial Services Limited ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft von Which? Limited. Sie führt das Finanzdienstleistungsgeschäft von Which? durch.

Das Which? Financial Services Board koordiniert die Tätigkeit der Financial Services Limited.

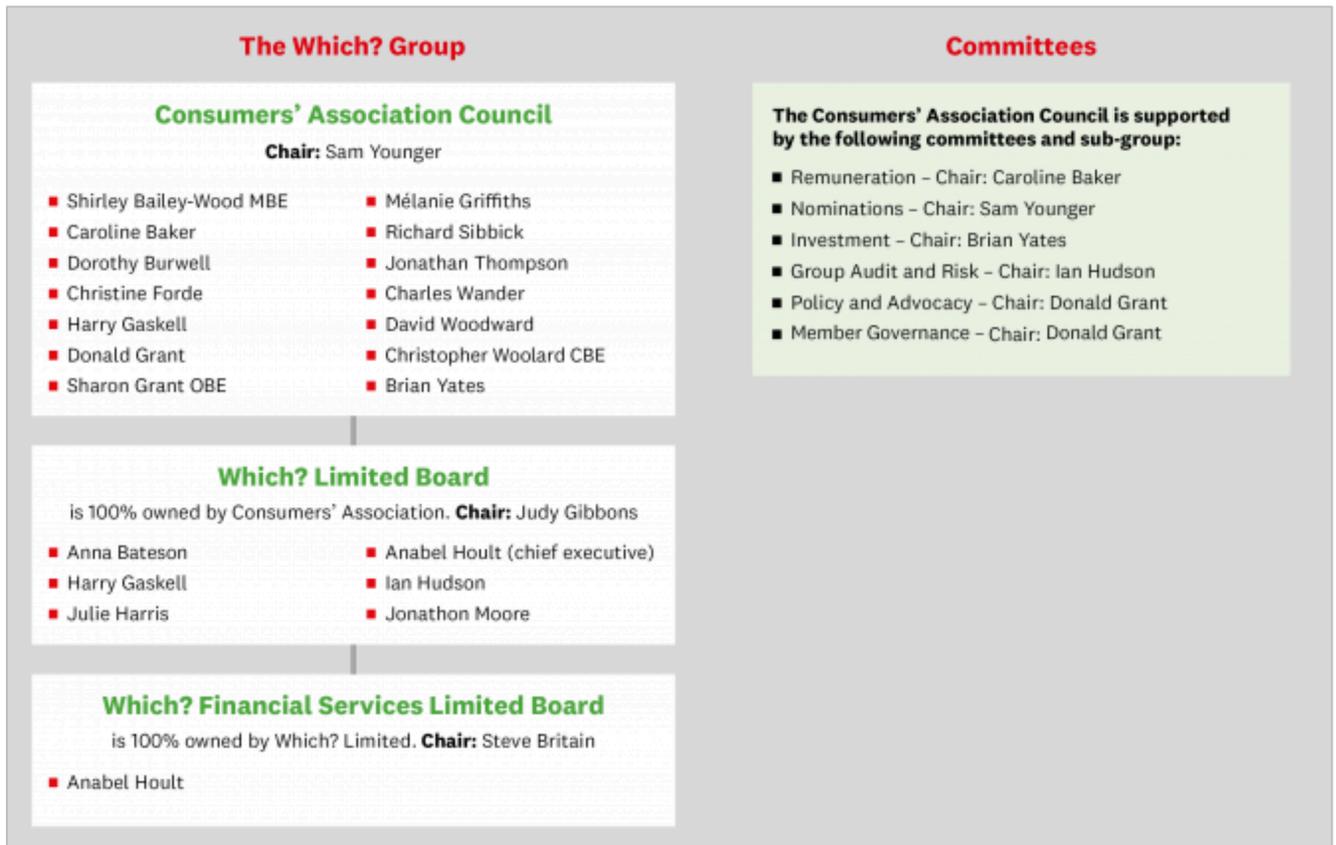


Abbildung 4: Organisationsstruktur von Which? Quelle: Which?¹⁰

3.2.2 Finanzierung

Which? finanziert sich vollständig aus seinen Mitgliedsbeiträgen und aus seiner Geschäftstätigkeit.

Die Einnahmen im Berichtszeitraum 2020/2021 betragen 91,2 Millionen £ (entsprechend 107,2 Millionen € (vgl. Abbildung).

¹⁰ Which?, <https://www.which.co.uk/about-which/company-info/governance-overview> (3.11.2021).

	Notes	Group Total 2020/21 £'000	Group Total 2019/20 £'000
Income from			
Incoming from trading activities		88,052	90,477
Research income		289	266
Investment income		425	401
Other income		108	26
Total income		88,874	91,170

Abbildung 5: Einnahmen der Which?-Gruppe in den Jahren 2020/21 und 2019/2020. Quelle: Which?¹¹

3.3 Leistungen von Which? für Verbraucher*innen

Testergebnisse, Zeitschriften, Rechtsberatung und weitere vertiefte Beratungsangebote etwa zu Geldanlagen oder Steuerfragen sind für Mitglieder erhältlich.¹² Mitglieder können zwischen drei verschiedenen Paketen wählen:

- Which? Magazin für 7,99 Pfund im Monat oder 79 Pfund im Jahr
- Which? Website und App für ebenfalls für 7,99 Pfund im Monat oder 79 Pfund im Jahr
- Der volle Zugang zu allen Services kostet 9,99 Pfund im Monat und 99 Pfund im Jahr.¹³

Manche Dienstleistungen bietet Which? auch kostenfrei für Nichtmitglieder an. Dazu gehören E-Mail-Newsletter oder die Aufklärung über Verbraucherrechte und die Unterstützung bei der Durchsetzung von Verbraucherrechten, etwa durch Musterbriefe für Verbraucherbeschwerden, kostenlos auch für Nichtmitglieder.¹⁴

Außerdem können Nichtmitglieder kostenfrei Which? Switch nutzen, einen Wechseldienst für Energieanbieter, Mobilfunk und Breitbandanschlüsse. Dieser Wechseldienst wird finanziert durch Provisionen, die Which? im Falle eines Anbieterwechsels erhält.¹⁵

Which? versteht seinen Auftrag jenseits der konkreten Leistungen für Verbraucher*innen auch politisch-gesellschaftlich – und zwar in einem doppelten Sinne, sodass Which? danach bestrebt ist, Verbraucher*innen die Mittel an die Hand zu geben, Verbraucherprobleme selbst zu lösen, aber gleichzeitig auch auf eine politische Lösung hinzuarbeiten, wo diese erforderlich ist (vgl. die nachstehende Grafik zur Theory of Change von Which?).

¹¹ Which? (2021), a. a. O. (Fn. 6), S. 41.

¹² <https://www.which.co.uk/about-which/our-products-and-services> (3.11.2021).

¹³ https://join.which.co.uk/join/offer?from=https%3A%2F%2Fwww.which.co.uk%2F&source_code=809FHJ (3.11.2021).

¹⁴ <https://www.which.co.uk/consumer-rights/letter/letter-to-ask-for-a-faulty-item-to-be-repaired-or-replaced-adL425f1TlgZ> (3.11.2021).

¹⁵ <https://switch.which.co.uk/about-switch/> (3.11.2021).

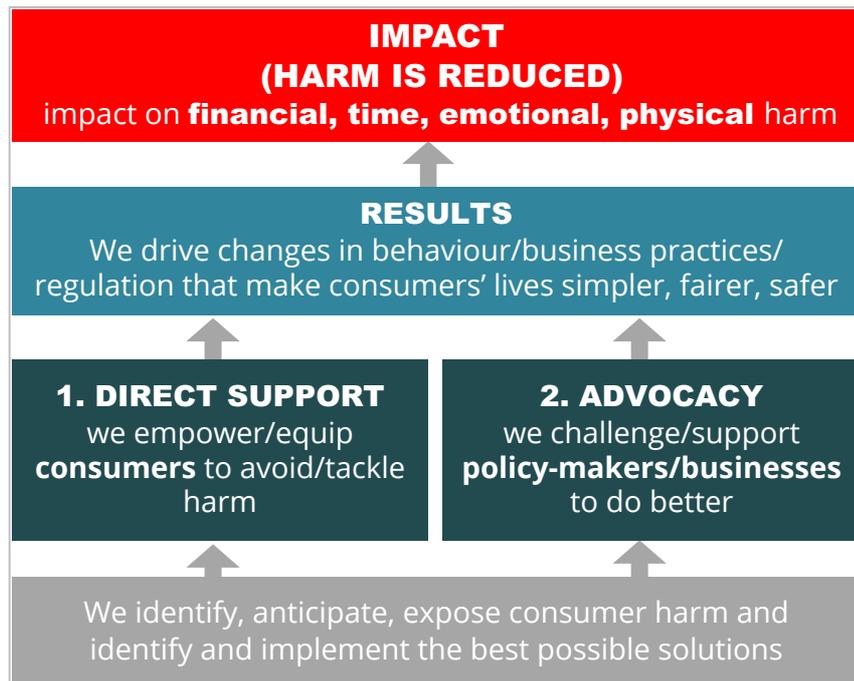


Abbildung 6: Our Which? theory of change. Quelle: Which?, Präsentation anlässlich des Stakeholderworkshops "Organisation des Verbraucherschutzes in ausgewählten europäischen Ländern" am 10.11.2021.

3.4 Gewährleistung der Unabhängigkeit

Which? sieht seine Unabhängigkeit vor allem dadurch gewährleistet, dass die Organisation sich ausschließlich aus Mitgliedsbeiträgen und aus ihrer Geschäftstätigkeit finanziert und dass es keine finanzielle Abhängigkeit von Anteilseignern, Werbekunden oder der britischen Regierung gibt.¹⁶

Which? betont ferner, dass die geschäftlichen Tätigkeiten von Which? Limited im Rahmen und für die Zwecke der gemeinnützigen Muttergesellschaft erbracht werden.¹⁷

Angesichts der Handelstätigkeit und verschiedener Unternehmenskooperationen von Which? ist es allerdings wichtig, dass Which? auch gegenüber den konkret beteiligten Unternehmen unabhängig bleibt. Im Rahmen der Corporate Governance hat Which? sich daher Regeln für den Umgang mit Geschäftspartnern gegeben.¹⁸

Kooperationen mit Unternehmen finden in folgenden Formen statt:

- Which? Limited erhält Provisionen von einigen Einzelhandels-Webseiten, auf denen Verbraucher*innen Produkte oder Dienstleistungen kaufen können, die auf der Which? Webseite vorgestellt werden.¹⁹ Hierbei wird betont, dass die Provisionszahlung keinen Einfluss auf die Bewertung der Produkte hat.

¹⁶ <https://www.beuc.eu/beuc-network/members/which> (3.11.2021).

¹⁷ <https://www.which.co.uk/about-which/company-info/governance-overview> (3.11.2021).

¹⁸ <https://www.which.co.uk/about-which/company-info/third-party-relationships---principles>

¹⁹ <https://www.which.co.uk/reviews/kettles/russell-hobbs-classic-glass-kettle-26080#retailers> (3.11.2021)

- Which? bietet Unternehmen ein Siegel an, das besonders gut getestete Produkte und Dienstleistungen auszeichnet (vgl. Abbildung). Dabei wird betont, dass Produkte und Dienstleistungen unabhängig und nach strengen Qualitätskriterien getestet werden und die Vergabe des Siegels somit vom Test selbst unabhängig ist.²⁰



Abbildung 7: Which? endorsement scheme. Quelle: Which?²¹

- Which? bietet ein Trusted Traders-Programm an: Handwerker*innen, die Reparaturdienste im Haushalt, bei Autos und an Geräten anbieten, können sich gegen eine Gebühr von einem/r Prüfer*in testen lassen. Wenn sie die Qualitätskriterien erfüllen, können sie mit dem Which?-Trusted-Trader Logo werben und werden in die von Which? geführte Datenbank vertrauenswürdiger Händler aufgenommen. Es wird betont, dass die Tests aufgrund festgelegter, strenger Qualitätskriterien durchgeführt werden, um die Qualitätsstandards in den überprüften Branchen anzuheben.²² Die Nutzung der Trusted-Traders-Datenbank steht allen Verbraucher*innen, d. h. nicht nur den Mitgliedern, kostenfrei zur Verfügung.



Abbildung 8: Which? Trusted Trader-Icon. Quelle: Which?²³

²⁰ <https://www.which.co.uk/about-which/testing-and-research/3758/which-symbols-logos-and-ratings>

²¹ <https://www.which.co.uk/about-which/which-endorsement-scheme/6428/brand-and-our-endorsements> (3.11.2021)

²² <https://trustedtraders.which.co.uk/about/why-use-which-trusted-traders/>

²³ <https://trustedtraders.which.co.uk/for-traders/for-traders-homepage/> (3.11.2021)

3.5 Durchsetzung des Verbraucherrechts

Which? berät Verbraucher*innen zu Fragen des Verbraucherrechts und geht systematisch Rechtsverstößen nach. Meistens besteht die Strategie von Which? darin, politisch Druck auf die Durchsetzungsbehörden auszuüben, damit diese Verbraucherrechtsverstöße unterbinden und sanktionieren, etwa durch die Nutzung des Instruments des Supercomplaint. Im Jahr 2020/2021 war hierbei die Stornierung von Reisen durch Reiseveranstalter und Fluggesellschaften das wichtigste Thema. Which? hat durch seine Untersuchungen und entsprechende Eingaben bei der Competition and Market Authority erreicht, dass Hunderte von Millionen Pfund an zurückgehaltenen Erstattungen an Verbraucher*innen ausgezahlt wurden.²⁴

Which? verfügt aber durchaus über die Möglichkeit, selbst gegen Rechtsverstöße vorzugehen. Which? ist neben verschiedenen Regulierungsbehörden eine der Institutionen, die nach dem Enterprise Act des Jahres 2002 gerichtliche Verfügungen gegen unlautere Geschäftsbedingungen bewirken können.²⁵

Which? verfügt ferner über die Möglichkeit, Sammelklagen zugunsten von Verbraucher*innen zu initiieren. Hierfür gibt es mehrere Verfahren; besonders attraktiv ist das Verfahren nach dem Competition Act, das seit 2015 im Falle von Wettbewerbsverstößen (nicht bei sonstigen Verbraucherrechtsverstößen) anwendbar ist.²⁶ Die entsprechenden Sammelklagen werden vor dem Competition Appeal Tribunal verhandelt. Es handelt sich um ein Opt-out-Verfahren mit der Folge, dass Verbraucher*innen automatisch von der Sammelklage profitieren, außer wenn sie aus dem Verfahren herausoptieren.²⁷

Im Jahr 2021 hat Which? eine Sammelklage nach dem Competition Act gegen Qualcomm eingereicht. Qualcomm ist ein weltweit tätiger Hersteller von Chipbauteilen, dessen Technologie für den Anschluss für Smartphones genutzt wird. Qualcomm wird vorgeworfen, seine Stellung als marktbeherrschendes Unternehmen missbraucht und von Smartphone-Herstellern überhöhte Gebühren für die Nutzung seiner Technologie verlangt zu haben. Dadurch mussten Verbraucher*innen höhere Preise für Telefone zahlen. Erwartet werden Rückerstattungen zwischen 5 und 30 Pfund.

Which? hat ferner folgende Befugnisse im Bereich der Rechtsdurchsetzung:

- gerichtliche Überprüfung der Entscheidung öffentlicher Stellen
- Prozessbeteiligung in Grundsatzentscheidungen
- Datenschutzbeschwerden und -klagen.²⁸

²⁴ Which, Annual report 2020/2021 (vgl. Fn. 6), S. 16.

²⁵ https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/450410/Unfair_Terms_Explained.pdf (29.11.2021).

²⁶ <https://www.ashurst.com/en/news-and-insights/legal-updates/quickguide-collective-actions---uk-guide/> (29.11.2021); vgl. ferner die FAQs von Which? zur Sammelklage gegen Qualcomm, <https://www.smartphoneclaim.co.uk/faq> (29.11.2021)

²⁷ <https://www.smartphoneclaim.co.uk> (3.11.2021).

²⁸ Which?, Präsentation anlässlich des Stakeholderworkshops "Organisation des Verbraucherschutzes in ausgewählten europäischen Ländern" am 10.11.2021.

3.6 Empirische Absicherung der Arbeit

Um sicherzustellen, dass die Angebote von Which? und die politischen Kampagnen die Bedürfnisse und Interessen der Verbraucher*innen treffen, setzt Which? einerseits empirische Methoden wie Untersuchungen und Befragungen ein. Andererseits eröffnet Which? den Verbraucher*innen auch Möglichkeiten, sich selbst in die Verbraucherarbeit einzubringen.

3.6.1 Marktbeobachtung und Befragungen

Which? führt neben vergleichenden Warentests vertiefte Untersuchungen durch, um Missstände auf Märkten aufzudecken. Zur Verdeutlichung folgen zwei Beispiele für solche Untersuchungen:²⁹

- Um zu zeigen, wie einfach es ist, Urlauber online zu betrügen, hat Which? acht gefälschte Angebote über vier gefälschte Profile auf Airbnb eingestellt. Nicht in einem Fall wurde nach einem Ausweis verlangt oder die Existenz der Unterkunft überprüft. Als die Tester*innen eines der Angebote bei Airbnb wegen Betrugs meldeten, dauerte es 13 Tage, bis es von der Website entfernt wurde.
- Um die Sicherheit intelligenter Gadgets zu testen, haben Tester*innen das Haus eines Which?-Mitarbeiters mit Geräten wie einer drahtlosen Kamera, einem Internet-Router, einem intelligenten Vorhängeschloss und einem Bluetooth-Spielzeug ausgestattet und Sicherheitsforscher damit beauftragt, es zu hacken. Sie brauchten dafür nur vier Tage.

Jeden Monat befragt Which? die 30.000 Mitglieder des Which?-Panels und die breite Öffentlichkeit zu Verbraucherthemen. Dabei geht es um eine breite Themenpalette von der Meinung der Menschen die von ihren örtlichen Supermärkten, Breitbandanbietern und Energieversorgern bis hin zur Zuverlässigkeit der gekauften Produkte reichen. Die Informationen fließen dann in die Zeitschriftenartikel, den Online-Auftritt und die Lobby- und Kampagnenarbeit ein.³⁰

3.6.2 Verbraucherbeteiligung

Which? bietet Verbraucher*innen verschiedene Möglichkeiten, aktiv an der Verbraucherarbeit mitzuwirken:³¹

- Verbraucher*innen sind eingeladen, als wahlberechtigte Mitglieder an den Jahresversammlungen von Which? und an den Wahlen für das Council of Trustees, das höchste Entscheidungsorgan von Which?, teilzunehmen.
- Verbraucher*innen können als Mitglieder des Panels Which? Connect an Befragungen teilnehmen.
- Verbraucher*innen können sich im Online-Forum Which? Conversation austauschen.

²⁹ <https://www.which.co.uk/about-which/research-methods/investigations> (3.11.2021)

³⁰ <https://www.which.co.uk/about-which/research-methods/surveys> (3.11.2021)

³¹ <https://www.which.co.uk/about-which/get-involved> (3.11.2021)

4. Italien: Altroconsumo

4.1 Überblick über die Organisation des Verbraucherschutzes in Italien

In Italien gibt es eine starke Tradition des zivilgesellschaftlichen Verbraucherschutzes, die insbesondere von der **Verbraucherorganisation Altroconsumo** verkörpert wird.

Gleichzeitig werden Aufgaben des Verbraucherschutzes aber auch von Behörden wahrgenommen, vor allem durch die **Wettbewerbsbehörde AGCM** (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato – auf englisch **ICA** - Italian Competition Authority).

Daneben gibt es noch zahlreiche andere Verbraucherorganisationen und sektorale Verbraucherschutzbehörden, etwa in den Bereichen Energie, Telekommunikation, Banken, Versicherungen, Verkehr oder Datenschutz.

Nachfolgend wird die Aufgabenteilung zwischen den Verbraucherorganisationen und der Wettbewerbsbehörde skizziert.

4.1.1 Verbraucherorganisationen

In Italien gibt es eine Vielzahl von Verbraucherorganisationen, die teilweise auf regionaler, teilweise auf nationaler Ebene aktiv sind. Abgesehen von Beratung, Information und Tests nehmen die Verbraucherorganisationen auch Aufgaben im Bereich der Rechtsdurchsetzung und der politischen Interessenvertretung wahr.

Diejenigen Verbraucherorganisationen, die bestimmte Voraussetzungen an Verlässlichkeit und Dauerhaftigkeit erfüllen, werden durch ein Dekret des Ministeriums für wirtschaftliche Entwicklung in eine Liste der repräsentativen Verbraucher- und Nutzerverbände auf nationaler Ebene aufgenommen.³² Derzeit sind in dieser Liste 20 Verbraucherorganisationen registriert.³³ Die registrierten Verbraucherorganisationen sind Mitglieder des Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (CNCU - National Council of Consumers and Users - Nationaler Rat der Verbraucher*innen- und Nutzer*innen), und sie haben das Recht, gegen Rechtsverstöße zum Schaden von Verbraucher*innen gerichtlich vorzugehen.³⁴

4.1.2 Wettbewerbsbehörde (ICA)

Die italienische Wettbewerbsbehörde (ICA) hat Kompetenzen sowohl zur Regulierung des Wettbewerbs auf der Angebotsseite als auch auf der Nachfrageseite.³⁵

³² Art. 137 des Codice del Consumo.

³³ die aktuelle Liste ist abzurufen unter <https://tuttoconsumatori.mise.gov.it/images/pdf/decreto-conferma-2020.pdf> (2.11.2021).

³⁴ Art. 139 f. des Codice del Consumo.

³⁵ https://tuttoconsumatori.mise.gov.it/images/pdf/Pubblicazioni/Quaderno-Informativo-2019_Speciale_ventennale_Cncu.pdf, S. 10 (2.11.2021).

Die Kompetenzen der ICA zur Durchsetzung des Verbraucherrechts wurden beginnend mit dem Jahr 1992 schrittweise erweitert.

Die ICA geht gegen unlauteren Wettbewerb vor, d. h. gegen irreführende Werbeanzeigen oder sonstige unlautere Geschäftspraktiken und unzulässige Beeinflussungen der Entscheidungsfindung von Verbraucher*innen. Die ICA kann in diesen Fällen Geldbußen verhängen, die bis zu 5 Millionen Euro betragen können.

Darüber hinaus kann die ICA auch gegen missbräuchliche Vertragsklauseln vorgehen. Hier kann die ICA Untersuchungen einleiten, um eine Entscheidung über den missbräuchlichen Charakter von Vertragsklauseln zu treffen, und sie kann auf besonderen Antrag eines Verkäufers/Lieferanten eine verbindliche Bewertung der Zulässigkeit oder Unzulässigkeit von Vertragsklauseln vornehmen (das sogenannte "Interpello").³⁶

4.2 Trägerschaft und Finanzierung von Altroconsumo

4.2.1 Trägerschaft

Altroconsumo ist eine Mitgliederorganisation für Verbraucher*innen. Im Jahr 2020 hatte Altroconsumo 350.000 Mitglieder und etwa ebenso viele „Fans“.³⁷ Die Zeitschrift von Altroconsumo ist die meistverkaufte Monatszeitschrift Italiens.³⁸ Mitglieder von Altroconsumo erhalten Beratungen, Testergebnisse und weitere Informationen.

Altroconsumo ist in verschiedene juristische Einheiten unterteilt, von denen jede für die verschiedenen Tätigkeiten zuständig ist, die die Organisation im Dienste der Verbraucher*innen ausführt:

- Die **Associazione Altroconsumo** wurde 1973 in Mailand gegründet und hat die Aufgabe, die Verbraucher *innen zu informieren, ihre Rechte zu verteidigen und zu vertreten. Sie handelt in voller Autonomie und Unabhängigkeit und ist eine gemeinnützige Organisation.
- Die **Altroconsumo Edizioni srl** (=Società a responsabilità limitata, d. h. eine Kapitalgesellschaft mit beschränkter Haftung) entwickelt und verwaltet die Produkte und Dienstleistungen der Organisation, einschließlich des redaktionellen Angebots, das aus Zeitschriften, Büchern und Webseiten besteht.
- Die **Fondazione (= Stiftung) Altroconsumo** fördert den Verbraucherschutz in Italien und auf internationaler Ebene und trägt zur Entwicklung einer solidarischeren Gesellschaft bei, die die Rechte und Interessen der Bürger achtet. Zu diesem Zweck regt sie Initiativen, Veröffentlichungen, Forschungsarbeiten und Dienstleistungen für die Verbraucher*innen an. Jedes Jahr organisiert sie das Verbraucherfestival FestivalFuturo. Die Fondazione Altroconsumo ist die Alleinaktionärin der Altroconsumo Edizioni srl.
- **Altroconsumo Connect** ist eine von der Stiftung Altroconsumo gegründete Versicherungsmaklergesellschaft, die Vergleiche von Versicherungsprodukten

³⁶ <https://en.agcm.it/en/scope-of-activity/consumer-protection/> (2.11.2021)

³⁷ <https://www.altroconsumo.it/organizzazione/scopri-chi-siamo/report-annuali> (2.11.2021)

³⁸ Altroconsumo, Altroconsumo e Euroconsumers, uno sguardo in trasparenza. Abgerufen von <https://www.altroconsumo.it/chisiamo/struttura-giuridica> (2.11.2021).

auf dem Markt durchführt und den Verbraucher*innen die Möglichkeit bietet, die von ihnen gewählte Police online abzuschließen. Hervorgegangen ist Altroconsumo Connect aus den Aktivitäten von Altroconsumo für mehr Transparenz im Versicherungsmarkt. Im Jahr 2000 schuf Altroconsumo den ersten Vergleichsrechner Italiens, um die Auswahl der Verbraucher*innen zu erleichtern und den Wettbewerb zu fördern. Im nächsten Schritt begann Altroconsumo mit Unternehmen über Konditionen zu verhandeln und Einkaufsgemeinschaften zu fördern, um die Verhandlungsmacht des Einzelnen zu stärken (im Versicherungsbereich, wie bereits im Energie- und Telekommunikationssektor usw.) und günstigere Konditionen für alle zu erzielen. Altroconsumo bietet die für diese Tätigkeiten erforderliche Rechtsform eines eingetragenen Vermittlers.³⁹

Altroconsumo ist **Mitglied der Euroconsumers Gruppe**, der außerdem die Verbraucherorganisationen Test Achats/Test Ankoop (Belgien), OCU (Spanien), Deco sowie Proteste (Brasilien) angehören.⁴⁰ Im Rahmen der Euroconsumers Gruppe koordiniert Altroconsumo auch Aktivitäten wie die VW-Klage oder eine Sammelklage gegen Facebook.⁴¹ Die Klage gegen Facebook wurde durch einen Vergleich beigelegt.⁴²

4.2.2 Finanzierung

Mitgliedsbeiträge sind mit über 95 Prozent der Finanzmittel die größte Einnahmequelle von Altroconsumo. Im Jahr 2020 betragen die Einnahmen aus Mitgliedsbeiträgen etwa 51,2 Millionen Euro. Die übrigen Einnahmequellen waren 0,829 Millionen Euro aus Drittmittelprojekten („Progetti finanziati“) sowie 2,7 Millionen Euro aus diversen anderen Einnahmequellen („Proventi diversi“ - wie Erlöse aus Unternehmenszahlungen für die Verwendung des Altroconsumo-Siegels, Provisionszahlungen oder öffentliche Mittel - vgl. Abbildung).

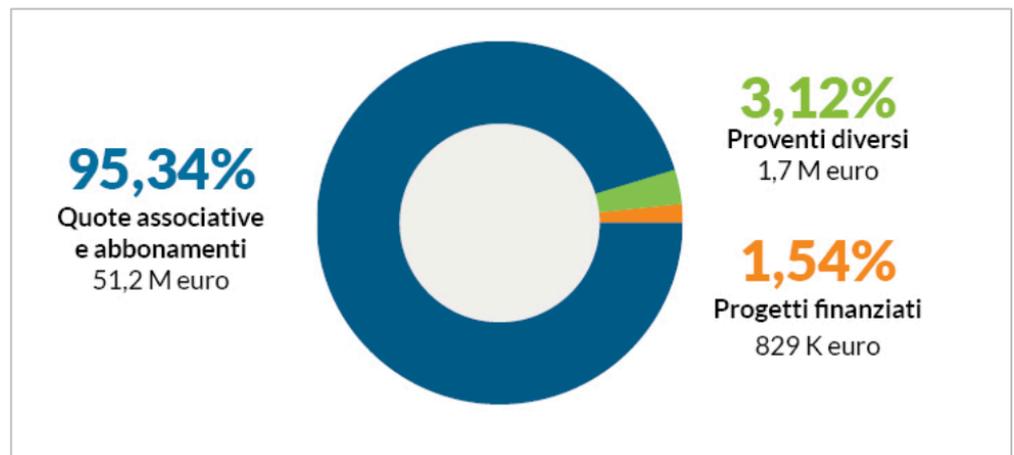


Abbildung 9: Finanzierungsquellen von Altroconsumo. Quelle: Altroconsumo.⁴³

³⁹ Darstellung nach Altroconsumo, a. a. O. (Fn. 38).

⁴⁰ <https://www.euroconsumers.org/about> (2.11.2021).

⁴¹ <https://www.consumersinternational.org/news-resources/blog/posts/not-your-puppets-euroconsumers-interview/> (2.11.2021).

⁴² <https://www.altroconsumo-it.translate.goog/organizzazione/media-e-press/comunicati/2021/azione-facebook? x tr sl=auto& x tr tl=de& x tr hl=de& x tr pto=nui>

⁴³ <https://www.altroconsumo.it/chisiamo/come-ci-finziamo> (2.11.2021)

Unter anderem wird in Italien auch ein Teil der von der Wettbewerbsbehörde ICA verhängten Sanktionen für die Finanzierung von Projekten der Verbraucherverbände verwendet, die im Rahmen des Nationalen Rats der Verbraucher*innen und Nutzer*innen (CNCU) koordiniert werden.

4.3 Leistungen von Altroconsumo für Verbraucher*innen

Die Leistungen von Altroconsumo stehen grundsätzlich nur Mitgliedern zur Verfügung. Die Mitgliedschaft gibt Zugang zu den Altroconsumo-Zeitschriften, Tests und kostenloser telefonischer Rechtsberatung.

Neumitglieder werden mit einem Rabattangebot mit Monatsbeiträgen von je 2€ für die ersten zwei Monate geworben, inklusive einer Geschenkkarte im Wert von 30 Euro bei Decathlon, Amazon oder IKEA.

Der Preis für längerfristige Abonnements unterscheidet sich nach dem konkreten Leistungspaket:

- Das Basis-Paket umfasst eine Zeitschrift und ein Basis-Angebot an Dienstleistungen. Es kostet 117,12 € pro Jahr oder 29,28 € pro Monat.
- Das Premium-Paket umfasst drei Zeitschriften und alle Dienstleistungen. Es kostet 205,20 € pro Jahr oder 51,30 € pro Monat.

Enthalten in allen Abonnements ist die Mitgliedsgebühr (15,40 € pro Jahr oder 3,85 € pro Quartal).⁴⁴

Neben der Mitgliedschaft gibt es die kostenlose Option „Fan werden“: Die „Fans“ erhalten Zugang zu einer Reihe ausgewählter exklusiver Inhalte, Informationen und Updates zu Sammelklagen, Einkaufsgemeinschaften, Petitionen sowie einen Zugang zur Community.⁴⁵

4.4 Gewährleistung der Unabhängigkeit

Altroconsumo sieht seine Unabhängigkeit vor allem durch die starke Mitgliederbasis gesichert, deren Mitgliedsbeiträge über 95 Prozent der Einnahmen ausmachen.⁴⁶

Da Altroconsumo mit vielen Verbraucherangeboten sehr marktnah agiert und dabei mit vielen Unternehmen Kooperationen eingeht, ist es wichtig, dass die Organisation ihre Gemeinnützigkeit sichert und auch gegenüber Unternehmen ihre Unabhängigkeit wahrt.

Altroconsumo betont insoweit, dass die Organisation insgesamt gemeinnützig sei und dass alle erzielten Einnahmen wieder in die Aufgaben des Verbraucherschut-

⁴⁴ Altroconsumo, Auskunft per e-mail, 13.12.2021.

⁴⁵ https://programmavantaggi.altroconsumo.it/2021/giftcard?prm_id_c=MANFIX1IK&cop_id_c=HOME-PAGE&par_id_c=ALL-NEHOM&_gl=1*pk7rce*_ga*NjU2MjA1NjU0LjE2MzU4ODI0MjU.*_ga_XCJSV3RD3N*MTY-zNTg4OTc3Mi4yLjEuMTYzNTg5MDE0MjUw&_ga=2.178593508.1572326205.1635882425-656205654.1635882425 (2.11.2021).

⁴⁶ <https://www.altroconsumo.it/chisiamo/come-ci-finanziamo> (2.11.2021).

zes investiert werden. Rabatt- und Geschenkkaktionen wie die vergünstigte Mitgliedschaft mit Geschenkgutscheinen bekannter Unternehmen werden als „nette Geschenke“ gegen Kritik verteidigt.

Altroconsumo geht auch Kooperationen mit Unternehmen wie Google oder Facebook ein.⁴⁷ Teilweise sind dies auch Kooperationen, die Altroconsumo finanzielle Vorteile bringen. Erwähnt wird von Altroconsumo etwa die Kampagne „Vivi Internet al meglio“ gemeinsam mit Google.⁴⁸

Altroconsumo bietet des Weiteren durch seine Unternehmensangebotssparte B2You eine entgeltliche Produktprüfung für Unternehmen an. Wenn das Produkt im Ergebnis dieser Prüfung als hervorragend bewertet wird, kann das Unternehmen das Siegel „Prodotto testato“ (geprüftes Produkt“) hierfür führen.



Abbildung 10: Siegel "Prodotto testato". Quelle: Altroconsumo.⁴⁹

Altroconsumo legt aber Wert darauf, dass Veröffentlichungen in den von Altroconsumo herausgegebenen Zeitschriften nicht durch Zahlungen von Unternehmen beeinflusst werden. Die in den Vergleichstests und Erhebungen erfassten Produkte und Dienstleistungen werden unabhängig ausgewählt. Die Zeitschriften enthalten keine Werbung und finanzieren sich laut Altroconsumo ausschließlich aus den Mitgliedsbeiträgen.⁵⁰

4.5 Durchsetzung des Verbraucherrechts durch Altroconsumo

Altroconsumo ist eine der registrierten Verbraucherorganisationen nach Art. 137 des Codice del Consumo (vgl. oben Abschnitt 4.1.1). Daher verfügt Altroconsumo über Klagerechte und setzt diese zur Durchsetzung von Verbraucherrechten ein.

⁴⁷ Die oben erwähnte Klage gegen Facebook wurde mit einem Vergleich beendet, der eine Kooperation zwischen den Euroconsumers-Organisationen und Facebook zum Gegenstand hat. [https://www-altroconsumo-it.translate.google/organizzazione/media-e-press/comunicati/2021/azione-face-book? x tr sl=auto& x tr tl=de& x tr hl=de& x tr pto=nui](https://www.altroconsumo-it.translate.google/organizzazione/media-e-press/comunicati/2021/azione-face-book? x tr sl=auto& x tr tl=de& x tr hl=de& x tr pto=nui)

⁴⁸ https://beinternetawesome.withgoogle.com/it_it/

⁴⁹ <https://www.altroconsumo.it/b2you> (2.11.2021)

⁵⁰ Altroconsumo, Altroconsumo e Euroconsumers, uno sguardo in trasparenza. Abgerufen von <https://www.altroconsumo.it/chisiamo/struttura-giuridica> (2.11.2021).

4.5.1 Unterlassungsklagen

Registrierte Verbraucherorganisationen sind nach Art. 140 des Codice des Consumo berechtigt, zum Schutz der kollektiven Interessen der Verbraucher*innen auf Unterlassung und Beseitigung von Rechtsverstößen zu klagen. Wenn dies zur Beseitigung der Auswirkungen des Rechtsverstößes beiträgt, kann auch die Veröffentlichung der angeordneten Maßnahmen verlangt werden.

4.5.2 Sammelklagen

Beginnend im Jahr 2009 wurde zusätzlich zu den Unterlassungsklagen das Instrument der Sammelklagen eingeführt. Wegen verschiedener prozessualer Begrenzungen war dieses Instrument allerdings über lange Zeit wenig wirksam; zunächst wurden nur sehr wenige Sammelklagen erhoben, die zudem den klagenden Verbänden und Verbraucher*innen nur wenig brachten.

Einen Erfolg erzielte Altroconsumo aber mit seiner Sammelklage gegen den Volkswagen-Konzern wegen der Abgasmanipulationen bei einigen seiner Modelle: Laut dem Urteil vom Juli 2021 erhält jede/r der mehr als 63.000 Verbraucher*innen, die sich der Sammelklage von Altroconsumo angeschlossen haben, 3.300 € (plus Zinsen). Insgesamt muss Volkswagen aufgrund des Urteils mehr als 200 Millionen Euro bezahlen.⁵¹

Um die Anwendung auszuweiten, hat das italienische Parlament im Jahr 2020 eine umfassende Reform eingeführt. Zentrale Neuerung dieser Reform ist, dass die Sammelklage von Verbraucherrechtsverletzungen auf alle Schadensersatzklagen ausgeweitet wurde. Die Klage wird somit allen zur Verfügung stehen, die Schadensersatzansprüche im Zusammenhang mit der Verletzung "homogener individueller Rechte" geltend machen; klagebefugt ist jedes Mitglied der geschädigten Gruppe sowie gemeinnützige Organisationen oder Vereinigungen, die den Schutz solcher Rechte zum Ziel haben und in einer vom Ministerium für wirtschaftliche Entwicklung geführten Liste eingetragen sind.⁵²

Damit können künftig Sammelklagen gegen Unternehmen, Anbieter öffentlicher Dienstleistungen sowie öffentliche Einrichtungen, die Versorgungsleistungen erbringen, erhoben werden, um Schadensersatz für jede Art von Vertragsverletzung oder unerlaubter Handlung zu erlangen. Ob die Reform des Gesetzes zu einer Zunahme von Sammelklagen führen wird, gilt als offen, da insbesondere die restriktiven Anforderungen an die Zulassung von Sammelklagen nicht geändert wurden.⁵³

⁵¹ <https://www.altroconsumo.it/organizzazione/media-e-press/comunicati/2021/class-action-dieselgate-vittoria-storica> (2.11.2021).

⁵² Camera dei deputati, Servizio Studi, XVIII Legislatura (2020), Provvedimento Azione di classe. Abgerufen von <https://www.camera.it/temiap/documentazione/temi/pdf/1128932.pdf?1543851448960> (9.12.2021).

⁵³ Francesco Nazzi (2020), Sammelklagen in Italien – wie wirkt sich die jüngste Reform auf Versicherer aus? Abgerufen von <https://www.genre.com/knowledge/publications/cmint20-2-de.html> (2.11.2021).

4.5.3 Zusammenwirken mit Behörden

Neben der eigenen Rechtsdurchsetzungstätigkeit ist für Altroconsumo auch die Kooperation mit Behörden, insbesondere mit der Wettbewerbsbehörde ICA, von großer Bedeutung, um das Verbraucherrecht durchzusetzen. Die Verfügungen der Wettbewerbsbehörde ICA gegen wettbewerbswidriges Verhalten können auch die erforderliche Grundlage bieten, um anschließend Sammelklagen auf Schadensersatz zu initiieren.⁵⁴

4.6 Empirische Absicherung der Arbeit

Damit die Leistungen von Altroconsumo den tatsächlichen Bedarf und die Interessen von Verbraucher*innen treffen, setzt Altroconsumo auf die praktische Einbindung von Verbraucher*innen in die Verbraucherarbeit:

- Verbraucher*innen können sich in Altroconsumo-Gemeinschaften engagieren und andere Verbraucher*innen zu Themen rund um erneuerbare Energien, Internet und Telefon, Haus und Wohnung oder Hausputz beraten und sich hierzu austauschen.⁵⁵
- Verbraucher*innen können auch selbst bei Tests von Altroconsumo mitwirken.⁵⁶
- Verbraucher*innen werden eingeladen, sich beim zweitägigen Festival Futuro zu den Verbraucherthemen der Zukunft zu informieren und in Interaktion mit Akteur*innen des Verbraucherschutzes zu treten.⁵⁷

⁵⁴ Oxford-Leuven Collective Redress Project, Questionnaire 2016: ITALY. Abgerufen von <https://www.law.ox.ac.uk> (29.11.2021).

⁵⁵ <https://www.altroconsumo.it/community> (2.11.2021)

⁵⁶ <https://www.altroconsumo.it/il-test-lo-fai-tu> (2.11.2021).

⁵⁷ <https://www.altroconsumo.it/festival2021> (2.11.2021)

5. Deutschland: Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (vzbv)

5.1 Überblick über die Organisation des Verbraucherschutzes

Die allgemeinen Aufgaben des Verbraucherschutzes, also die **Beratung und Information von Verbraucher*innen, die Durchführung von Waren- und Dienstleistungstests sowie die Durchsetzung des Verbraucherrechts** sind in Deutschland zivilgesellschaftlich organisiert, d. h. über privatrechtliche Stiftungen und Vereine, nämlich durch **den Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (vzbv), die Verbraucherzentralen und die Stiftung Warentest**.

Neben diesen drei Organisationen gibt es zahlreiche **mitgliederbasierte Verbraucherschutzorganisationen**, die sich für Verbraucherinteressen in einzelnen Märkten (Versicherungen, Energie, öffentlicher Verkehr) oder für bestimmte Verbrauchergruppen (Landfrauen, Senior*innen, Mitglieder von Konsumgenossenschaften) einsetzen. Viele dieser Verbraucherorganisationen sind Mitglieder des vzbv.⁵⁸

Ergänzend zu den zivilgesellschaftlichen Organisationen sind **Behörden in verschiedenen Branchen und Sektoren für den Verbraucherschutz** tätig, so etwa in der Lebensmittel- und Gewerbeaufsicht (Länderbehörden), in Telekommunikation und Energie (Bundesnetzagentur), Finanzmarkt (Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht – BaFin), Eisenbahnverkehr (Eisenbahnbundesamt), Flugverkehr (Luftfahrtbundesamt) und im Bereich des Datenschutzes. Im Rahmen der dort vorgesehenen spezialgesetzlichen Befugnisse übernehmen diese Behörden auch Aufgaben im Bereich der Rechtsdurchsetzung.

Die **Durchsetzung des allgemeinen Verbraucherrechts**, insbesondere des Wettbewerbsrechts und des Rechts allgemeiner Geschäftsbedingungen, ist in Deutschland **Aufgabe der zivilgesellschaftlichen Verbraucherorganisationen**. Eine generelle behördliche Durchsetzung des Verbraucherrechts existiert in Deutschland nicht.

Die nachstehende Tabelle veranschaulicht die verbraucherpolitische Institutionenlandschaft in Deutschland (vgl. Abbildung 11). Die Aufgaben der drei allgemein tätigen zivilgesellschaftlichen Organisationen des Verbraucherschutzes werden im Folgenden konkreter erläutert.

⁵⁸ <https://www.vzbv.de/ueber-uns/organisation/mitglieder>

	Beratung und Information	Vergleichende Warentests	Rechtsdurchsetzung	Marktüberwachung und behördliche Kontrolle	Politische Interessenvertretung	Fortbildung von Verbraucherberater:innen	Forschung und Marktbeobachtung
Verbraucherzentralen							
Verbraucherverbände							
vzbv							
Stiftung Warentest							
Behörden (z. B. Bundeskartellamt, Bundesnetzagentur, BaFin)							

Abbildung 11: Verbraucherpolitische Institutionenlandschaft in Deutschland. Quelle: ConPolicy in Anlehnung an vzbv, Powerpoint anlässlich des Stakeholder-Workshops "Organisation des Verbraucherschutzes in ausgewählten europäischen Ländern am 10.11.2021.

5.1.1 Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. (vzbv)

Der Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (vzbv) ist die Dachorganisation der Verbraucherzentralen der Länder. Er koordiniert die verbraucherpolitische Arbeit der insgesamt 16 Verbraucherzentralen sowie seiner weiteren 26 verbraucherorientierten Mitgliedsverbände.

Dies umfasst u.a. die Entwicklung einheitlicher Standards für die Beratung von Verbraucherinnen und Verbrauchern sowie die berufliche Qualifizierung der über 1.000 Beraterinnen und Berater. Laut Satzung verfolgt der vzbv den Zweck, Verbraucherinteressen wahrzunehmen, den Verbraucherschutz zu fördern, die Stellung des Verbrauchers und der Verbraucherin in der sozialen Marktwirtschaft zu stärken und zur Verwirklichung einer nachhaltigen Entwicklung beizutragen.

Dies erfolgt auf nationaler und internationaler Ebene insbesondere durch:

- Vertretung der Interessen der Verbraucherinnen und Verbraucher gegenüber Gesetzgebung, Verwaltung, Justiz und Wirtschaft
- Durchsetzung von Verbraucherrechten,
- strategische Themenentwicklung und verbraucherpolitische Koordinierung der Mitgliedsorganisationen,
- Systematische Analyse von Marktentwicklungen (Marktbeobachtung und Frühwarnfunktion) sowie

- Förderung der Qualifikation der Mitarbeiter, die beruflich in der Verbraucherarbeit tätig sind.⁵⁹

5.1.2 Verbraucherzentralen

Verbraucherzentralen gibt es in jedem Bundesland – mit insgesamt fast 200 Beratungsstellen. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Verbraucherzentralen beraten Verbraucher*innen persönlich vor Ort und per Telefon über Themen wie Kaufverträge, Versicherungen, Geldanlagen oder die richtige Altersvorsorge.

Als unabhängige, gemeinnützige Organisationen werden die Verbraucherzentralen grundsätzlich von den Ländern finanziert; dies gilt insbesondere für ihre Beratungsangebote (individuelle Einzelfallberatung vor Ort). Darüber hinaus erhalten sie für bestimmte Maßnahmen zur allgemeinen Verbraucherinformation auch Projektmittel vom Bund.⁶⁰

5.1.3 Stiftung Warentest

Die Stiftung Warentest wurde im Jahr 1964 von der Bundesrepublik Deutschland als privatrechtliche Stiftung gegründet. Ihre Aufgabe ist die Durchführung von vergleichenden Tests von Waren und Dienstleistungen.

Bei ihrer Arbeit handelt die Stiftung Warentest unabhängig von den Einflüssen Dritter, etwa von Anbietern oder Verbänden. Auch die Bundesregierung selbst nimmt hier keinen Einfluss. Garantiert wird dies durch die Regelungen der Satzung, z.B. zur Zusammensetzung der Gremien der Stiftung oder durch das Verbot, Werbung in ihren Publikationen zu veröffentlichen.⁶¹

5.2 Trägerschaft und Finanzierung des vzbv

5.2.1 Trägerschaft

Der vzbv ist als gemeinnütziger Verein eingetragen. Mitglieder des vzbv sind 16 Verbraucherzentralen und 28 weitere verbraucherpolitischer Verbände.⁶²

Satzungsgemäße Organe des vzbv sind die Mitgliederversammlung, der Verwaltungsrat und der Vorstand⁶³ (vgl. Abbildung).

Die Mitgliederversammlung beschließt die vereins- und verbraucherpolitischen Grundsätze. Sie genehmigt die vom Vorstand vorgelegte Jahresplanung. Auch die

⁵⁹ Darstellung beruhend auf der Website des deutschen Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV) https://www.bmjv.de/DE/Verbraucherportal/Verbraucherinformation/VZBV_VZ/vzbvundVZ_node.html;jsessionid=E3C9B93F09DFB2FC6F766BE0B324B265_2_cid289 (2.11.2021) sowie der Website des vzbv <https://www.vzbv.de/ueber-uns/organisation> (2.11.2021).

⁶⁰ BMJV, ebd. (vgl. Fn. 58).

⁶¹ BMJV, ebd. (vgl. Fn. 58).

⁶² <https://www.vzbv.de/ueber-uns/organisation/mitglieder> (2.11.2021).

⁶³ Darstellung im Folgenden entnommen aus der Webseite des vzbv, <https://www.vzbv.de/ueber-uns/organisation> (2.11.2021)

Entgegennahme und Genehmigung des Jahresabschlusses gehört zu den zentralen Aufgaben der Mitgliederversammlung. Die Mitgliederversammlung tritt jährlich zweimal zusammen. Alle drei Jahre wählt sie den Verwaltungsrat neu.

Der Verwaltungsrat besteht aus acht Personen. Das Vorschlagsrecht für jeweils vier Kandidaten steht zum einen den Verbraucherzentralen und zum anderen den weiteren Mitgliedsorganisationen zu. Der Verwaltungsrat beruft unter anderem den Vorstand und überwacht dessen Tätigkeit. Er entscheidet über die Aufnahme neuer Mitglieder und über die Mitgliedschaften des Vereins in anderen Organisationen.

Der Vorstand besteht aus einer Person. Eine Amtszeit beträgt fünf Jahre. Eine wiederholte Bestellung ist zulässig. Der Vorstand führt die Geschäfte und vertritt den vzbv gerichtlich und außergerichtlich. Der Vorstand ist zentraler Akteur bei der strategischen Ausrichtung des vzbv und das Gesicht des Verbands nach außen. Er wird durch die Geschäftsleitung des vzbv unterstützt. Diese besteht aus fünf Personen.

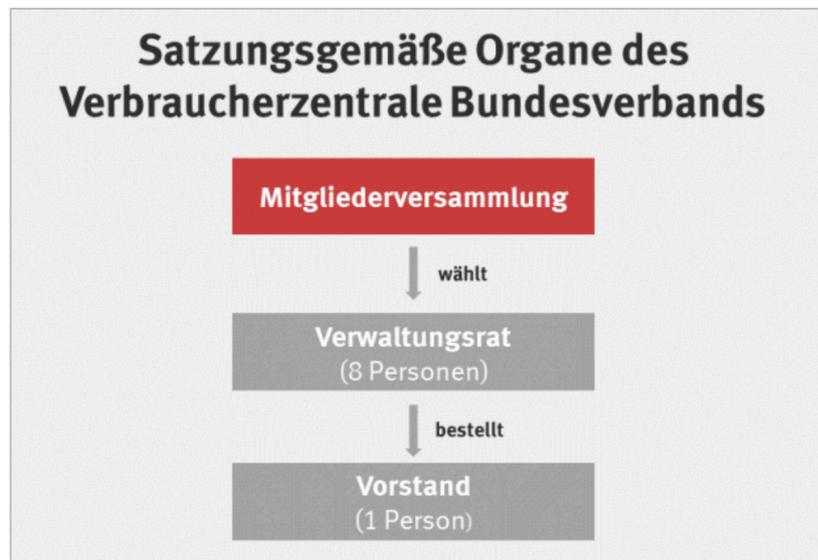


Abbildung 12: Satzungsgemäße Organe des vzbv. Quelle: vzbv.⁶⁴

5.2.2 Finanzierung

Für die Wahrnehmung seiner satzungsgemäßen Aufgaben wird der vzbv durch das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV) institutionell gefördert. Jährlich beschließt der Deutsche Bundestag im Rahmen des Haushaltsgesetzes über die Höhe der institutionellen Förderung. Die Zuwendung des BMJV betrug im Jahr 2020 rund 21,5 Millionen Euro. Mit weiteren Einnahmen aus Mitgliedsbeiträgen, Erstattungen von Prozesskosten, Vertragsstrafen und Abmahnpauschalen umfasste der institutionelle Haushalt im Jahr 2020 Einnahmen von insgesamt rund 23,6 Millionen Euro. Dazu kamen im Jahr 2020 Einnahmen aus sechs Drittmittelprojekten. Diese Projekte werden von verschiedenen Bundesministerien,

⁶⁴ <https://www.vzbv.de/ueber-uns/organisation> (2.11.2021)

aber auch aus Mitteln der Europäischen Union finanziert. Die Projektförderung belief sich 2020 insgesamt auf rund 21,5 Millionen Euro. Insgesamt hatte der vzbv damit im Jahr 2020 ein Budget von rund 44,1 Millionen Euro (vgl. Abbildung).

EINNAHMEN	in Euro
Institutioneller Haushalt	22.666.154,02
<i>davon</i>	
Erstattung von Prozesskosten, Vertragsstrafen, Abmahnpauschalen	973.443,84
Vermischte Einnahmen	117.154,48
Zuwendungen des BMJV	21.535.955,70
Erstattung von Verwaltungsausgaben	15.000,00
Mitgliedsbeiträge	24.600,00
Projektförderung	21.460.942,64
Gesamtsumme der Ist-Einnahmen	44.127.096,66

Abbildung 13: Einnahmen des vzbv im Jahr 2020. Quelle: vzbv.⁶⁵

5.3 Leistungen von vzbv und Verbraucherzentralen für Verbraucher*innen

Der vzbv führt keine Beratung oder Information von Verbraucher*innen durch. Diese Aufgabe nehmen die Verbraucherzentralen der Länder wahr. Die Beratungsangebote der Verbraucherzentralen werden in der Regel gegen Entgelt erbracht, da die Verbraucherzentralen als Empfänger von öffentlichen Mitteln auch eigene Einnahmen erzielen sollen. Die Entgelte sind allerdings nicht kostendeckend, weshalb die Arbeit der Verbraucherzentralen von den Bundesländern finanziell unterstützt wird. Die Höhe der Servicegebühren wird von den jeweiligen Verbraucherzentralen eigenständig festgelegt und differiert daher im Einzelnen. Konkrete Angaben hierzu sind den Webseiten der Verbraucherzentralen zu entnehmen.⁶⁶ Die nachfolgende Tabelle gibt einen beispielhaften Überblick über die Höhe der Servicegebühren.

Servicegebühren der Verbraucherzentralen – ausgewählte Beispiele	
Persönliche Rechtsberatung (30 min.)	30 €
Persönliche Rechtsberatung per E-Mail	20 €
Außergerichtliche Rechtsvertretung	40 €
Kurzinformation	5 €
Erstellung eines individuellen Schreibens	10 €
persönliche Rechtsberatung, Berechnung und Musterbrief	85 €

Abbildung 14: Servicegebühren der Verbraucherzentralen - ausgewählte Beispiele. Quelle: vzbv.⁶⁷

⁶⁵ vzbv, Jahresbericht 2020, S. 74. Abgerufen von <https://www.vzbv.de/ueber-uns/auf-einen-blick> (2.11.2021)

⁶⁶ Vgl. für einen Überblick über die Beratungsangebote aller Verbraucherzentralen die Weiterverweisung auf <https://www.verbraucherzentrale.de> (5.11.2021).

⁶⁷ vzbv, Präsentation anlässlich des Stakeholderworkshops „Organisation des Verbraucherschutzes in ausgewählten europäischen Ländern“ am 10.11.2021.

Die Haupttätigkeit des vzbv ist die politische Interessenvertretung, deren Nutzen Verbraucher*innen zugutekommen soll. Die politische Interessenvertretung wird staatlich finanziert.

Auch durch seine Unterlassungsklagen und Musterfeststellungsklagen wird der vzbv für Verbraucher*innen tätig. Für diese Aufgaben im Bereich der Rechtsdurchsetzung⁶⁸ erhebt der vzbv keine Gebühren oder Entgelte. Unternehmen, die vom vzbv erfolgreich abgemahnt oder verklagt werden, entrichten dem vzbv allerdings Abmahnpauschalen und Prozesskostenerstattungen.

5.4 Gewährleistung der Unabhängigkeit der Arbeit des vzbv

Die wichtigste finanzielle Grundlage des vzbv ist die institutionelle Förderung durch das BMJV. Diese erlaubt es dem vzbv, unabhängig von Gewinninteressen zu agieren und bildet so die Grundlage für eine Unabhängigkeit gegenüber Unternehmen.

Das BMJV als Zuwendungsgeber des vzbv nimmt auf die inhaltliche Arbeit des vzbv keinen Einfluss. Die Arbeitsplanung des vzbv wird nur der Mitgliederversammlung zur Genehmigung vorgelegt; die Mitgliederversammlung genehmigt auch den Jahresabschluss. Allerdings besteht eine finanzielle Abhängigkeit vom BMJV und von der Bundestagsmehrheit durch die jährliche Beschlussfassung über das Budget des vzbv.

Der vzbv ist als Zuwendungsempfänger des BMJV an die Bestimmungen des Haushaltsrechts gebunden und wird vom Bundesrechnungshof regelmäßig geprüft.

Der vzbv ist Mitglied in der Initiative Transparente Zivilgesellschaft (ITZ). Damit hat sich der Verband verpflichtet, die Öffentlichkeit darüber zu informieren, welche Ziele die Organisation genau anstrebt, woher ihre Mittel stammen, wie sie verwendet werden und wer die Entscheidungsträger*innen sind.⁶⁹

5.5 Durchsetzung des Verbraucherrechts durch den vzbv

5.5.1 Unterlassungsklagen

Verbraucherzentralen und der Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. haben Unterlassungsansprüche gegen Unternehmer nach dem Unterlassungsklagengesetz und dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, wenn Unternehmer Verbraucherschutzvorschriften zuwiderhandeln oder unzulässige geschäftliche Handlungen vornehmen, wie z. B. die Zusendung von E-Mails oder Telefonanrufe ohne vorherige Einwilligung. In solchen Fällen können vzbv und Verbraucherzentralen Abmahnungen aussprechen und Klagen vor den Zivilgerichten erheben. Im Jahr 2020 hat der vzbv 247 Abmahnungen versandt und 145 gerichtliche Verfahren eingeleitet⁷⁰. Die 16 Verbraucherzentralen haben im Jahr 2020 insgesamt 445 Abmahnungen eingereicht und in 164 Fällen Klage eingereicht.⁷¹ Der vzbv hat mit

⁶⁸ <https://www.vzbv.de/musterfeststellungsklagen> (2.11.2021)

⁶⁹ <https://www.vzbv.de/ueber-uns/transparenz> (2.11.2021)

⁷⁰ persönliche Auskunft des vzbv, 4.11.2021.

⁷¹ vzbv, Jahresbericht 2020 (vgl. Fn. 65), S. 15.

seinen Klagen im Jahr 2020 unter anderem erreicht, dass Cookies nur zulässig sind, wenn Verbraucher*innen der Nutzung aktiv zustimmen, dass EU-Roaming zu Inlandspreisen automatisch gilt und dass Gebühren für Basiskonten angemessen sein müssen.⁷²

5.5.2 Musterfeststellungsklagen

Seit dem Jahr 2018 gibt es in Deutschland zudem die Möglichkeit, bei Schädigungen von Verbraucher*innen durch Unternehmen Musterfeststellungsklagen zu erheben. Klagebefugt sind in diesem Verfahren Verbraucherverbände wie vzbv und Verbraucherzentralen. Ergebnis einer erfolgreichen Musterfeststellungsklage ist entweder ein Vergleich oder ein Feststellungsurteil. Diejenigen Verbraucher*innen, die sich der Musterfeststellungsklage angeschlossen haben, können sich auf den Vergleich oder auf das Feststellungsurteil berufen und können auf diese Weise Zahlungsansprüche leichter durchsetzen. Im Prozess gegen VW wegen des VW-Skandals des Jahres 2015 konnte auf diese Weise im Jahr 2020 ein Vergleich erzielt werden, den 90 Prozent der beteiligten Verbraucher*innen annahmen. VW hatte sich in dem Vergleich verpflichtet, an seine Kund*innen Entschädigungssummen von 1.350 bis 6.257 Euro je Fahrzeug zu zahlen. Insgesamt zahlte VW aufgrund der Musterfeststellungsklage 750 Millionen Euro.⁷³

Im Jahr 2020 hat der vzbv 2 Musterfeststellungsverfahren neu eingeleitet. Die Verfahren laufen noch. Ein 2019 eingeleitetes Verfahren befindet sich jetzt vor dem BGH in der zweiten Instanz. Ein 2019 eingeleitetes Verfahren konnte 2020 beendet werden.⁷⁴

5.6 Empirische Absicherung der Arbeit von vzbv und Verbraucherzentralen

Für die empirische Absicherung seiner Arbeit sorgt im vzbv der Geschäftsbereich Marktbeobachtung, einer der fünf Geschäftsbereiche des Verbandes. Aufgabe der Marktbeobachtung ist es, das Marktgeschehen in den Bereichen Digitales, Energie und Finanzen zu analysieren (vgl. Abbildung).

Zu diesem Zweck werden zum einen die Anfragen und Beschwerden aus den 200 Beratungsstellen der Verbraucherzentralen erfasst und ausgewertet – im Jahr 2020 knapp 380.000 Anfragen und fast 237.000 Beschwerden zu Produkten und Anbietern (Vorgangserfassung und Beschwerdebilanz).

Zum anderen werden bestimmte besonders gravierende oder häufige Fälle detaillierter untersucht – so im Jahr 2020 etwa der Rücktritt des Reiseveranstalters von einer Reisebuchung (Frühwarnnetzwerk).

⁷² vzbv, Jahresbericht 2020 (vgl. Fn. 65), S. 67.

⁷³ vzbv, Jahresbericht 2020 (vgl. Fn. 65), S. 69.

⁷⁴ vzbv, persönliche Auskunft, 4.11.2021.

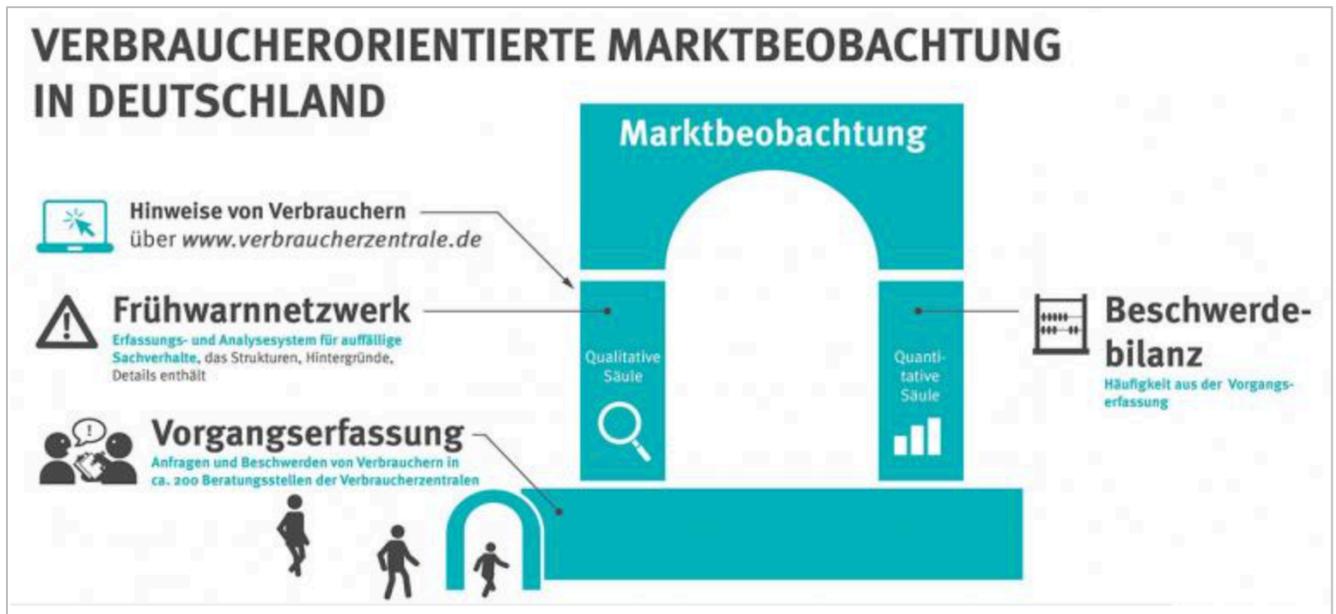


Abbildung 15: Marktbeobachtung des vzbv. Quelle: vzbv.⁷⁵

Darüber hinaus führt der vzbv regelmäßig Verbraucherumfragen zu politisch besonders relevanten Themen durch. So berichtet etwa der Verbraucherreport über die Ergebnisse einer Verbraucherbefragung zum generellen Zustand der Verbraucherpolitik in Deutschland.⁷⁶

⁷⁵ <https://www.vzbv.de/marktbeobachtung/methodik> (2.11.2021)

⁷⁶ https://www.vzbv.de/sites/default/files/2021-10/21-10-11_TwoPager_Verbraucherreport_FINAL.pdf (2.11.2021)

6. Schweden: Konsumentverket

6.1 Überblick über die Organisation des Verbraucherschutzes in Schweden

Die nachstehende Tabelle gibt einen einleitenden Überblick über die Institutionenlandschaft des Verbraucherschutzes in Schweden. Die einzelnen Institutionen werden im Folgenden erläutert.

	Beratung und Information	Vergleichende Warentests	Rechtsdurchsetzung	Streitbeilegung	Politische Interessenvertretung	Fortbildung von Verbraucherberater:innen	Forschung und Marktbeobachtung
Konsumentverket	■		■			■	■
Verbraucherbüros	■						■
Lokale Verbraucherberatungsstellen	■			■			
Sveriges Konsumenter		■			■		
Allmänna Reklamationsnämnden				■			

Abbildung 16: Überblick über die Institutionenlandschaft des Verbraucherschutzes in Schweden. Quelle: ConPolicy; eigene Darstellung.

6.1.1 Nationale Verbraucherschutzbehörde Konsumentverket

In Schweden wie auch in Finnland und Norwegen gibt es eine starke behördliche Tradition des Verbraucherschutzes. Verbraucherinformation und Beratung, Marktüberwachung und die Durchsetzung des allgemeinen Verbraucherschutzrechts sind in Schweden Aufgaben der nationalen Verbraucherschutzbehörde Konsumentverket.⁷⁷

Die Generaldirektorin von Konsumentverket ist gleichzeitig auch Verbraucherombudsmann (Konsumentombudsman - KO). Der Verbraucherombudsmann verteidigt die Interessen der Verbraucher gegen Unternehmen vor Gericht.

6.1.2 Verbraucherbüros (Konsumentbyråer)

Unter der Bezeichnung Konsumentbyråer (Verbraucherbüros) gibt es vier unabhängige Beratungsagenturen, die Verbraucher*innen bei speziellen Fragen in regulierten Märkten zur Seite stehen. Auch das Beratungsangebot dieser Agenturen ist für Verbraucher*innen kostenlos. Gleichzeitig haben die Verbraucherbüros die Aufgabe, in den jeweiligen Märkten Verbraucherprobleme zu identifizieren und an

⁷⁷ <https://www.konsumentverket.se/languages/deutsch-tyska/> (4.11.2021).

die zuständigen Behörden weiterzugeben. Die Verbraucherbüros sind in folgenden Bereichen tätig:

- Finanzmarkt (Konsumenternas Bank- och finansbyrå)
- Versicherungen (Konsumenternas Försäkringsbyrå)
- Energie (Konsumenternas energimarknadsbyrå)
- Telekommunikation (Telekområdgivarna)

6.1.3 Verbraucherberatung der Kommunen

Ergänzend zum landesweiten Angebot von Hallå konsument bieten viele Gemeinden ihren Einwohnern auch kommunale Verbraucherberatung an. Dieses Beratungsangebot ist auf eine persönliche Unterstützung ausgelegt und umfasst auch persönliche Gespräche. Dadurch kann auch besonderen Verbraucherbedürfnissen entgegengekommen werden, wie bei Menschen mit Behinderungen oder Sprachschwierigkeiten.

Die Fragen können Hilfe bei der Einreichung einer Beschwerde über ein Produkt oder eine Dienstleistung und Informationen über die Rechte und Pflichten des Verbrauchers umfassen. Die Verbraucherberater*innen helfen etwa bei der Auslegung von Verträgen oder vermitteln zwischen Verbrauchern und Unternehmen.

Die meisten Gemeinden arbeiten auch präventiv, indem sie z. B. Unternehmern, Schülern und Verbänden Informationen über Verbraucherrecht, Werbung und Beeinflussung, persönliche Finanzen sowie sicheren und umweltverträglichen Konsum zur Verfügung stellen.⁷⁸

6.1.4 Verbraucherverbände

Sveriges Konsumenter ist der Dachverband von 19 Verbraucherverbänden in Schweden. Seine hauptsächliche Zielsetzung ist es, Verbraucherinteressen politisch zu vertreten. Derzeit sind die prioritären Handlungsfelder von Sveriges Konsumenter Lebensmittel, Finanzdienstleistungen, Textilien und digitale Dienstleistungen sowie nachhaltiger Konsum als übergreifende Priorität.⁷⁹

Die Arbeit von Sveriges Konsumenter wird zum Teil durch Mitgliedsbeiträge der Mitgliedsorganisationen, zum Teil durch staatliche Zuschüsse von Konsumentverket und zum Teil durch externe Projektzuschüsse finanziert.⁸⁰

Sveriges Konsumenter ist gleichzeitig Träger der Testorganisation Rad & Rön, die ein Testmagazin und vergleichende Warentests im Internet anbietet. Die Angebote von Rad & Rön werden auf der Basis von Abonnements gegen Mitgliedsgebühren zur Verfügung gestellt.⁸¹

⁷⁸ <https://www.hallakonsument.se/om-oss/kommunal-konsumentvagledning-kvl>

⁷⁹ <https://www.sverigeskonsumenter.se/in-english/> (4.11.2021).

⁸⁰ <https://www.sverigeskonsumenter.se/om-oss/hur-vi-arbetar/var-finansiering/> (5.11.2021).

⁸¹ <https://www.radron.se/prenumerera-pa-rad-ron/> (4.11.2021).

6.2 Trägerschaft und Finanzierung von Konsumentverket

6.2.1 Aufgabenzuweisung an Konsumentverket

Die Aufgaben von Konsumentverket werden in einer Verordnung des Finanzministeriums aus dem Jahr 2009 konkret festgelegt.⁸² Danach hat Konsumentverket folgende Aufgaben:

- die Überwachung von Unternehmen und Durchsetzung der in den Zuständigkeitsbereich der Behörde fallenden Verbraucherschutzvorschriften,
- die Bereitstellung von Informationen für Verbraucher*innen zu Rechtsfragen und zu anderen Fragen, die für informierte Konsumententscheidungen wichtig sind und
- die Stärkung der Verbraucherposition auf dem Markt durch Kontakte mit privaten Akteuren, etwa durch Branchenvereinbarungen und Standardisierung.

Des Weiteren hat Konsumentverket nach der Verordnung die Aufgabe, Märkte zu beobachten und verschiedene EU-Rechtsakte durchzusetzen, insbesondere im Rahmen der grenzüberschreitenden Durchsetzung des Verbraucherrechts (CPC-Verordnung).

Auf der Webseite von Konsumentverket wird außerdem die Ausbildung und Beratung der Verbraucherberater*innen der Kommunen und der Budget- und Schuldenberater*innen als Aufgabe von Konsumentverket genannt.⁸³

Konsumentverket ist verpflichtet, Umweltziele zu beachten und die Geschlechterperspektive sowie die Perspektive von Menschen mit Behinderung einzubeziehen.

Die Aufgaben und Berichtspflichten werden im jährlichen Regulierungsschreiben der Regierung konkretisiert. Aufgrund dieser Anforderungen legt das Management der schwedischen Verbraucherzentrale Ziele und einen Wirtschaftsplan fest.

⁸² https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/forordning-2009607-med-instruktion-for_sfs-2009-607 (5.11.2021).

⁸³ <https://www.konsumentverket.se/languages/deutsch-tyska/> (7.11.2021).



Abbildung 17: Organigramm von Konsumentverket. Quelle: Konsumentverket.⁸⁴

Folgende drei zentralen Tätigkeitsbereiche werden im Jahresbericht von Konsumentverket ausgewiesen:

- Verbraucher – d. h. die Informations- und Beratungstätigkeit von Hallå konsument
- Wissensaufbau – d. h. Forschung und Marktbeobachtung
- Unternehmen – d. h. einerseits die Information von Unternehmen über verbrauchernahe Themen, andererseits Marktüberwachung und Rechtsdurchsetzung.

Die folgende Übersicht veranschaulicht die Verortung von Konsumentverket in der verbraucherpolitischen Institutionenlandschaft.

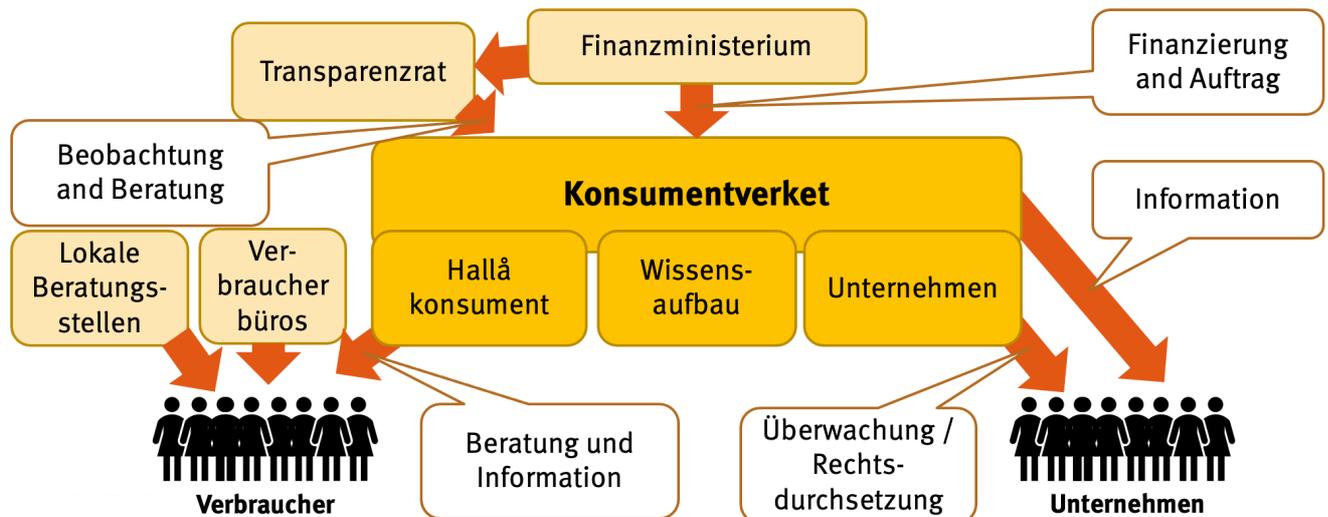


Abbildung 18: Tätigkeitsbereiche und institutionelle Verortung von Konsumentverket. Quelle: ConPolicy; eigene Darstellung.

⁸⁴ https://www.konsumentverket.se/contentassets/1b656e5383a942cc98c288181bf98670/organisation-2021-09-kov_en.pdf (5.11.2021).

6.2.2 Finanzierung von Konsumentverket

Der Haushalt von Konsumentverket wird vom schwedischen Parlament im Rahmen des gesamten Staatshaushalts beschlossen. Aufgrund dieses Beschlusses erlässt das Finanzministerium einen Zuwendungsbescheid, in dem die konkreten Haushaltsmittel mit entsprechenden Zweckbestimmungen festgelegt werden.⁸⁵

Das Budget des Jahres 2020 betrug insgesamt 179,4 Millionen Schwedische Kronen. Das entspricht 17,9 Millionen Euro (vgl. Abbildung).

Budget von Konsumentverket in Mio. SEK	2018	2019	2020
Tätigkeitsbereich Verbraucher*innen	66,6	69,6	69,9
Tätigkeitsbereich Wissensaufbau	52,6	50,0	50,0
Tätigkeitsbereich Unternehmen	55,1	57,3	59,3
Summe	174,4	176,9	179,4

Abbildung 19: Budget von Konsumentverket nach Tätigkeitsbereichen. Datenquelle: Konsumentverket.⁸⁶ Eigene Darstellung (ConPolicy).

6.3 Leistungen von Konsumentverket für Verbraucher*innen

Direkte Leistungen von Konsumentverket für Verbraucher*innen sind die Beratungs- und Informationsangebote des Informationsdienstes Hallå konsument. Rechtsgrundlage für die Errichtung des Verbraucherinformationsdienstes ist eine Verordnung des schwedischen Finanzministeriums aus dem Jahr 2014.

Hallå konsument bietet Beratung über sein Internetangebot sowie per Telefon, E-Mail und Chat an. Der Dienst agiert landesweit und kooperiert mit zahlreichen Behörden und Agenturen, mit den vier Verbraucherbüros (Konsumentbyråer) und der Verbraucherberatung der Kommunen. Hallå konsument wird jährlich etwa 100.000 mal kontaktiert; die Webseite verzeichnet etwa 100.000 Besuche pro Jahr.⁸⁷

Hallå konsument berät Verbraucher*innen in allgemeiner Form zum Kauf von Waren und Dienstleistungen, zu Beschwerden und zum Verbraucherrecht und zu nachhaltigen Konsummöglichkeiten. Falls erforderlich, vermittelt Hallå konsument Expert*innen bei anderen Behörden, bei den Verbraucherbüros und bei den kommunalen Verbraucherberatungen. Die Beratung ist für Verbraucher*innen kostenlos.

Hallå konsument führt keine Rechtsstreitigkeiten oder Vermittlungstätigkeiten durch und gibt auch keine individuelle Rechtsberatung im Einzelfall. Hierfür können Verbraucher*innen die Angebote der Verbraucherbüros oder der lokalen Beratungsstellen der Kommunen in Anspruch nehmen (s. o. Abschnitte 6.1.2 und 6.1.3).

⁸⁵ <https://www.esv.se/statsliggaren/regleringsbrev/?RBID=20415> (5.11.2021).

⁸⁶ Konsumentverket, Jahresbericht 2020, S. 9. Abgerufen von <https://publikationer.konsumentverket.se/var-verksamhet/arsredovisning> (5.11.2021).

⁸⁷ Konsumentverket, Informationsblatt General facts about the Swedish Consumer Agency (SCA).

Für Verbraucher*innen sind die Leistungen der staatlichen Stellen im Verbraucherschutz (Konsumentverket, Hallå konsument, kommunale Verbraucherberatungsstellen und Verbraucherbüros) kostenlos.

6.4 Gewährleistung der Unabhängigkeit

Aufgrund der staatlichen Finanzierung ist Konsumentverket unabhängig von Unternehmen und kommerziellen Interessen. Allerdings ist Konsumentverket durch die öffentliche Finanzierung und der Regierung für ihre Entscheidungen direkt rechenschaftspflichtig.⁸⁸ Politische Einflussnahmen sind daher möglich.

Um dafür zu sorgen, dass Konsumentverket seine Aufgaben für den Verbraucherschutz wahrnimmt, gibt es verschiedene Kontrollsysteme:

Intern sorgt ein von der Regierung ernannter Transparenzrat für Transparenz in der Tätigkeit der Behörde. Der Rat tagt 4-5 Mal pro Jahr.⁸⁹

Extern wird Konsumentverket vom schwedischen Justizkanzler und vom Justiz-Ombudsmann mit Blick auf die Einhaltung rechtlicher Vorschriften überprüft und vom schwedischen Rechnungshof hinsichtlich einer sinnvollen und effizienten Verwendung der öffentlichen Mittel kontrolliert.

6.5 Durchsetzung des Verbraucherrechts

In Schweden gibt es unterschiedliche Verfahren, um auf Verstöße gegen Verbraucherrecht zu reagieren. Große Bedeutung für die Beilegung individueller Konflikte haben Streitschlichtungsverfahren. Sofern Rechtsverstöße systematischer Art sind und auf rechtswidrigen Geschäftspraktiken von Unternehmen beruhen, kommt die behördliche Rechtsdurchsetzung durch Konsumentverket und den Konsumentombudsman (KO) zum Einsatz. Diese Verfahren werden nachstehend dargestellt.

6.5.1 Streitschlichtung: Allmänna Reklamationsnämnden (ARN)

Allmänna Reklamationsnämnden - zu deutsch Öffentliches Reklamationsamt - (ARN) ist eine staatliche Behörde mit einem gerichtsähnlichen Verfahren. Die Hauptaufgabe der Behörde ist die unparteiische Beilegung von Streitigkeiten zwischen Verbraucher*innen und Unternehmen. Anträge an die Behörde sind schriftlich zu stellen.

ARN gibt Empfehlungen für die Lösung von Verbraucherstreitigkeiten. Beispielsweise kann die Behörde einem Unternehmen empfehlen, bei einem Sachmangel Nacherfüllung zu leisten. Die Empfehlungen des Amtes sind nicht bindend, aber die meisten Unternehmen richten sich danach. Die Bearbeitungszeit beträgt in der Regel sechs Monate. Gebühren werden nicht erhoben.⁹⁰

⁸⁸ <https://www.konsumentverket.se/om-konsumentverket/var-verksamhet/var-organisation/sa-styrs-vi/insynsradet/> (5.11.2021).

⁸⁹ <https://www.konsumentverket.se/om-konsumentverket/var-verksamhet/var-organisation/sa-styrs-vi/insynsradet/> (5.11.2021).

⁹⁰ Darstellung entnommen von <https://www.arn.se/om-arn/Languages/deutsch-was-ist-arn/> (5.11.2021).

Im Jahr 2020 wurden dem ARN 27.863 Fälle vorgelegt, was einem Anstieg von 7.150 Fällen gegenüber dem Vorjahr entspricht (35 %). In 43 % der von ARN im Jahr 2020 untersuchten Fälle wurde den Verbrauchern ganz oder teilweise Recht gegeben. 76 % der im Jahr 2020 getroffenen Entscheidungen wurden befolgt.⁹¹

Neben dem ARN führen auch die kommunalen Verbraucherberatungsstellen bei Konflikten zwischen Verbraucher*innen und Unternehmen Mediationsverfahren durch.⁹²

6.5.2 Rechtsdurchsetzung durch Konsumentverket

Aufgabe von Konsumentverket ist es, die Befolgung des Verbraucherrechts und des Produktsicherheitsrechts zu kontrollieren und für die Einhaltung der Rechtsvorschriften zu sorgen. Hierbei werden Verbraucherbeschwerden ausgewertet, von denen jährlich etwa 16.000 bei Konsumentverket eingehen. Zusätzlich werden pro Jahr etwa 400 systematische Marktkontrollen durchgeführt.⁹³

Dabei ist Konsumentverket primär bemüht, Unternehmen auf freiwilliger Basis zur Befolgung der Rechtsvorschriften zu bewegen. Im Jahr 2020 wurde dies bei 75 Prozent der Fälle erreicht.⁹⁴ Bei schwerwiegenderen Verstößen leitet Konsumentverket Durchsetzungsverfahren ein, woraufhin Sanktionen gegen Unternehmen ausgesprochen werden.

Als prioritäre Aufgabenfelder für die Durchsetzung des Verbraucherrechts durch Konsumentverket werden genannt: Reisen, Gesundheit, öffentliches Gesundheitswesen, elektronische Kommunikation, Wohnen, Energie und Kraftfahrzeuge, Versicherungen, Anlagen und Renten sowie Kredit- und Zahlungsdienste.⁹⁵

Querschnittsthemen, die in der Rechtsdurchsetzung über alle Sektoren hinweg besonders beobachtet wurden, waren im Jahr 2020 personenbezogene Daten, umweltbezogene Angaben im Marketing, Preismarketing und Social Media Marketing.⁹⁶

Im Jahr 2020 wurden 276 Durchsetzungsverfahren abgeschlossen, was unterhalb der Zielmarke von 300 Verfahren lag.⁹⁷ Die Zielverfehlung wird unter anderem damit erklärt, dass aufgrund von Corona der Verbraucherinformationsdienst besonders nachgefragt war und daher Mitarbeiter*innen der Rechtsdurchsetzung im Bereich der Verbraucherinformation eingesetzt wurden.

Ein Schwerpunkt der Rechtsdurchsetzungstätigkeit von Konsumentverket war im Jahr 2020 die Rückerstattung von Zahlungen für Pauschalreisen und Flüge bei der Stornierung durch den Veranstalter oder die Fluggesellschaft.⁹⁸ Im allgemeinen

⁹¹ Darstellung entnommen von <https://www.arn.se/om-arn/statistik/> (5.11.2021).

⁹² <https://www.hallakonsument.se/om-oss/kommunal-konsumentvagledning-kvl> (7.11.2021); s. o. Abschnitt 6.1.3 zu den kommunalen Verbraucherberatungsstellen.

⁹³ Konsumentverket, Informationsblatt General facts about the Swedish Consumer Agency (SCA).

⁹⁴ Konsumentverket, Jahresbericht 2020 (vgl. Fn. 86), S. 28.

⁹⁵ Konsumentverket, ebd.

⁹⁶ Konsumentverket, ebd.

⁹⁷ Konsumentverket, ebd.

⁹⁸ Konsumentverket, Jahresbericht 2020 (vgl. Fn. 86), S. 12.

Wettbewerbsrecht im Jahr 2020 spielten etwa Verstöße der Werbung gegen die Vermarktungsvorschriften für Tabak und Alkohol eine zentrale Rolle.⁹⁹

6.5.3 Rechtsdurchsetzung durch den Konsumentombudsman (KO)

Die Generaldirektorin von Konsumentverket ist zugleich Verbraucherombudsmann (Konsumentombudsman - KO). In dieser Funktion fällt ihr die Aufgabe zu, das Verbraucherrecht durch behördliche Zwangsmittel oder Gerichtsverfahren durchzusetzen, sofern eine freiwillige Rechtsbefolgung nicht erreichbar ist. Hierfür gibt es unterschiedliche Möglichkeiten:

Kollektive Rechtsdurchsetzung

Der KO kann einem Unternehmen durch eine einstweilige Verfügung die Verwendung bestimmter Marketing- oder Vertragsbedingungen untersagen.

Wenn die Rechtslage unklar ist oder wenn der Verstoß eines Unternehmens gegen bestimmte Marktgesetze eine Geldstrafe wegen Marktstörung nach sich ziehen kann, bringt der KO das Unternehmen vor das Patent- und Marktgericht. In diesem Fall wird die Entscheidung über ein Verbot bestimmter Marketing- oder Vertragsbedingungen vom Gericht getroffen. Bei schwerwiegenden Verstößen gegen bestimmte Marketinggesetze kann das Gericht das Unternehmen außerdem zur Zahlung einer Geldstrafe wegen Marktstörung verurteilen.

Vertretung von Verbraucher*innen vor Gericht

Der KO kann Verbraucher auch vor Gericht vertreten. Dafür gibt es zwei Möglichkeiten:¹⁰⁰

- Der KO kann Verbraucher*innen in einem Rechtsstreit mit Unternehmen als Rechtsvertreter vor Gericht beistehen. In diesem Fall trägt die öffentliche Hand die Kosten für den Prozess.
- Die KO kann eine Gruppe von Verbrauchern in einer Sammelklage vor Gericht oder vor der Allgemeinen Beschwerdestelle (ARN) vertreten.¹⁰¹

Die Befugnisse des KO werden ergänzend zur allgemeinen Marktüberwachung von Konsumentverket eingesetzt, so etwa bei der Entschädigung von Verbraucher*innen bei stornierten Reisen und Veranstaltungen. Diese haben einerseits zu einer Reihe von Verfahren von Konsumentverket gegen Fluggesellschaften und Reiseveranstalter geführt und zusätzlich zu einer einstweiligen Verfügung des KO gegen eine Fluggesellschaft.¹⁰² Die Anzahl von Verfahren des KO ist überschaubar, wie die nachfolgende Übersicht zeigt.

⁹⁹ Konsumentverket, Jahresbericht 2020 (vgl. Fn. 86), S. 13.

¹⁰⁰ https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/forordning-2009607-med-instruktion-for_sfs-2009-607, § 5.

¹⁰¹ <https://www.konsumentverket.se/om-konsumentverket/konsumentombudsmannen-ko/>

¹⁰² Konsumentverket, Jahresbericht 2020 (vgl. Fn. 86), S. 28.

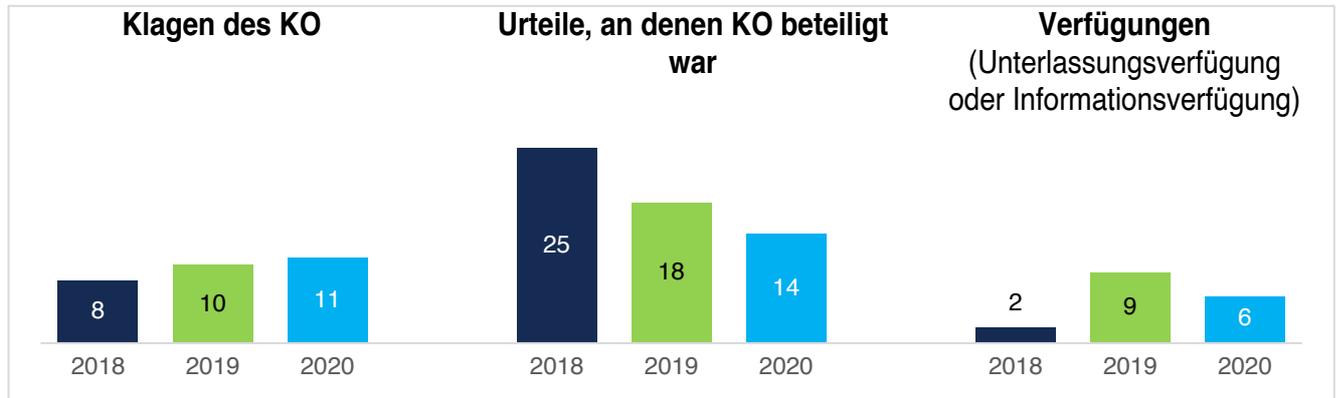


Abbildung 20: Rechtsdurchsetzungstätigkeit des KO. Quelle: Konsumentverket, Jahresbericht 2020, S. 23 (Übersetzung: ConPolicy).

6.6 Empirische Absicherung der Arbeit

Konsumentverket führt Verbraucherumfragen, Untersuchungen zum Zustand der Märkte aus Verbrauchersicht und zu speziellen Problemen in einzelnen Märkten durch. Die Ergebnisse werden auf der Webseite von Konsumentverket veröffentlicht und stehen dort zum kostenlosen Download zur Verfügung.

Konsumentverket geht den Entwicklungen auf den Verbrauchermärkten auch mit wissenschaftlichen Untersuchungen auf den Grund, so aktuell etwa mit einer Studie zu den Effekten von Dark Patterns auf Verbraucher*innen.¹⁰³

Konsumentverket erstellt außerdem Statistiken, etwa regelmäßige Beschwerdestatistiken über die häufigsten Verbraucherprobleme und über diejenigen Unternehmen, die in Berichten und Beschwerden von Konsumentverket und Hallå konsument am häufigsten erwähnt werden („Top Ten“).¹⁰⁴

¹⁰³ <https://www.konsumentverket.se/globalassets/publikationer/produkter-och-tjanster/ovriga-omraden/underlagsrapport-2021-1-barriers-digital-market-konsumentverket.pdf> (5.11.2021).

¹⁰⁴ <https://www.konsumentverket.se/om-konsumentverket/analys-och-omvarldsbevakning/> (4.11.2021).

7. Auswertung

Ziel des folgenden Kapitels ist es, für die weitere Diskussion über die Fortentwicklung des Verbraucherschutzes in Österreich aus den beschriebenen Organisationsmodellen und Arbeitsweisen **Schlussfolgerungen** abzuleiten, die mögliche Entwicklungslinien für Verbraucherschutzinstitutionen aufzeigen. Grundlage hierfür ist der virtuelle **Stakeholderworkshop**, den das Bundesministerium Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz der Republik Österreich am 10.11.2021 veranstaltet hat (vgl. die Agenda im *Anhang*). Impulsgeber*innen und Diskussionsteilnehmer*innen des Stakeholderworkshops waren Vertreter*innen der vorstehend beschriebenen europäischen Verbraucherorganisationen.

Übergeordnet hat der Stakeholderworkshop gezeigt, dass Verbraucherschutz nur dann erfolgreich ist, wenn folgende **Bedingungen** erfüllt sind:

- Die Verbraucherarbeit deckt durch **Leistungen in den Bereichen Beratung, Information und Rechtsdurchsetzung** zentrale Verbraucherbedürfnisse ab.
- Es existieren **geeignete Verfahren, um die Verbraucherbedürfnisse unterschiedlicher, auch vulnerabler Verbrauchergruppen zu identifizieren** und passende Angebote zu entwickeln.
- Die **Stimme der Verbraucher wird im politischen Prozess auf Augenhöhe** eingebracht.
- Verbraucherschutzorganisationen tragen zu einem **verbraucherfreundlichen Angebot der Wirtschaft** bei.

Manche dieser Erfolgsbedingungen werden bei den verschiedenen Organisationen ähnlich umgesetzt, manche auch unterschiedlich. Im Folgenden wird unter Einbeziehung einschlägiger wissenschaftlicher Erkenntnisse zusammengefasst, **auf welche Weise die unterschiedlichen Umsetzungsvarianten zur Erreichung der Erfolgsbedingungen beitragen**.

Auf dieser Grundlage sollte **im nächsten Schritt** geprüft werden, **welche der Umsetzungsvarianten sich für die spezifische Situation in Österreich am besten eignen** und inwiefern Veränderungen gegenüber der bisherigen Organisation und Arbeitsweise angeraten sind.

7.1 Aufgabenwahrnehmung in den Bereichen Beratung, Information und Rechtsdurchsetzung

Alle näher untersuchten Verbraucherorganisationen decken ein breites Aufgabenfeld von Beratung, Information und Rechtsdurchsetzung ab (vgl. die Überblicksgrafik auf S. 2).

Beratungs- und Informationsangebote helfen Verbraucher*innen vor einem Kauf dabei zu verstehen, welche Produkte oder Dienstleistungen sie benötigen und bei welchen Anbietern sie diese finden können. Sie gleichen dadurch die typische Informationsasymmetrie zwischen Verbraucher*innen und Anbietern aus.¹⁰⁵

Rechtsschutzangebote helfen Verbraucher*innen, ihr „rationales Desinteresse“ zu überwinden. Dieses resultiert aus einer Kombination aus hohem Aufwand und unsicherer Erfolgswahrscheinlichkeit mit der Folge, dass Verbraucher*innen regelmäßig davon Abstand nehmen, ihre bestehenden Rechte durchzusetzen.¹⁰⁶

Insofern ist eine **Kombination aus Beratung und Information auf der einen Seite und Rechtsdurchsetzung auf der anderen Seite** erforderlich, um konkrete Lösungen für typische, aus dem Macht- und Informationsgefälle zwischen der Anbieter- und Nachfrageseite resultierende Verbraucherprobleme zu bieten.

Die Erfahrung der untersuchten Verbraucherorganisationen zeigt, dass es sinnvoll ist, **Beratung und Information auf der einen Seite sowie Rechtsdurchsetzung auf der anderen Seite in einer Einrichtung zu kombinieren**, da Informationen über Rechtsverletzungen aus der Beratung direkt in entsprechenden Rechtsdurchsetzungsaktivitäten (sowie in die Marktbeobachtung) münden können.

In der konkreten Ausgestaltung gibt es allerdings **Differenzierungen**: Im Fall von **Which?** ist die eigene Rechtsdurchsetzung zwar eine Aufgabe der Institution, die hauptsächliche Aktivität von Which? besteht aber darin, die **zuständigen Behörden zu Durchsetzungsmaßnahmen aufzufordern**. Im Fall des **vzbv** werden Beratung und Information von den **Verbraucherzentralen der Länder** wahrgenommen. Diese führen selbst auch Rechtsdurchsetzungsverfahren durch; viele wichtige Rechtsdurchsetzungsverfahren, insbesondere die für die Durchsetzung von Zahlungsansprüchen wichtigen Musterfeststellungsklagen werden hingegen primär vom vzbv als Dachorganisation wahrgenommen. Schließlich ist die Durchführung von **vergleichenden Warentests** als Spezialfall von Beratungs- und Informationsangeboten nur bei Which? und Altroconsumo Teil des Angebots. Der vzbv in Deutschland und Konsumentverket in Schweden führen selbst keine Warentests durch; hierfür gibt es spezialisierte Verbraucherorganisationen (Stiftung Warentest in Deutschland – vgl. dazu S. 27, Rad & Rön in Schweden – vgl. dazu S. 34).

¹⁰⁵ Grundlegend hierzu die Erkenntnisse der Nobelpreisträger Akerlof, Spence und Stiglitz zur Informationsökonomik; vgl. Emons, Informationen, Märkte, Zitronen und Signale. Wirtschaftsdienst 2001/XI, S. 664 ff.; abgerufen von <https://www.wirtschaftsdienst.eu/pdf-download/jahr/2001/heft/11/beitrag/informationen-maerkte-zitronen-und-signale-zum-nobelpreis-an-george-akerlof-michael-spence-und-josep.html> (9.12.2021).

¹⁰⁶ Grundlegende hierzu etwa J. Keßler, Jürgen Keßler (2016), Verbraucherrechte wirksam durchsetzen. Ansatzpunkte für eine Stärkung kollektiver Rechtsdurchsetzung. Abgerufen von <https://library.fes.de/pdf-files/wiso/12307.pdf> (9.12.2021).

Dennoch bleibt das **Fazit**, dass **für eine wirksame Aufgabenwahrnehmung im Verbraucherschutz abgestimmte Aktivitäten in den Bereichen Beratung, Information und Rechtsdurchsetzung erforderlich sind**.

7.2 Verfahren zur Identifikation der Bedürfnisse aller Verbrauchergruppen

Eine zentrale Erfolgsvoraussetzung für Verbraucherschutzeinrichtungen ist nach den übereinstimmenden Einlassungen aller vertretenen Verbraucherorganisationen das **Vertrauen der Verbraucher*innen in die Institution**.

Um dieses Vertrauen zu erwerben, ist es notwendig, die **Bedürfnisse von allen (insbesondere auch der vulnerablen) Verbraucher*innen zu kennen** und die Angebote und Aktivitäten danach auszurichten.

Die unterschiedlichen Verfahren für die Identifikation der Verbraucherbedürfnisse werden nachfolgend präsentiert.

7.2.1 Auswertung von Beratung, Information und Rechtsdurchsetzung

Grundlegend für alle untersuchten Verbraucherorganisationen ist es, **Beratung, Information und Rechtsdurchsetzung** mit Blick auf die zu Tage tretenden Verbraucherprobleme **auszuwerten**. Aus dem direkten Verbraucherkontakt lassen sich Informationen aus erster Hand gewinnen, die insofern besonders wertvoll und unverzichtbar sind.

Allerdings bedarf es der **Ergänzung durch eine systematische Marktbeobachtung**, weil stets nur ein Ausschnitt der Bevölkerung Kontakt mit Konsumentenschutzeinrichtungen aufnimmt.

7.2.2 Rückmeldungen der Mitgliederbasis

Für die **mitgliederbasierten Verbraucherverbände Which? und Altroconsumo** ist die Rückmeldung der Mitglieder eine zentrale weitere Basis ihrer Arbeit.

Vorteile dieser Verankerung in der Mitgliedschaft sind der dadurch vermittelte **direkte Zugang zur Bevölkerung** sowie die **gesellschaftliche Legitimierung der Arbeit**. Mitgliederbasierte Verbraucherorganisationen sind gehalten, die Interessen und Bedürfnisse ihrer Mitglieder sehr genau zu kennen, um die finanzielle Basis ihrer Arbeit zu erhalten. Which? und Altroconsumo beschrieben beim Stakeholderworkshop die dadurch bedingte **Verpflichtung auf die Mitgliederinteressen als wertvollen Anreiz zu einer unbedingten Verbraucherorientierung**. Die Mitgliederbasis bedingt auch eine **Rechenschaftspflicht** der Verbraucherorganisation gegenüber ihren Mitgliedern und ermöglicht dadurch eine **Kontrolle der Aufgabenwahrnehmung**.

Von Seiten des **vzbv** als eine nicht mitgliederbasierte Verbraucherorganisation wurde darauf hingewiesen, dass die **Verpflichtung auf Mitgliederinteressen die Geschwindigkeit politischer Arbeit behindern** könne. Ferner kann eine Mitgliederbasis dann limitierend wirken, wenn die **Verbraucherarbeit über die Interessen der eigenen Mitgliedschaft hinaus reichen soll** und dadurch ein Rechtfertigungsdruck gegenüber den Mitgliedern entsteht.

7.2.3 Rückmeldungen von Verbandsmitgliedern bei Dachverbänden

Der **vzbv** hat als Dachverband keine einzelnen Verbraucher*innen als Mitglieder. Mitglieder des vzbv sind vielmehr die **Verbraucherzentralen und verbraucherpolitische Verbände**. Diese sorgen durch ihre Rückmeldungen und durch die Unterstützung von politischen Interventionen des vzbv für eine **breite Verankerung in der Gesellschaft**. Allerdings ist der dadurch vermittelte **Eindruck von den Interessen und Bedürfnissen der Verbraucher*innen sehr indirekt**. Für eine direkte Kenntnis der Verbraucherrealität ist daher eine eigene **Marktbeobachtung** für den vzbv unverzichtbar.

7.2.4 Umfragen, Erhebungen, Marktbeobachtung

Alle näher untersuchten Verbraucherorganisationen führen **eigene Umfragen, Erhebungen und weitere Verfahren zur Marktbeobachtung** durch.

Sozialwissenschaftliche Erhebungen sind besonders bei den nicht mitgliederbasierten Konsumentenschutzinstitutionen vzbv und Konsumentverket unverzichtbar, aber auch Which? nutzt Umfragen, Fokusgruppen und andere sozialwissenschaftliche Methoden intensiv, um seine Leistungen an den Verbraucherinteressen auszurichten.

Wertvoll sind diese Methoden deshalb, weil sie **quantifizierbare Erkenntnisse über die Verbraucherinteressen auf repräsentativer Basis** ermöglichen und durch die Erhebung soziodemographischer und -ökonomischer Merkmale auch **Unterschiede in den Interessenlagen verschiedener Verbrauchergruppen** offenlegen können.

Damit sozialwissenschaftliche Verfahren tatsächlich die Interessen der Verbraucher*innen zutage fördern, ist eine **transparente und unvoreingenommene Methodik notwendig**, die von einem Erkenntnisinteresse geleitet wird und nicht von einer feststehenden Programmatik des Verbandes.

Eher auf der Seite der Unternehmen setzt die **Marktbeobachtung** an, deren Ziel es ist, problematisches Anbieterverhalten etwa durch Mysteryshopping zu identifizieren. Die Marktbeobachtung spielt eine besondere Rolle in der Tätigkeit des vzbv (vgl. oben S. 31). Auch Which? hat hier einen Schwerpunkt und setzt dabei auch investigative Methoden ein (vgl. oben S. 17).

7.2.5 Beteiligungsformate und aktivierende Verbraucherarbeit

Besonders Which? und Altroconsumo setzen über sozialwissenschaftliche Methoden hinaus auch Verfahren ein, um **Verbraucher*innen direkt in die Verbraucherarbeit einzubinden**.

Bei **Which?** wählen die Mitglieder die Aufsichtsorgane der Organisation; sie haben zudem die Möglichkeit, an Befragungen und Austauschformaten mitzuwirken. Auch **Altroconsumo** bietet Austauschmöglichkeiten im Internet an. Altroconsumo ermöglicht es Verbraucher*innen darüber hinaus, sich selbst als Verbraucherberater*in zu betätigen und an Tests mitzuwirken; das FestivalFuturo gibt Verbraucher*innen einen Eindruck von den Verbrauchertemen der Zukunft (s. o. S. 24).

Beim **vzbv** ist das Projekt „Lebensmittelklarheit“ ein Ansatz in eine ähnliche Richtung: Hier können Verbraucher*innen Produkte melden, deren Kennzeichnung unklar oder irreführend ist.¹⁰⁷

Solche **Beteiligungsformate ermöglichen eine noch bessere Aktivierung der Bevölkerung für die Verbraucherarbeit**. Sie erfordern allerdings einigen **Aufwand**. Gerade digitale Formate müssen auch hinreichend gegen **Manipulation und Sabotage** gesichert sein.

7.3 Politische Interessenvertretung

Zentrale Anliegen des Verbraucherschutzes können von Verbraucherorganisationen nicht direkt gelöst werden, sondern nur durch die Instrumente der Politik. Einheit bestand beim Stakeholderworkshop, dass eine **politische Interessenvertretung auf Augenhöhe mit der Wirtschaft eine zentrale Aufgabe von Konsumentenschutzeinrichtungen** ist. Diese Aufgabe wird dementsprechend auch von allen untersuchten Organisationen abgedeckt (vgl. Übersicht auf S. 2).

Welchen **Stellenwert die politische Konfliktlösung** unter den Aufgaben der Organisation hat und welche **politischen Strategien** genutzt werden, unterscheidet sich zwischen den untersuchten Verbraucherorganisationen.

7.3.1 Politische Interessenvertretung abgeleitet aus Interessen der Mitgliedschaft

Bei den mitgliedschaftlich organisierten Verbraucherorganisationen **Which? und Altroconsumo** ergibt sich die **Aufgabe der politischen Interessenvertretung aus den Mitgliederinteressen**, ergänzt um das **gemeinwohlorientierte Mandat der Trägerorganisation** (bei Which?: Consumers Association, bei Altroconsumo: Associazione Altroconsumo).

Die politische Interessenvertretung wird daher vornehmlich von den Erkenntnissen aus der Mitgliederbasis gespeist. Die Mitgliederbasis schafft **Legitimität und Vertrauen**, kann aber möglicherweise auch die politischen Forderungen **limitieren**. Außerdem ist mit Blick auf die Finanzierung der Organisation die Entwicklung von **Angeboten für die Mitglieder möglicherweise vorrangig** gegenüber der politischen Arbeit.

7.3.2 Politische Interessenvertretung bei staatlich finanzierten Konsumentenschutzeinrichtungen

Unter den staatlich finanzierten Konsumentenschutzeinrichtungen gibt es bei vzbv und Konsumentverket zwei unterschiedliche Strategien:

- Der **vzbv hat als öffentlich finanzierter Verbraucherverband primär die Aufgabe, die Verbraucherinteressen politisch eigenständig zu vertreten**.
- Demgegenüber ist **Konsumentverket als Verbraucherbehörde in die Regierung eingebunden** und nimmt politische Interessenvertretung nicht eigenständig, sondern als **Beratungsaufgabe gegenüber der Regierung** wahr.

¹⁰⁷ <https://www.lebensmittelklarheit.de> (abgerufen 9.12.2021).

Der **vzbv in Deutschland** verfügt als **privatrechtlich organisierter Verband über gute Zugänge zu Medien und politischen Entscheidungsträgern**; die Fokussierung auf politische Interessenvertretung ermöglicht die **Professionalisierung** der Arbeit. Gleichzeitig verspricht politische Interessenvertretung im Erfolgsfall eine **große Reichweite der erzielten Lösungen** – medial wie von der Wirkung für Verbraucher*innen her. Für einen dauerhaften Erfolg ist es hierbei zentral, dass die politische Arbeit ihre Legitimation transparent aus den **Ergebnissen der Marktbeobachtung bezieht**.

Demgegenüber ist in **Schweden** die politische Interessenvertretung aufgeteilt zwischen der Verbraucherbehörde **Konsumentverket** und dem Verbraucherverband **Sveriges Konsumenter**. **Konsumentverket** setzt das Recht durch, beschreibt Fehlentwicklungen auf den Märkten und fordert von der Regierung entsprechendes politisches Handeln ein, allerdings aus einer **internen Position als Bestandteil der Regierung**. **Sveriges Konsumenter** vertritt die politischen Interessen der Verbraucher*innen ähnlich wie der vzbv als **primär öffentlich finanzierter Verbraucherverband eigenständig**, hat aber nicht dieselben finanziellen und personellen Ressourcen wie Konsumentverket.

7.4 Förderung eines verbraucherorientierten Angebots der Wirtschaft

Für Verbraucherorganisationen ist es wichtig, Unternehmen zu verbraucherorientierten Angeboten zu bewegen. Hierbei werden unterschiedliche Strategien verfolgt.

7.4.1 Direkte unternehmerische Angebote für Verbraucher*innen

Die mitgliedschaftlich organisierten Verbände **Which? und Altroconsumo** bieten Verbraucher*innen auf der Grundlage von Unternehmenskooperationen **besonders verbraucherfreundliche Angebote direkt zum Erwerb an**, betätigen sich also selbst als Anbieter. Grundlage hierfür sind Unternehmenskooperationen, etwa in Form des „Best Buy“-Angebots von Which? (s. o. S. 15) oder in Form des Altroconsumo-Siegels (s. o. S. 22). Altroconsumo betätigt sich ferner auch als Versicherungsvermittler für geprüfte, besonders verbraucherfreundliche Versicherungen (s. o. S. 20). Which? bietet Verbraucher*innen auch die Möglichkeit, getestete Produkte direkt über die Which?-Webseite von Amazon zu erwerben. Für die Vermittlung der Käufe erhält Which? eine Provision (s. o. S. 14).

Solche **verbraucherfreundlichen Konsumangebote** bieten Verbraucher*innen einen **direkten Nutzen**, sie schaffen einen **unmittelbar wirksamen Anreiz für Unternehmen für Verbraucherorientierung** und sie verschaffen Verbraucherorganisationen **zusätzliche Einnahmemöglichkeiten**.

Allerdings machen sie **besondere Vorkehrungen** erforderlich, damit **Angebote und Unternehmen weiterhin aus unabhängiger Verbraucherperspektive bewertet** werden.

7.4.2 Abgrenzung von Unternehmen

Eine Strategie der klaren Abgrenzung gegenüber Unternehmen verfolgt der **vzbv**: Der vzbv geht **in keiner Form Kooperationen mit Unternehmen** ein und nutzt stattdessen **Gerichtsurteile und Gesetze**, um Unternehmen zu einem verbraucherfreundlichen Verhalten zu bewegen.

Damit wird das **Risiko einer Vereinnahmung vermieden**, und gleichzeitig stützt eine harte Linie den Ruf der **Unabhängigkeit des Verbandes** und wirkt insofern **vertrauensbildend bei Verbraucher*innen**.

Um Unternehmen zu verbraucherorientiertem Verhalten zu bewegen, setzt der vzbv neben der politischen Arbeit insbesondere **die Rechtsdurchsetzung** ein. Ein wichtiger Baustein in der Rechtsdurchsetzung des vzbv sind **Abmahnungen, die geeignet sind, verbraucherrechtswidriges Unternehmenshandeln schnell und ohne hohe Gerichts- und Anwaltskosten abzustellen** (s. o. S. 30).

Weniger relevant sind in der Tätigkeit des vzbv **direkte Lösungen auf dem Verhandlungsweg mit Unternehmen**. Diese werden in Deutschland von anderen Akteuren entwickelt, etwa in Dialogprozessen des Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV).¹⁰⁸

7.4.3 Kombination von Information, Dialog und Rechtsdurchsetzung

Die schwedische Verbraucherbehörde **Konsumentverket** nutzt eine **Kombination von Information, Dialog und Rechtsdurchsetzung**, um Unternehmen zu einem verbraucherfreundlichen Verhalten zu bewegen.

Zunächst ist es Aufgabe der Unternehmenssparte von Konsumentverket, **Unternehmen zu Fragen des Verbraucherrechts und der Verbraucherorientierungen zu beraten und zu informieren**.

Wenn Konsumentverket über seine Marktbeobachtung oder über Verbraucherbeschwerden über verbraucherschädigende Unternehmenspraktiken erfährt, so versucht die Behörde zunächst, das betreffende Unternehmen **durch Dialog zu einem verbraucherorientierten Verhalten zu bewegen**. Bei festgestellten Rechtsverstößen führt das in 75 Prozent der Fälle zum Erfolg (s. o. S. 39).

Sofern aber eine Lösung durch Dialog nicht erreichbar ist, verfügt Konsumentverket auch über wirksame Mittel der **Rechtsdurchsetzung**.

Die beschriebene Mischung aus Information, Dialog und Rechtsdurchsetzung kann auf Seiten der Wirtschaft **wirksame Anreize zur Verbraucherorientierung** setzen. Information und Dialog ermöglichen ein **Verständnis für die Anforderungen der Verbraucherorientierung**, die Rechtsdurchsetzung steht dabei als Druckmittel zur Verfügung, wenn nötig. Allerdings muss darauf geachtet werden, dass zu viel Bemühen um freiwillige und konsensuale Lösungen nicht dazu führt, dass **gesetzliche Standards nicht mehr effektiv durchgesetzt werden**.

¹⁰⁸ vgl. z. B. Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV), Corporate Digital Responsibility (CDR)-Initiative. Abgerufen von https://www.bmju.de/DE/Themen/FokusThemen/CDR_Initiative/CDR_Initiative_node.html (13.12.2021).

8. Fazit

Der Überblick über Organisationsformen und Arbeitsweisen ausgewählter europäischer Konsumentenschutzinstitutionen zeigt eine **Vielfalt an Angeboten und Problemlösungsstrategien** auf. Je nach politischem und institutionellem Kontext wird die Aufgabenwahrnehmung des Verbraucherschutzes unterschiedlich akzentuiert. Die untersuchten Konsumentenschutzinstitutionen **interagieren mit vielen anderen Institutionen von Staat und Zivilgesellschaft**; um ein vollständiges Bild von der Aufgabenwahrnehmung des Verbraucherschutzes zu erlangen, müsste das Gesamtbild der Institutionenlandschaft im Verbraucherschutz betrachtet werden. Das war im Rahmen dieser Untersuchung nur ansatzweise möglich.

Dennoch lässt sich unter den untersuchten europäischen Konsumentenschutzinstitutionen **Einigkeit über zentrale Erfolgsbedingungen einer erfolgreichen Aufgabenwahrnehmung im Verbraucherschutz** erkennen. Diese Erfolgsbedingungen sind:

- ein umfassendes Angebot an direkten Leistungen für Verbraucher*innen **in den Bereichen Beratung, Information und Rechtsdurchsetzung**,
- **geeignete Verfahren, um die Verbraucherbedürfnisse unterschiedlicher, auch vulnerabler Verbrauchergruppen zu identifizieren** und passende Angebote zu entwickeln,
- eine **politische Interessenvertretung der Verbraucher*innen auf Augenhöhe mit der Wirtschaft**, sowie
- ein Beitrag der Verbraucherschutzorganisationen zu einem **verbraucherfreundlichen Angebot der Wirtschaft**.

Die **ersten beiden Erfolgsbedingungen** werden in den untersuchten Konsumentenschutzinstitutionen in ähnlicher Weise erfüllt. Das spricht dafür, dass die **hier identifizierten Strategien als Good Practice verallgemeinerbar** sind.

Bei den **beiden letztgenannten Erfolgsbedingungen** gibt es **unterschiedliche Umsetzungsoptionen**. Bemerkenswert ist, dass die beiden **mitgliederbasierten Organisationen Which? und Altroconsumo ähnliche Strategien** anwenden, während die beiden **staatlich finanzierten Organisationen vzbv und Konsumentverket hier sehr unterschiedlich agieren**. Hierdurch wird deutlich, dass die **Organisation von Konsumentenschutzinstitutionen in Form eines privatrechtlichen Verbandes oder einer Behörde die Aufgabenwahrnehmung** unabhängig von der Art und Weise der Finanzierung **prägt**.

Anhang: Agenda des Stakeholderworkshops vom 10.11.2021

Anlass: Stakeholderworkshop: Organisation des Verbraucherschutzes in ausgewählten europäischen Ländern

Datum: 10. November 2021 von 10.00 bis 13.00 Uhr

Ort: Online-Meeting

10:00-10:15 Begrüßung

- Dr. Ulrich Herzog (Bundesministerium Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz, Leiter der Sektion Konsumentenpolitik und Verbrauchergesundheit)
- Prof. Dr. Christian Thorun (ConPolicy-Institut für Verbraucherpolitik, Geschäftsführer)

10:15-11:45 Impulse nationaler Verbraucherorganisationen: Wie sieht die Organisation des Verbraucherschutzes in ausgewählten europäischen Ländern aus?

- Luisa Crisigiovanni (Italien, Altroconsumo, Generalsekretärin)
- Sue Davis (UK, Which?, Leiterin Verbraucherrechte und Lebensmittelpolitik)
- Klaus Müller (Deutschland, vzbv, Vorstand)
- Schweden, Konsumentverket – nachrichtlich vorgestellt von Dr. Otmar Lell (ConPolicy-Institut für Verbraucherpolitik, Projektmanager)¹⁰⁹

11:45-12:00 Kaffeepause

12:00-12:50 Podiums- und Publikumsdiskussion mit Vertreter*innen nationaler Verbraucherorganisationen: Wie sieht eine zukunftsfähige europäische Verbraucherorganisation aus?

- Luisa Crisigiovanni (Italien, Altroconsumo, Generalsekretärin)
- Sue Davis (UK, Which?, Leiterin Verbraucherrechte und Lebensmittelpolitik)
- Klaus Müller (Deutschland, vzbv, Vorstand)

12:50-13:00 Resümee und Ausblick

Moderation der Veranstaltung: Prof. Dr. Christian Thorun (ConPolicy-Institut für Verbraucherpolitik, Geschäftsführer)

¹⁰⁹ Da Konsumentverket wegen anderweitiger Verpflichtungen an dem Stakeholderworkshop nicht teilnehmen konnte, wurden Organisationsmodell und Arbeitsweise durch ConPolicy recherchiert und auf der Veranstaltung nachrichtlich vorgestellt. Die referierten Inhalte wurden im Vorfeld mit Konsumentverket abgestimmt.