

info

NEWSLETTER #02/2021

Der Sachverständigenrat für Verbraucherfragen informiert.

Liebe Leserinnen und Leser,

vor Ihnen liegt die aktuelle Ausgabe des SVRV-Newsletters zu Themen, Literaturempfehlungen und spannenden Veranstaltungen rund um die Fragen der Verbraucherinnen und Verbraucher. Hier ein kurzer Überblick über die Themen, die uns zurzeit bewegen:

Neben der Veröffentlichung unseres Gutachtens zur Lage der Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland am 20. April sind dies insbesondere

- eine Befragung zum Thema Umwelt(un)wissen
- eine mögliche Elementarschaden-Versicherungspflicht, welche die Pandemie wieder in die Diskussion gebracht hat.

Als Sachverständigenrat für Verbraucherfragen beraten wir das [Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz](#) und verstehen uns im öffentlichen Diskurs als Impulsgeber zur Gestaltung einer wissenschaftlich fundierten Verbraucherpolitik.

Sollten Sie Anregungen haben oder sollten Ihnen wichtige Informationen fehlen, nehmen wir Ihr Feedback gern entgegen.

Wir wünschen eine anregende Lektüre.

Ihr SVRV



WIR ÜBER UNS

Gutachten zur Lage der Verbraucherinnen und Verbraucher in der Bundespressekonferenz vorgestellt

Der SVRV hat am 20. April 2021 sein [Gutachten zur Lage der Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland](#) in der Bundespressekonferenz an Bundesministerin Christine Lambrecht übergeben. Damit setzt der SVRV seinen Auftrag aus dem Einrichtungserlass um, nämlich „ein Gutachten zur Lage der Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland insgesamt und zu ausgewählten Verbraucherfragen oder -problemen“ vorzulegen.

Während der SVRV bereits mehrere Gutachten zu ausgewählten Verbraucherfragen und Themen vorgelegt hat, hat er nun sein erstes breit angelegtes Gutachten zur Lage der Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland veröffentlicht.

Aufgabe des Gutachtens ist es, die aus Sicht der Verbraucherinnen und Verbraucher zentralen Probleme und Herausforderungen darzustellen, sowie dort, wo es zweckmäßig und notwendig erscheint, Handlungsempfehlungen für die Verbraucherpolitik auszusprechen. Das Gutachten ist auf der [Website des SVRV](#) zu finden. Es fokussiert die Themenfelder Wohnen, Mobilität, Ernährung, Nachhaltiger Konsum, Digitale Welt sowie das Instrument der Verbraucherinformation. Die zum Jahresanfang 2021, zu dem das Gutachten abgeschlossen wurde, sichtbaren Auswirkungen der Covid-19-Pandemie werden dabei berücksichtigt. Ausgangspunkt sind die durch Fokusgruppen- und repräsentative Bevölkerungsbefragungen im Auftrag des SVRV ermittelten lebensweltlichen Probleme und Wünsche der Verbraucherinnen und Verbraucher. Im Folgenden werfen wir ein paar Schlaglichter auf die jeweiligen Ergebnisse. Die Veranstaltung wurde live durch den Sender Phoenix übertragen.



20.04.2021. Foto: BMJV/ photothek/ Florian Gaertner

Lagegutachten: „Faktoren für gutes Wohnen in Deutschland“

Wohnen gehört zu den „Top Ten“ der für die Menschen wichtigen Lebensbereiche. An der Spitze der Begriffe, die im Jahr 2015 spontan auf die Frage „was wichtig im Leben ist?“ in der [repräsentativen Stichprobe des Sozio-oekonomischen Panels \(SOEP\)](#) genannt wurden, steht mit Abstand die Gesundheit, dann kommen die Bereiche Familie und Kinder, Einkommen und Finanzen, Freundschaft, Frieden, Arbeit und dann Wohnen (einschließlich des Umfelds). Bei der Frage danach was Lebensqualität ausmacht stehen die Begriffe „sicher“, „sozial“ und „Finanzen/Geld“ an der Spitze, es folgen Arbeit, Frieden und Freiheit.

Wohnen liegt im Mittelfeld der Lebensqualität, da Gesundheit und das Gesundheitssystem als Merkmale von Lebensqualität sehr oft genannt werden. Und die Daten des SOEP, die für das Kapitel „Wohnen“ ausgewertet wurden, zeigen auch, dass das Wohnen der große Lebensbereich ist, mit dem die Menschen in Deutschland am zufriedensten sind. Auf einer Skala von null (ganz und gar unzufrieden) bis zehn (ganz und gar zufrieden) liegt der Zufriedenheitswert bei acht. Das hat sich auch in der Pandemie kaum geändert, während die Zufriedenheit mit dem Leben insgesamt von etwa 7,5 auf knapp sieben zurückgegangen ist.

Der SVRV zieht aus diesem und anderen Befunden die Schlussfolgerung, dass der Mieterschutz in Deutschland insgesamt gut funktioniert. Was Verbesserungsbedarf im Detail nicht ausschließt. Eigentümer sind erkennbar mit ihrer Wohnung zufriedener als Mieter, aber auch für Mieter liegt die Wohnzufriedenheit im Durchschnitt über der allgemeinen Lebenszufriedenheit.

Eine eigens für das Gutachten durchgeführte repräsentative Erhebung zeigt, dass auf die Frage was gutes Wohnen ausmacht, die Begriffe „Ruhe“ und „Bezahlbarkeit“ an der Spitze stehen. Wobei Ruhe für Eigentümer am wichtigsten ist und Bezahlbarkeit für Mieter. Da Ruhe und Bezahlbarkeit im ländlichen Raum einfacher zu realisieren sind als in Städten, führen diese Wünsche dazu, dass es in Deutschland eine beachtliche Pendel-Mobilität gibt.

Lagegutachten: „Verringerung des Mobilitätsdrucks“

Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland unterliegen einem hohen Mobilitätsdruck: Sehr viele pendeln im Alltag zwischen Wohnort und Arbeitsort und legen zusätzlich zwischen Einkaufsorten, Ämtern, Versorgungsinstitutionen und Freizeitstätten mehr oder weniger weite Wege zurück. Wer Sorgeverpflichtungen hat, muss oft zusätzlich Wege zu Kindertagesstätten, Schulen, Alters- und Pflegeheimen etc. bewältigen. Damit einhergehend machen Mobilitätskosten auch einen hohen Anteil an den Konsumausgaben aus: Nach Wohnkosten 35 Prozent und Ernährungskosten 14 Prozent geben Verbraucherinnen und Verbraucher für ihre Mobilität den drittgrößten Teil ihres Budgets aus 14 Prozent. Mobilität ist daher als ein wesentlicher Teil der Daseinsvorsorge zu sehen, denn sie ist notwendig, um chancengleich an der Gesellschaft teilzuhaben und alltägliche Grundbedürfnisse wie Bildung, medizinische Versorgung oder Lebensmitteleinkauf zu befriedigen. Vor diesem Hintergrund identifiziert dieses Kapitel aus Sicht der Verbraucherinnen und Verbraucher bestehende Herausforderungen und

Probleme im Bedarfsfeld Mobilität. Datengrundlage für die folgenden Darstellungen bildet ein Methoden-Mix: Die Erkenntnisse aus sechs Fokusgruppen, die im Auftrag des SVRV mit Verbraucherinnen und Verbrauchern in verschiedenen Regionen Deutschlands durchgeführt wurden, um mit ihnen über ihre Alltagserfahrungen im Bereich der Mobilität zu diskutieren, wurden mit Expertengesprächen und den Befunden standardisierter Erhebungen zusammengebracht ("trianguliert").

Als Hauptergebnis lässt sich festhalten, dass Verbraucherinnen und Verbraucher über alle betrachteten sozialen Gruppen und Regionen hinweg die größten Versorgungslücken und Belastungen im Bedarfsfeld Mobilität in Bezug auf öffentliche Verkehrsmittel (im Nah- und Fernverkehr) sehen. Zu den dringlichsten Herausforderungen gehören der schwierige Zugang zu öffentlichen Verkehrssystemen, deren Taktungen und ungünstige Fahrzeiten sowie mangelnde Zuverlässigkeit. In Bezug auf den Individualverkehr beklagen die Verbraucherinnen und Verbraucher am meisten die mangelnde Sicherheit beim Fahrradfahren sowie die Kosten für Unterhalt und Gebrauch eines Autos. Umweltauswirkungen der verschiedenen Verkehrsmittel sind den meisten bewusst, aufgrund des hohen Mobilitätsdrucks und den Mängeln im öffentlichen Verkehr und im Langsamverkehr (zu Fuß gehen, Fahrradfahren) sehen sie aber kaum Handlungsmöglichkeiten, das eigene Mobilitätsverhalten umweltgerecht umzugestalten. Aus diesen Erkenntnissen werden elf Handlungsempfehlungen an die Politik abgeleitet.

Lagegutachten: „Zur Ernährung Vertrauen schaffen und bessere Information ermöglichen“

Das Bedarfsfeld Ernährung stellt sich als ein zentraler und zugleich komplexer Konsumbereich für Verbraucherinnen und Verbraucher dar. Er geht mit vergleichsweise hohen Ausgaben einher, ist ein wesentlicher Bestandteil des Alltags und dient zur eigenen Identitäts- und Lebensstilbildung. Gleichzeitig gibt es für die Ernährung eine unübersichtliche Anzahl vielfältiger Waren und Vertriebsformen. Im Auftrag des SVRV wurden für dieses Gutachten sechs Fokusgruppen mit Verbraucherinnen und Verbrauchern in verschiedenen Regionen Deutschlands durchgeführt. Diese zeigten viele und unterschiedliche Problemlagen. Als besonders problematisch empfanden die Verbraucherinnen und Verbraucher die Themenbereiche Inhaltsstoffe und Nährwertkennzeichnung, Gütesiegel, Regionalität und Herkunft von Lebensmitteln, Fleischkonsum sowie Kosten der Ernährung.

Speziell in den Fokus genommene Verbraucherinnen und Verbraucher mit türkischem oder arabischem Migrationshintergrund sind aufgrund religiöser Anforderungen an Lebensmittel mit weiteren besonderen Problemlagen konfrontiert. Auf Basis der Diskussionen in den Fokusgruppen und als Ergebnis von Interviews mit Expertinnen und Experten lassen sich drei zentrale Handlungsfelder für die Politik ableiten, die ihre Wirksamkeit nur im Zusammenspiel entfalten: Um Informationsasymmetrien abzubauen und einer beobachtbaren Vertrauenserosion entgegenzuwirken, sind Verbraucherinformationen ein wichtiges Instrument. Gütesiegel und Label spielen vor diesem Hintergrund eine bedeutende Rolle. Eine unüberschaubare „Labelflut“ verschärft aber das Problem der Verbraucherüberforderung, denn für Verbraucherinnen und Verbraucher ist es sehr aufwendig, die Qualität und Zuverlässigkeit eines Gütesiegels einzuschätzen. Auch die Verbraucherbildung ist ein

wichtiges Handlungsfeld, da sie die Mündigkeit der Verbraucherinnen und Verbraucher erhöhen kann. Da unser Ernährungsverhalten maßgeblich in der frühen Kindheit geprägt wird, ist dahingehende Verbraucherbildung insbesondere in Schulen und Kindertagesstätten sinnvoll. Als drittes zentrales Handlungsfeld wird die Verbesserung staatlicher Kontrollen und Rechtsdurchsetzung dargestellt. Die Verbraucherinnen und Verbraucher sind verunsichert, welche Inhaltsstoffe und Produktionsbedingungen in bzw. hinter ihren Lebensmitteln stecken und ob die Angaben auf den Produkten halten, was sie versprechen. Sie erwarten stärkere staatliche Regulierung und Kontrolle. Aus den gewonnenen Erkenntnissen wurden sechs Handlungsempfehlungen an die Politik abgeleitet.

Lagegutachten: „Nachhaltiger Konsum von Bewusstsein, Kompetenz und Gelegenheit bestimmt“

Für die Erreichung der globalen UN-Nachhaltigkeitsziele („SDGs“), an denen sich die Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie orientiert, spielt das Ziel 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ eine zentrale Rolle. SDG 12 nimmt alle relevanten Akteure – die Politik, die Wirtschaft und jede und jeden Einzelnen – in die Verantwortung, das Produktions-Konsumsystem aktiv mitzugestalten. Eine Grundlage oder gar Voraussetzung für diese Umgestaltung bildet eine breite Verankerung von Nachhaltigkeitsbewusstsein, Nachhaltigkeitsliteracy (mit Fokus auf Literacy für nachhaltigen Konsum) und Gelegenheit zum nachhaltigen Handeln. Diese drei Voraussetzungen werden in dem vorliegenden Gutachten hinsichtlich eines langfristig nachhaltigen Konsums näher erläutert.

Die empirischen Analysen des vorliegenden Gutachtens zeigen, dass das Bewusstsein für nachhaltigen Konsum und die Literacy für nachhaltigen Konsum grundsätzlich in der Gesellschaft in Deutschland verankert sind. Jedoch ist das konkrete Verständnis für die Mehrdimensionalität des Nachhaltigkeitsbegriffs, also die systemische Integration der ökologischen, sozialen und ökonomischen Aspekte, wenig ausgeprägt. Auch sind die Kompetenzen in den Dimensionen „Beurteilen“ von Nachhaltigkeitsinformationen und „Handeln“ für Nachhaltigkeit heterogen. Und in vielen Bereichen laufen die Gelegenheiten den Fähigkeiten und Bereitschaften zuwider – es fehlt also an Gelegenheiten für nachhaltigen Konsum.

Um die Nachhaltigkeitsziele zu erreichen, müssen die Menschen „mitgenommen“ werden und müssen ihre Teilhabe am Diskurs und der Gestaltung gewährleistet werden. Entsprechend empfiehlt Der SVRV der Bundesregierung und ihren Ressorts, im Rahmen der Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie die verbraucherpolitische Perspektive weiter zu entwickeln, umzusetzen und zu kommunizieren. Diese sollte sich kohärent an den globalen Zielen für nachhaltige Entwicklung der Agenda 2030, den Sustainable Development Goals orientieren und die ökologischen, sozialen und ökonomischen Nachhaltigkeitsdimensionen berücksichtigen. Der SVRV empfiehlt ein regelmäßiges, wissenschaftlich begleitetes Monitoring im Bereich des nachhaltigen Konsums, das um weitere Aspekte wie die Messung des Nachhaltigkeitshandelns oder Ressourcenverbräuche zu ergänzen wäre. Die Ergebnisse des Monitorings sollen zentralen Akteuren in Politik, Wirtschaft und organisierter Zivilgesellschaft und auch den Verbraucherinnen und Verbrauchern kontinuierlich zur Verfügung gestellt werden. Darüber hinaus

sollte auch die Kommunikation sowie formale, non-formale und informelle Bildung für nachhaltige Entwicklung mit Fokus auf nachhaltigem Konsum ausgebaut und gefördert werden.

Lagegutachten: „Digitale Welt fordert Verbraucherkompetenzen und Verbraucherinformation heraus“

Die Lage der Verbraucherinnen und Verbraucher in der digitalen Welt wird insbesondere durch Unterschiede in den Kompetenzen und Ressourcen zwischen Anbietern sowie Verbraucherinnen und Verbrauchern bestimmt. Deshalb wurden für dieses Gutachten zunächst die digitalen Verbraucherkompetenzen mit Hilfe einer bevölkerungsrepräsentativen Befragung erhoben. Die Ergebnisse zeigen, dass die digitalen Verbraucherkompetenzen in Deutschland derzeit Lücken aufweisen und sozial ungleich verteilt sind. Die Politik sollte priorisierte und differenzierte Maßnahmen ergreifen, um diese Lücken so weit wie möglich zu schließen. Die Wirksamkeit der Maßnahmen sollte in regelmäßigen Abständen evaluiert werden.

Vor dem Hintergrund aktueller verbraucherpolitischer Diskussionen um Informationsverpflichtungen für die Betreiber von Vergleichs- und Vermittlungsplattformen legen die empirischen Erkenntnisse nahe, dass nur etwa gut die Hälfte der aktuellen Plattformnutzerinnen und -nutzer überhaupt Interesse an Transparenzinformationen hat. Auch bleibt die tatsächliche Nutzung solcher Informationen teils deutlich hinter dem von Verbraucherinnen und Verbrauchern geäußerten Informationsinteresse zurück. Die Politik sollte die kommenden Informationsverpflichtungen deshalb mit einer systematischen Aufsicht der Anbieter digitaler Dienstleistungen und der eingesetzten Algorithmen verknüpfen. In diesem Zusammenhang sind die im Winter 2020 von der EU-Kommission vorgelegten Vorschläge für eine Verordnung über digitale Dienste im Binnenmarkt (Digital Services Act), für ein Gesetz über digitale Märkte (Digital Markets Acts), einer Verordnung über Daten-Governance (Data Governance Act) und der Vorschlag für eine Regelung für Anwendungen mit Künstlicher Intelligenz (Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council Laying Down harmonised Rules on Artificial Intelligence (Artificial Intelligence Act) and Amending Certain Union Legislative Acts) zentral.

Aus Sicht des SVRV sollten derartige Regulierungen in jedem Fall mit Maßnahmen der Verbraucherbildung flankiert und darüber hinaus Maßnahmen ergriffen werden, die für Plattformnutzerinnen und -nutzer das Problem des wahrgenommenen Aufwandes der Informationsbeschaffung reduzieren. Mit Blick auf die Sicherheit vernetzter Verbrauchergeräte im sogenannten Internet der Dinge sollte die Verbraucherpolitik die Einführung eines praxistauglichen IT-Sicherheitskennzeichens zügig vorantreiben und die Förderung zielgruppenspezifischer Informations- und Unterstützungsangebote fortsetzen und verstärken. Nicht zuletzt sollte die Verbraucherpolitik die Entwicklungen, die mit einem Betrug an Verbraucherinnen und Verbrauchern in der digitalen Welt verbunden sind, besser als bisher in den Blick nehmen.

SVRV diskutiert Lagegutachten im Ausschuss für Recht und Verbraucherschutz des Deutschen Bundestages

Mit dem Gutachten zur Lage der Verbraucherinnen und Verbraucher 2021 beschäftigte sich der Ausschuss für Recht und Verbraucherschutz auf seiner 143. Sitzung unter Leitung des stellvertretenden Vorsitzenden Heribert Hirte (CDU) am Mittwoch, dem 21. April 2021.

Weitere Informationen finden Sie hier: [Deutscher Bundestag - Rechtsausschuss diskutiert Gutachten zur Verbraucher-Lage](#)

Ausgewählte Pressereaktionen zum Lagegutachten

[Lage der Verbraucher: Uns geht es gut - Wirtschaft - Tagesspiegel](#)

[Sachverständigenrat: Jede Menge Hausaufgaben für Verbraucherpolitik \(nd aktuell\) \(neues-deutschland.de\)](#)

[Bessere Kennzeichnung für nachhaltige Produkte gewünscht, aber weniger Siegelflut \(markenartikel-magazin.de\)](#)

[Bitkom zum Gutachten zur Lage der Verbraucherinnen und Verbraucher \(finanznachrichten.de\)](#)

[Gutachten zur Lage der Verbraucherinnen und Verbraucher | Marketing-BÖRSE \(marketing-boerse.de\)](#)

[Informationsflut ist keine Hilfe für Verbraucher / vzbv begrüßt Forderungen im Gutachten des SVRV nach besseren Verbraucherinformationen – verbaende.com](#)

[Beratergremium fordert übersichtlichere Lebensmittelkennzeichnung - 20.04.2021 \(wallstreet-online.de\)](#)

[Gutachten sieht gute Lage der Verbraucher - Transparenz bei Digitalisierung nötig | Reuters](#)

[Wirtschaft, Handel & Finanzen: Beratergremium fordert übersichtlichere Lebensmittelkennzeichnung \(handelsblatt.com\)](#)



SVRV (GE-)FRAGT

Umwelt(un)wissen

VON RATSMITGLIED **PROF. GERT G. WAGNER**



Umweltfreundliches Alltagsverhalten wird nicht nur von entsprechenden staatlichen Regulierungen bestimmt (z. B. Ökosteuern) sondern auch vom Wissen der Verbraucherinnen und Verbraucher über die ökologischen Konsequenzen ihres Verhaltens.

Um mehr über die „Umwelt-Kompetenz“ der Menschen in Deutschland zu erfahren, hat der SVRV eine repräsentative Erhebung genutzt, die für das „Lagegutachten“ zu den Themen [Wohnen und Energienutzung](#) durchgeführt wurde, um konkretes Umweltwissen zu erheben. Die telefonische Befragung von rund 1.100 Personen wird künftig noch vertieft analysiert werden. Erste Ergebnisse werden jedoch bereits hier präsentiert.

In der Befragung wurde nicht nur das umweltbezogene Selbstbild erhoben, sondern es wurden auch ganz konkrete Fragen zum Wissen über die Umweltrelevanz von Alltagsverhalten gestellt. Dabei zeigt sich: die Befragten pflegen ein deutlich umweltbewusstes Selbstbild, während ihr konkretes Wissen deutlich kleiner ist. Der Aussage „Ich halte mich selbst für einen umweltbewussten Verbraucher bzw. eine umweltbewusste Verbraucherin“ stimmten 22 Prozent der Befragten voll und ganz zu, 66 Prozent stimmen eher zu und nur rund 11 Prozent stimmen eher nicht und ein Prozent überhaupt nicht zu.

Zum Umweltwissen wurde die eine Hälfte der Befragten mit vier einfachen und die andere Hälfte der Befragten vier inhaltlich komplexeren Antworten auf die gleichen vier Aussage zum jeweils selben Problembereich konfrontiert. Die Befragten wurden gebeten, zu sagen, ob die vorgegebenen Aussagen wahr oder falsch sind (darüber hinaus konnte verweigert oder mit „weiß nicht“ geantwortet werden). Erstgenannt sind im Folgenden jeweils die einfachen Varianten der Aussagen und letztgenannt die inhaltlich komplexeren Varianten der Aussagen:

- (1) „Eine stark fleischlastige Ernährung verursacht mehr Treibhausgasemissionen als eine vegetarische Ernährung“ bzw. „Eine stark fleischlastige Ernährung verursacht etwa 50 Prozent mehr Treibhausgasemissionen als eine vegetarische Ernährung“,
- (2) „Kocht man Wasser in einem Topf mit Deckel, braucht man mehr Energie als ohne den Deckel“ bzw. „Wasserkochen in einem Topf mit Deckel verbraucht im Vergleich zu einem Topf ohne Deckel ein Fünftel der Energie“,
- (3) „Die Abfüllung und Auslieferung von Mineralwasser aus Mehrwegflaschen verursacht weniger Treibhausgasemissionen als Mineralwasser aus Einwegflaschen“ bzw. „Die Abfüllung und Auslieferung von Mineralwasser aus Mehrwegflaschen verursacht halb so viele Treibhausgasemissionen wie Mineralwasser aus Einwegflaschen“,

- (4) „Eine konventionelle landwirtschaftliche Erzeugung von 1 Kg Kartoffeln verursacht weniger Treibhausgasemissionen als eine ökologische, landwirtschaftliche Erzeugung („Bio“) von 1 Kg Kartoffeln“ bzw. „Eine konventionelle landwirtschaftliche Erzeugung von 1 Kg Kartoffeln verursacht etwa zehn Mal so viele Treibhausgasemissionen wie eine ökologische, landwirtschaftliche Erzeugung („Bio“) von 1 Kg Kartoffeln“.

Wissen Sie die zutreffenden Antworten? Wahr sind jeweils beide Aussagen zu (1) und (3), die Aussagen zu (2) und (4) sind falsch.

So sieht es bei den repräsentativen Befragten aus:

- (1) In Bezug auf die Treibhausgasemission einer fleischlastigen Ernährung gaben bei der leichten Aussage 86 Prozent der Befragten die zutreffende Antwort und 82 Prozent bei der schwierigeren Frage.
- (2) In Bezug auf den Energieverbrauch beim Wasserkochen gaben bei der leichten Aussage 82 Prozent der Befragten die zutreffende Antwort und ebenso 82 Prozent bei der schwierigeren Aussage.
- (3) In Bezug auf die Treibhausgasemission von Einweg- bzw. Mehrwegflaschen gaben bei der leichten Aussage 65 Prozent der Befragten die zutreffende Antwort und sogar 68 Prozent bei der schwierigeren Aussage (der Unterschied ist statistisch nicht signifikant).
- (4) In Bezug auf die Treibhausgasemission von Bio-Kartoffeln gaben bei der leichten Aussage 59 Prozent der Befragten die zutreffende Einschätzung ab und 55 Prozent bei der schwierigeren Aussage.

Man erkennt: wenn es um die qualitative Einschätzung der Umweltfreundlichkeit alltäglichen Verbrauchs geht, liegt die Mehrheit der Befragten richtig. Allerdings ist es bezüglich Einwegflaschen eine deutlich kleinere Mehrheit als in Bezug auf fleischlastige Ernährung und Wasserkochen, und beim Kartoffelanbau ist die Mehrheit für die richtigen Antworten mit 59 Prozent bzw. 55 Prozent recht knapp (und liegen damit nahe an den 50 Prozent, die sich ergäben, wenn die Befragten einfach geraten hätten).

Der zentrale Befund ist, dass die schwierigen Aussagen von der Mehrheit der Befragten über alle vier Aussagen hinweg mit ähnlicher Treffsicherheit korrekt eingeordnet werden wie die einfachen Aussagen. Bei allen Fragen werden meist fast 20 Prozent falsche Aussagen für richtig befunden. Ob damit das Glas des Umweltwissens halb voll oder leer ist kann erst die Zukunft weisen. Kurzfristig wichtiger ist, dass weitere Analysen darauf hindeuten, dass diejenigen Befragten, die über das wie oben gemessene vertiefte Umweltwissen verfügen, trotzdem die Umwelt mehr belasten als die weniger kundigen Verbraucherinnen und Verbraucher.

Die kundigen Befragten geben zwar an eine vergleichsweise umweltfreundliche Stromart (wie z. B. Pelletheizung oder Wärmepumpe) zu nutzen als vergleichbare Befragte mit weniger Umweltwissen. Freilich sind Befragte mit stärker ausgeprägtem Umweltwissen in der Regel auch gut ausgebildet und verfügen über ein überdurchschnittliches Haushaltseinkommen. Der insgesamt erhöhte Lebensstandard dieser Gruppe, die z. B. insgesamt mehr Flugreisen unternimmt und insgesamt höhere Konsumausgaben hat, führt schließlich dazu, dass trotz guten Umweltwissens der CO₂-Ausstoss dieser Personen und

ihrer Haushalte über dem Durchschnitt liegt. Dieser Befund zeigt wiederum auf die eingangs erwähnte Überlegung, dass auf staatliche Regulierungen, die die Umweltfreundlichkeit des Konsums steuern, auch bei verbesserten Umweltwissen nicht verzichtet werden kann.

Pandemie bringt auch Elementarschaden-Versicherungspflicht wieder in die Diskussion

Der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) hat eine „Pandemie-Versicherung“ zur Absicherung der gewerblichen Wirtschaft gegen die finanziellen Folgen systemischer Risiken wie Terror und Pandemien in die Diskussion gebracht. Bei einer [Diskussionsveranstaltung des GDV](#) hat SVRV-Mitglied Gert G. Wagner diese Idee im Grundsatz begrüßt und daran erinnert, dass die Überlegungen des GDV zu einer „Pandemie-Versicherung“ es nahelegen, dass der GDV seine ablehnende Haltung gegenüber einer [Versicherungspflicht gegen Elementarschäden](#) (z. B. Hochwasser und Starkregen) - wie sie vom SVRV 2019 vorgeschlagen wurde - überdenkt.

- ▶ **Mehr unter:** <https://www.wiwo.de/unternehmen/versicherer/versicherung-gegen-pandemien-hilft-keinem-mittelstaendler-sondern-nur-der-versicherungswirtschaft/27019596.html>

<https://versicherungsmonitor.de/2021/03/04/versicherungspflicht-mit-fragezeichen/>

- ▶ **Mehr unter:** <https://www.versicherungsmagazin.de/rubriken/branche/mit-praevention-besser-gegen-pandemien-gewappnet-sein-2862971.html>





SCHON GEWUSST...?

EU Consumer Protection 2.0 Structural asymmetries in digital consumer markets

VON NATALI HELBERGER, ORLA LYNSKEY, HANS-W. MICKLITZ, PETER ROTT, MARIJN SAX, JOANNA STRYCHARZ, BRUSSELS, MÄRZ 2021 VERÖFFENTLICHUNG

Das Projekt European Union Consumer Protection 2.0 (EUCP2.0) ist eine Forschungs- und Advocacy-Initiative, die von BEUC mit Unterstützung der Adessium Foundation ins Leben gerufen wurde und darauf abzielt, die Probleme anzugehen, die die digitalen Verbraucherinnen und Verbraucher von heute plagen und die digitale Gesellschaft als Ganzes untergraben. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf der Verhaltensmanipulation, der Ausnutzung von Schwachstellen, der allgegenwärtigen Personalisierung, die die Wahlfreiheit beeinträchtigt, sowie dem Aufstieg der größten digitalen Plattformen, die zu einem wesentlichen Element der modernen Gesellschaft geworden sind, jedoch ohne jegliche Verantwortung, die diese Position widerspiegeln würde.

► **Mehr unter:** https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2021-18_eu_consumer_protection.0_0.pdf

Neue Veröffentlichung: „Verbraucherwissenschaften“

VON RATSMITGLIED PETER KENNING, ANDREAS OEHLER, LUCIA A. REISCH

In diesem Buch wird das vielfältige Themenfeld der Verbraucherwissenschaften wissenschaftlich-konzeptionell definiert, skizziert und strukturiert. Ausgewählte Problemfelder der Verbraucherwissenschaften und der Verbraucherpolitikberatung stehen im Fokus wie z.B. Finanzen, Digitale Welt, Energie, Ernährung, Nachhaltigkeit und Gesundheit. Ausgewiesene Expertinnen und Experten stellen die wichtigsten Themengebiete systematisch vor und betrachten Verbraucherinnen und Verbraucher zusätzlich aus der Praxisperspektive.

► **Mehr unter:** <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-29935-4>

Neue Veröffentlichung: „Akzeptanz von Kriterien für Gesundheits- und Fahrer-Scoring“

VON FELIX G. REBITSCHKE; GERD GIGERENZER, CHRISTIAN GROSS, ARIANE KEITEL, SARAH SOMMER UND GERT G. WAGNER

Unter dem Titel „Acceptance of criteria for health and driver scoring in the general public in Germany“ ist in der internationalen Fachzeitschrift „PLoS One“ ein Aufsatz erschienen, der auf der Datenerhebung des SVRV-Gutachtens zum [Verbraucher-Scoring](#) beruht. Er analysiert die Bonusprogramme zahlreicher Krankenversicherer, die das Gesundheitsverhalten der Kunden bewerten, und Telematik-Tarife von Autoversicherern, die das Fahrverhalten bewerten. In einer bevölkerungsrepräsentativen Befragung von etwa 2000 Erwachsenen in Deutschland wird die Akzeptanz der Kriterien (Merkmale), die den Scoring-Programmen zugrunde liegen, untersucht: für das Fahrerscoring die Geschwindigkeit, SMS schreiben während der Fahrt, Fahrzeit und Beschleunigungs- und Bremsverhalten sowie für das Gesundheitsscoring die Gehstrecke pro Tag, Schlafstunden pro Nacht, Alkoholkonsum, Gewicht, Teilnahme an empfohlenen Krebsvorsorgeuntersuchungen und Tabakrauchen.

Es zeigt sich, dass die Versicherer in Deutschland selten die Kriterien verwenden, die die Teilnehmer als am relevantesten und vertretbarsten ansehen, also den Raucherstatus für das Gesundheitsscoring und die Smartphone-Nutzung für das Fahrerscoring. Die Analysen zeigen, dass die Akzeptanz nur geringfügig vom Geschlecht, dem Bildungsstatus und dem Alter abhängt – wobei die Akzeptanz von Telematik-Tarifen bei Jüngeren am deutlichsten ins Auge springt.

Die Ergebnisse der Veröffentlichung können helfen, die Präferenzen der (potentiellen) Kunden zu verstehen und Versicherungs-Tarife zu entwerfen, die auf wissenschaftlichen Erkenntnissen über Verhaltensweisen und Faktoren basieren, die mit guter Gesundheit und sicherem Fahren in Verbindung stehen und daher eher akzeptiert würden.

► **Mehr unter:** <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0250224>

Schufa-Chefin will das Misstrauen gegen Deutschlands größte Auskunftstei abbauen

VON **FRANK MATTHIAS DROST**, HANDELSBLATT

Die Schufa steht regelmäßig in der Kritik wegen ihres Umgangs mit Daten. Jetzt will die Auskunftstei eine Transparenz-Offensive starten. Kritiker sind zurückhaltend.

- **Mehr unter:** <https://www.handelsblatt.com/finanzen/steuern-recht/recht/tanja-birkholz-schufa-chefin-will-das-misstrauen-gegen-deutschlands-groesste-auskunftei-bekaempfen/26993642.html?ticket=ST-8836882-E9zmBa0jM7Yu9h7aw2bY-ap5>

vzbv richtet Schulportal neu aus

VON **VZBV**

Verbraucherbildung ist Zukunft. Sie befähigt junge Menschen, ein verantwortungsvolles Leben zu führen und souveräne Konsumententscheidungen zu treffen. Bei der Vermittlung von Verbraucherbildung spielen Schulen eine entscheidende Rolle. Das komplett überarbeitete Portal www.verbraucherbildung.de des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv) unterstützt Bildungsinstitutionen und Lehrende durch zielgruppenspezifische Informationen und Angebote.

- **Mehr unter:** <https://www.verbraucherbildung.de/>

Gesunde Pommes, schädlicher Bio-Drink – So entschlüsseln Sie die Lebensmittel-Ampel

VON **FLORIAN GEHM, CHRISTINE HAAS**

Auf Lebensmitteln von mehr als hundert Unternehmen finden Verbraucher bereits den „Nutri-Score“. Wie gesund die Produkte wirklich sind, bleibt dennoch rätselhaft. WELT erklärt, wie Verbraucher im Supermarkt den Überblick behalten – und bessere Angebote finden.

- **Mehr unter:** <https://www.welt.de/finanzen/article227029859/Nutri-Score-So-lesen-Sie-die-Lebensmittel-Ampel-richtig.html>

Elektrogeräte: Neue Energielabels ab März 2021

VON VERBRAUCHERZENTRALE NORDRHEIN WESTFALEN

Für einige Elektrogeräte gibt es ab März 2021 neue EU-Effizienzlabels zum Energieverbrauch. Die neuen Labels haben nur noch die Effizienzklassen A bis G. Die Angaben zum Stromverbrauch auf den neuen Energielabels sind nicht mit denen der alten Etiketten vergleichbar. Der Grund sind veränderte Messverfahren, die eine alltägliche Nutzung der Geräte besser berücksichtigen.

► **Mehr unter:** <https://www.verbraucherzentrale.nrw/aktuelle-meldungen/energie/elektrogeraete-neue-energielabels-ab-maerz-2021-52005>

Faire Lebensmittel: Das bedeuten die Label

VON VERBRAUCHERZENTRALE NORDRHEIN WESTFALEN

Zahlreiche Siegel geben Auskunft über Produktionsbedingungen von Lebensmitteln. Aber welche? Und neu: Ein schwarzer Pfeil neben dem Fairtrade-Logo zeigt jetzt an, wenn nicht alle Zutaten eines Mischprodukts aus fairem Handel kommen.

► **Mehr unter:** <https://www.verbraucherzentrale.nrw/wissen/lebensmittel/lebensmittelproduktion/faire-lebensmittel-das-bedeuten-die-label-18796>

BMJV legt Forschungsbericht zur Allgemeinen Verbraucherschlichtungsstelle und zur Universalschlichtungsstelle des Bundes in Kehl vor

VON BMJV

Derzeit gibt es in Deutschland 26 Verbraucherschlichtungsstellen, die auf einzelne Rechtsgebiete spezialisiert sind und Streitigkeiten zwischen Verbraucherinnen und Verbrauchern mit Unternehmen etwa in den Bereichen Banken, Reise oder Versicherungen schlichten. Um den Verbraucherinnen und Verbrauchern den Zugang zu einer qualifizierten Verbraucherschlichtung auch dann zu ermöglichen, wenn keine branchenspezifische Schlichtungsstelle zur Verfügung steht, hat das BMJV die Allgemeine Verbraucherschlichtungsstelle in Kehl finanziell gefördert.

► **Mehr unter:** https://www.bmjb.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2021/02/19_Schlichtung.html
<http://www.bmjb.de/SiteGlobals/Frontend/Images/Newsletter/logo-bmjb.png?blob=normal>

Online-Workshops Verbraucherforschung 2021: Konsumlust und Konsumfrust

VON **KOMPETENZZENTRUM VERBRAUCHERFORSCHUNG NORDRHEIN-WESTFALEN**

Werbung suggeriert einen Lustgewinn durch das Kaufen. Jedes Produkt soll das Leben schöner oder zumindest besser machen. Doch macht das Kaufen tatsächlich zufrieden? Oder führt es, nachdem der Reiz des Neuen verflogen ist, zu Frust, Freudlosigkeit oder Langweile, welche durch ein neues Objekt überwunden werden sollen? Kann Konsum zu schlechtem Gewissen führen oder eine nachhaltige Lebensweise zu Überforderung? Diese und andere Fragen nach psychologischen, soziologischen und ethischen Aspekten von Kauf und Konsum stehen im Zentrum der Online-Workshopreihe, die das Kompetenzzentrum Verbraucherforschung NRW (KVF NRW) monatlich veranstaltet.

► **Mehr unter:** <https://www.verbraucherforschung.nrw/vernetzen/online-workshop-verbraucherforschung-2021-konsumlust-und-konsumfrust-56291>

Verantwortung von Onlineplattformen ein Plädoyer für Funktionszentrierte Verkehrspflichten

VON RATSMITGLIED **PROF. DR. LOUISA SPECHT-RIEMENSCHNEIDER**, PROF. DR. FRANZ HOFMANN, LL.M.

Der vzbv veröffentlicht ein umfassendes Gutachten von Prof. Dr. Louisa Specht-Riemenschneider und Prof. Dr. Franz Hofmann zur Verantwortung von Online-Plattformen sowie ein Kurzgutachten von Prof. Dr. Andreas Hesse zu Sorgfaltspflichten für Online-Marktplätze.

► **Mehr unter:** <https://www.infosat.de/digitale-welt/verbraucherzentrale-nutzerrechte-auf-online-plattformen-absichern>
https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/2021/02/04/specht_hofmann_gutachten_plattformverantwortlichkeitdocx.pdf

Bericht über Greenwashing

VON **BMJV**

Das europäische Verbraucherschutz-Netzwerk CPC (Consumer Protection Cooperation Network) hat in einem sogenannten "Sweep" Angaben zur Nachhaltigkeit von Produkten oder Dienstleistungen auf Webseiten geprüft. In Deutschland führte erstmals das Bundesamt für Justiz (BfJ) die Prüfung gemeinsam mit dem Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. und der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e. V. durch.

Zum Ergebnis erklärt Verbraucherschutz-Staatssekretär Prof. Christian Kastrop: „Verbraucherinnen und Verbraucher entscheiden sich immer mehr für umweltfreundliche und nachhaltige Produkte oder Dienstleistungen. Manche Unternehmen wittern hier die Chance mit vagen, irreführenden oder übertriebenen Werbeaussagen zur Nachhaltigkeit ein besseres Geschäft zu machen. Wir begrüßen es daher ausdrücklich, dass sich die Verbraucherschutzbehörden diesem „Greenwashing“ entschlossen entgegenstellen. Auch die von der EU-Kommission vorgestellte Neue Verbraucheragenda verfolgt das Ziel, das Greenwashing gegenüber Verbraucherinnen und Verbrauchern einzudämmen und vor irreführenden Aussagen zu schützen. Dieses Vorhaben unterstützen wir und werden uns intensiv und konstruktiv in die Beratungen einbringen.“

► **Mehr unter:** https://www.bmjb.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2021/0208_Greenwashing.html



SAVE THE DATE

11. Mai 2021

VIRTUELLE VERANSTALTUNG DES SVRV MIT DER FACHÖFFENTLICHKEIT: ZUR LAGE DER VERBRAUCHRINNEN UND VERBRAUCHER IN DEUTSCHLAND 2021:

Der multidisziplinäre Sachverständigenrat für Verbraucherfragen bei dem Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (SVRV) beleuchtet in seinem aktuellen Gutachten die Lage der Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland. Das Gutachten fokussiert die Themenfelder Wohnen, Mobilität, Ernährung, Nachhaltiger Konsum, Digitale Welt sowie das Instrument der Verbraucherinformation. Die bereits sichtbaren Auswirkungen der Covid-19-Pandemie werden dabei berücksichtigt. Ausgangspunkt sind die durch Fokusgruppen- und repräsentative Bevölkerungsbefragungen im Auftrag des SVRV ermittelten lebensweltlichen Probleme und Wünsche der Verbraucherinnen und Verbraucher. Der SVRV ordnet diese in den Forschungsstand ein und entwickelt Handlungsempfehlungen für die Verbraucherpolitik. In der virtuellen Veranstaltung möchte der SVRV die Grundzüge des Gutachtens einer interessierten Fachöffentlichkeit vorstellen, Fragen beantworten und ins Gespräch kommen.

- ▶ **Weitere Informationen:** Nähere Informationen zu dieser Veranstaltung und das Gutachten sind unter www.svr-verbraucherfragen.de abrufbar.

20. Mai 2021

VERANSTALTUNG DES BDI: „FORUM WIRTSCHAFT UND VERBRAUCHER“ – EIN TREFFEN MIT VERTRETERN AUS POLITIK, WISSENSCHAFT UND WIRTSCHAFT:

Gemeinsam mit dem Markenverband, dem Handelsverband Deutschland und dem Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft (ZAW) veranstaltet der BDI in der Regel im Frühjahr jedes Jahres das „Forum Wirtschaft und Verbraucher“ – ein Treffen mit Vertretern aus Politik, Wissenschaft und Wirtschaft. In diesem Rahmen wird Prof. Kenning dem Forum die Ergebnisse des Lagegutachtens vorstellen. Die Veranstaltung findet virtuell statt. Interessenten können sich per Mail unter C.Voss@bdi.eu anmelden.

- ▶ **Weitere Informationen:** <https://bdi.eu/spezial/wir-machen/>
-

27. / 28. Mai 2021

GLOBAL SOLUTIONS SUMMIT: PROGRAMM DES BMJV

Der Global Solutions Summit 2021 ist ein facettenreiches virtuelles Event, welches auf einer digitalen Plattform stattfindet. Es wird Livestream-Panels und digitale Networking-Formate für die Teilnehmer geben auf denen sie sich vernetzen und Ideen zu G20-Themen diskutieren können. Unter dem diesjährigen Motto "The Great Realignment" werden über 100 hochrangige Redner aus internationalen Organisationen, Politik, Wissenschaft und Forschung, Zivilgesellschaft und multinationalen Unternehmen aus mehr als 30 Ländern in verschiedenen Sitzungsformaten wesentliche Themen aus den Task Forces der T20 behandeln: Pandemievorsorge, Messung der Wirtschafts- und Unternehmensleistung, digitale Transformation, die UN-Agenda 2030 & Entwicklungszusammenarbeit, Circular Economy, Women's Economic Empowerment und vieles mehr.

- ▶ **Weitere Informationen:** <https://www.global-solutions-initiative.org/events/summit/summit-2021/>
<https://www.youtube.com/watch?v=5ugLOI5nv3g&feature=youtu.be>
<https://www.global-solutions-initiative.org/summit-2021-registration/>
-

08. Juni 2021

RAT FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG: 20. JAHRESKONFERENZ

Die 20. Jahreskonferenz des Rates für Nachhaltige Entwicklung (RNE) findet virtuell statt.

- ▶ **Weitere Informationen:** <https://www.nachhaltigkeitsrat.de/termine/20-jahreskonferenz-des-rates-fuer-nachhaltige-entwicklung/>
-

15. / 17. Juni 2021

INTERNATIONALE KONFERENZ DER OECD: „VERBRAUCHERMARKT DER ZUKUNFT“

Die OECD wird eine internationale Konferenz in virtuellem Format zum Thema „Der Verbrauchermarkt der Zukunft“ abhalten, auf der Experten aus Regierung, Wirtschaft und Zivilgesellschaft zusammenkommen werden, um 50 Jahre Verbraucherpolitik bei der OECD und dem CCP zu feiern. Die Konferenz wird sich mit den Herausforderungen der Digitalisierung und der Globalisierung für den Verbraucherschutz befassen und soll für OECD-Mitglieder und anderen Impulse setzen, um das volle Potenzial des Verbrauchermarktes der Zukunft auszuschöpfen. Die Teilnehmer sind eingeladen, durch eine Reihe moderierter Podiumsdiskussionen zu Themen wie der Zunahme mobiler und hypervernetzter Verbraucherinnen und Verbraucher, der Rolle von Online-Marktplätzen bei Schutz und Befähigung digitaler Verbraucherinnen und Verbraucher, der Förderung von nachhaltigem Konsum in der "grünen Wirtschaft" und den Implikationen neuer Verständnisse von Verbraucherverhalten und -schaden eine Vision für die Zukunft der Verbraucherpolitik mitzugestalten.

- ▶ **Weitere Informationen:** <https://www.oecd.org/digital/consumer/conference-consumer-marketplace-of-the-future/>

17. Juni 2021

ENABLE ERNÄHRUNGSFORSCHUNG: „FOOD REFORMULATION – REGULATION AND MARKETING“

Online Conference on „Food Reformulation – Regulation and Marketing“

- ▶ **Weitere Informationen:** <https://www.enable-cluster.de/en/food-reform>

Impressum

Geschäftsstelle des Sachverständigenrats für Verbraucherfragen
im Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz
Mohrenstraße 37
10117 Berlin

Tel.: +49 30 18 580-9555

Fax: +49 30 18 580-9525

info@svr-verbraucherfragen.de

www.svr-verbraucherfragen.de

Wenn Sie keinen Newsletter mehr erhalten möchten, senden Sie bitte eine E-Mail an info@svr-verbraucherfragen.de mit der Betreffzeile „Newsletter abbestellen“.