

2018

verbraucherzentrale

*Hessen*

JAHRESBERICHT 2018

# INHALT

Vorwort	3
---------	---

## 4 FINANZWELT

---

Immobilienfinanzierung – die Vorbereitung zählt	4
Anlageentscheidungen auf dem Prüfstand	5
Immer Ärger mit Genossenschaften	6
Schluss mit Aufschlägen für Kreditkartenzahlungen	6
Versicherte von Standard Life verlieren Insolvenzschutz	6

## 7 RECHT

---

Schlüsseldienste, Rohrreinigungen und Wespennester	7
Fünf herausragende Fälle der Rechtsdurchsetzung	8

## 10 INTEGRATION

---

Interview: „Wir haben aus unseren Fehlern gelernt“	10
Verbraucherzentrale hilft Geflüchteten	11

## 12 ERNÄHRUNG

---

Lebensmittel in Plastik: Hersteller, Handel, Politik sind gefordert	12
Klartext Nahrungsergänzung: Als Informationsquelle gefragt	13
Wacher, cooler, schneller: Sportgetränke und Energydrinks	14
Gut essen macht stark: Ernährungsbildung in Kitas und Schulen	14

## 15 INFORMATION UND BILDUNG

---

Feature – das neue Blogmagazin für junge Verbraucher in Hessen	15
Erste Verbraucherschule in Hessen	16
Mobiles Bezahlen: viele Fragen, große Unsicherheit	17
Rechnungsfrust statt Liebeslust	17
Ferienworkshop „Das kommt mir nicht in die Tüte“	17
Senioren auf Zack – Aufklärungskampagne in Osthessen	18
Veranstaltungsreihe Patientenverfügung und Pflege	18
Zu alt fürs Internet ist keiner	18

## 19 ZAHLEN, DATEN, MEINUNGEN

---

Das sagen Verbraucher über uns	19
Unsere Beratung in Zahlen	19
Die TOP 5 der Verbrauchertemen	19
Einnahmen und Ausgaben	20
Das schreibt die Presse über uns	22
Erfolgreiche Medienarbeit: Bilanz 2018	22
Mitgliedsverbände, Verwaltungsrat	23
Impressum	23

**Liebe Leserinnen und Leser,**

2018 war ein erfolgreiches Jahr für die Verbraucherzentrale Hessen. Unser Ziel war es, Verbrauchern und Verbraucherinnen den Rücken zu stärken, ihnen zuverlässige Informationen anzubieten und für ihre Rechte zu kämpfen. Das ist uns immer wieder gelungen. Zum Beispiel mit unserem Projekt „Verbraucherkompetenz für Flüchtlinge“, mit dem wir bereits über 7.000 Menschen erreicht haben. Oder mit unserem Einsatz vor Gericht, der bewirkt hat, dass ein großer deutscher Teehersteller nicht mehr mit unlauteren Gesundheitsversprechen wirbt. Oder mit der Veröffentlichung unserer „Marktwächter-Studie“ zu Anlageentscheidungen auf dem Grauen Kapitalmarkt. Herzstück unserer Arbeit war auch in 2018 die Beratung von Verbrauchern und Verbraucherinnen bei wichtigen Konsumententscheidungen und Problemen. Wir freuen uns, dass insgesamt 53.000 Menschen zu uns gefunden haben, um sich beraten zu lassen. Dabei waren besonders die Themen Rechnungsstellung und Inkasso, Verträge und Qualität von Waren und Dienstleistungen gefragt.

Unser Erfolg ist kein Grund, sich zurückzulehnen. Denn die Welt bleibt nicht stehen. Sie lebt digital. Konsumiert digital. Denkt digital. Das bietet vielen Verbrauchern und Verbraucherinnen neue Wege der Informationsbeschaffung und vereinfachte Möglichkeiten des Konsums. Gleichzeitig entstehen durch die technischen Veränderungen Gesetzeslücken, die es Unternehmen erlauben, sich in Grauzonen zu verstecken. Also viel Arbeit für uns. Wir verbuchen es als ersten wichtigen Schritt, dass zwei neue Onlineplattformen, die mit günstigen Preisen viele Verbraucher und Verbraucherinnen anlocken, auf unsere Initiative wegen Verletzungen ihrer Informationspflichten abgemahnt wurden. Denn dass die billige Ware meist von Vertragspartnern aus China kommt und eine Reklamation nahezu unmöglich ist, war (und ist) für Verbraucher und Verbraucherinnen nicht zu erkennen.

In einer sich rasant verändernden Welt wollen wir einen Schritt voraus sein. Deshalb haben wir uns in 2018 auch gefragt, wie der Verbraucherschutz der Zukunft aussehen kann. Wie wir uns aufstellen können, um einer neuen, digital denkenden Generation von Verbrauchern und Verbraucherinnen besser gerecht zu werden. Wir haben erkannt: Moderne Beratungswege sind gefragt, neue Formate und mehr Mitgestaltungsmöglichkeiten. Auch deshalb haben wir uns mit unserem neuen Blog-Magazin „Feature“ auf den Weg gemacht, um mehr junge Menschen zu erreichen. Und das ist erst der Anfang.

2019 werden wir nutzen, um unsere eigene digitale Transformation weiter voranzutreiben. Und um uns geschlossen mit Wissen, Kraft und viel Überzeugung für die Rechte aller Verbraucher und Verbraucherinnen einzusetzen. Das treibt uns an und darauf freuen wir uns.

Dr. Andrea Jahnen  
Geschäftsführender Vorstand

Elke Keppel  
Vorsitzende des Verwaltungsrates

## IMMOBILIENFINANZIERUNG – DIE VORBEREITUNG ZÄHLT

**Für die Immobilienfinanzierung gilt immer noch: Eine gute Vorbereitung lohnt sich. Nach Vertragsschluss lässt sich nichts mehr nachbessern.**

**K**ein Wunder also, dass die Verbraucherzentrale Hessen im Jahr 2018 wieder mit Fragen zur Immobilienfinanzierung konfrontiert war. Dabei gab es keine pauschalen Lösungen. Jede Finanzierung ist so individuell wie die Vorstellungen der Menschen von ihrem Eigenheim.

### **Realistische Kreditsumme**

Auffällig war, dass immer weniger Verbraucher mit einem konkreten Objekt in die Beratung kamen. Hohe Immobilienpreise, gestiegene Kaufnebenkosten und hohe Wohnnebenkosten sorgen dafür, dass die monatliche Ratenbelastung höher ausfällt als geplant – in vielen Fällen trotz angesparten Eigenkapitals. Deshalb wollten die meisten Verbraucher wissen, wie viel Kredit überhaupt realistisch ist.

### **Dauerthema Anschlussfinanzierung**

Insbesondere älteren Verbrauchern machten es die Banken schwer, eine Anschlussfinanzierung zu erhalten. Mit Verweis auf die Kreditwürdigkeitsprüfung boten sie oft kürzere Laufzeiten oder schlechte Konditionen an. In den Beratungen zu neuen Finanzierungen empfiehlt die Verbraucherzentrale Hessen daher weiterhin,

Zinsfestschreibung und Tilgungssatz so festzulegen, dass nachteilige Anschlussverträge entbehrlich sind.

### **Kaum Angebote für Immobilienrenten**

Viele Rentner sind vermögend, haben aber trotzdem zu wenig zum Leben. Ihr Geld haben sie ins Eigenheim gesteckt. Die Immobilie ist schuldenfrei, es fehlt aber an Geld für Reparaturen, Modernisierungen, Anschaffungen oder Reisen. Für sie stellt sich die Frage, ob sie ihre finanzielle Lage durch „Immobilienverzehr“ verbessern können.

Die Angebote hierfür waren spärlich, sehr unterschiedlich ausgestaltet und nicht ohne Risiken. So waren bei der Umkehrhypothek die Kreditlaufzeiten zu kurz. Bei der Leibrente war fraglich, ob die vereinbarten Leistungen über sehr lange Zeiträume überhaupt gezahlt werden können. Oftmals erhielten die Verbraucher auch nur Angebote für Rentenversicherungsmodelle mit Soforteinzahlung angeboten. Fazit: Gemessen am Bedarf und den Bedürfnissen der Interessenten enttäuschten die meisten Angebote.

### **IMMO-TALK: INFORMATIONEN RUND UM DIE IMMOBILIE AUS EINER HAND**

Mit der Veranstaltungsreihe Immo-Talk präsentierte die Verbraucherzentrale ihre Informationen in Kassel, Wiesbaden, Fulda und Gießen in einem neuen Format. An Infoständen und Vorträgen mit anschließender Fragerunde gab es Infos zur Finanzierung von Immobilien, zur energetischen Sanierung von Gebäuden und zu Versicherungen rund um Haus und Wohnung.

## ANLAGENENTSCHEIDUNGEN AUF DEM PRÜFSTAND

**Fürs Alter vorsorgen und ein finanzielles Polster schaffen – das sind die wichtigsten Anlagemotive der Verbraucher, so eine Studie zu Anlageentscheidungen, die die Verbraucherzentrale Hessen im Projekt Marktwächter durchgeführt hat.**

Die Verbraucherzentrale wollte herausfinden, welche Motive bei Anlageentscheidungen am Grauen Kapitalmarkt eine Rolle spielen. Es zeigte sich, dass die Menschen unzufrieden mit den Leistungen konventioneller Anbieter bzw. mit den Produkten sind und das Geld nicht auf dem Konto liegen lassen, sondern investieren möchten. „Tageskonto erschien mir nicht ausreichend, um meine Angst zu dämpfen vor der Altersarmut“, so ein Verbraucher. Damit ist der Weg zu einer Anlage in Immobilien, Windräder oder Container nicht mehr weit.

### Diskussion im PresseClub Frankfurt

„Sicherheit schaffen – Altersvorsorge in dynamischen Zeiten“ lautete auch das Thema einer Podiumsdiskussion der Verbraucherzentrale Hessen im September 2018. Gäste im Frankfurter PresseClub waren Wirtschaftsprofessor Dr. Andreas Hackethal, Hans-Joachim Karopka, Geschäftsführer des Forschungsinstitutes Rheingold, Europaparlamentarier der Grünen Sven Giegold und Thomas Richter, Hauptgeschäftsführer des Bundesverbands Investment und Asset Management.

### Veränderung der Lebensumstände und Vertrauen zum Vermittler

Zum Auftakt der Veranstaltung ging es um die Frage, warum es vielen Menschen schwerfällt,

vorzusorgen und manche dabei sogar ihr ganzes Kapital verlieren. Dr. Nadine Mayer von der Verbraucherzentrale Hessen stellte die Ergebnisse der Studie „Anlageentscheidungen am Grauen Kapitalmarkt“ vor: Oft gehen gravierende Veränderungen der Lebensumstände voraus. Ein vertrauensvolles Verhältnis zum Finanzvermittler spielte eine wichtige Rolle.

### Ein einfaches, flexibles und transparentes Produkt

Vorstand Dr. Andrea Jahnen berichtete aus der Beratungspraxis der Verbraucherzentralen und positionierte die Verbraucherzentrale Hessen: Damit in Zeiten instabiler Finanzmärkte und durchbrochener Erwerbsbiografien das Thema Altersarmut zukünftig der Vergangenheit angehört, brauche es ein einfaches, flexibles und transparentes Non-Profit-Vorsorgeprodukt in öffentlicher Trägerschaft. Es folgte eine lebendige Diskussion der Fachleute, wie bessere politische Rahmenbedingungen geschaffen werden können: Vorgeschlagen wurde eine gesetzliche Rente als Basis ergänzt um kapitalgedeckte Altersvorsorge-Produkte mit niedrigeren Gebühren nach Vorbildern in Schweden und den Niederlanden.



v.l.n.r.: Christian Kirchner (Capital) diskutiert mit Prof. Dr. Andreas Hackethal, Hans-Joachim Karopka, Thomas Richter und Sven Giegold über Sicherheit in der Altersvorsorge

## IMMER ÄRGER MIT GENOSSENSCHAFTEN

Die Beschwerden über Genossenschaften reißen nicht ab. Aktuell geht es um Wohnungsbaugenossenschaften, bei denen sich die Verbraucher über den Tisch gezogen fühlen. Telefonverkäufer überreden sie, sich Unterlagen zuschicken zu lassen – zur Anlage von vermögenswirksamen Leistungen in Genossenschaftsanteilen. Wenn der Umschlag mit Informationen da ist, möchte der Briefträger fürs Postident-Ver-

fahren eine Unterschrift. Der arglose Empfänger glaubt, mit seiner Unterschrift nur zu quittieren, dass er die Postsendung angenommen hat. Was viele nicht wissen: Es gibt eine Variante des Postident-Verfahrens, mit dem gleich ein Vertrag geschlossen werden kann. Ein Ärgernis, gegen das die Verbraucherzentrale Hessen im Rahmen des Projektes Marktwächter Finanzen erfolgreich vorgegangen ist.

## SCHLUSS MIT AUFSCHLÄGEN FÜR KREDITKARTENZAHLUNGEN

Zusätzliche Entgelte für das Bezahlen mit der Kreditkarte sind seit 2018 tabu. Das gilt europaweit und auch für alle SEPA-Zahlungen wie Überweisungen oder Lastschriften. Bis dahin mussten die Händler nur ein gängiges und zumutbares Zahlungsmittel kostenfrei anbieten. Und auch diese Regel galt erst seit 2014. Die Verbraucherzentralen haben sich in der Vergan-

genheit immer wieder dafür stark gemacht, dass Bezahlen nichts kosten darf. Unzählige Rechtsstreitigkeiten unter anderem mit Fluggesellschaften und Reisebüros, die für das Zahlen mit bestimmten Zahlungsinstrumenten ein Aufgeld verlangt haben, sprechen für sich. Grundlage für die aktuellen Änderungen ist die Zahlungsdiensterichtlinie II.

## VERSICHERTE VON STANDARD LIFE VERLIEREN INSOLVENZSCHUTZ

Bereits im November warf der Brexit seine Schatten voraus. Der schottische Versicherer Standard Life kündigte an, seine Lebensversicherungssparte in eine irische Tochtergesellschaft zu transferieren. Damit verlieren die Versicherten ihren Anspruch auf Insolvenzschutz über den britischen Entschädigungsfonds Financial Services Compensations Scheme (FSCS). Standard Life begründet den Schritt mit dem Austritt des

Vereinigten Königreichs aus der Europäischen Union. Mit der Übertragung könnten die Policen im europäischen Binnenmarkt bleiben. Kurz darauf meldete Scottish Widows Ltd., mit ihrer Marke Clerical Medical nach Luxemburg umziehen zu wollen. Die Verbraucherzentrale Hessen riet betroffenen Versicherten, ihre Lebensversicherungen einer wirtschaftlichen Prüfung zu unterziehen.

# SCHLÜSSELDIENSTE, ROHRREINIGUNGEN UND WESPENNESTER

**Nach wie vor berichten Verbraucher von Problemen mit überteuerten Handwerker- oder Notdienstrechnungen. Die Preisgestaltung mancher Firmen ist undurchsichtig bis sittenwidrig.**

**R**echnungen weichen teils massiv von Kostenvoranschlägen ab. Kosten für den unnötigen Einsatz von Spezialwerkzeugen, aber auch Anfahrtskosten, die die Kunden häufig als zu hoch oder überflüssig empfinden, sind ein häufiger Streitpunkt. Unseriöse Anbieter spiegeln mit geschickter Programmierung ihrer Webseiten vor, am Ort des Bestellers zu sitzen. Der Blick ins Impressum verrät dann entweder, dass der Anbieter doch aus einem anderen Bundesland kommt oder nur vermittelnd tätig ist. Damit droht eine lange und für den Kunden eventuell teure Anfahrt.

## **Nicht drängen lassen**

Vor Ort sollten sich Kunden keinesfalls zur Zahlung drängen lassen. Denn es ist einfacher, eine Rechnung zu kürzen, als eine Zahlung zurückzufordern. Ganz ähnlich ist die Situation bei überteuerten Rohrreinigungs- und Schlüsseldiensten. Auch hier kann eine Beratung im Einzelfall ergeben, dass Kunden Geld zurückfordern können oder gar nicht zahlen müssen.

## **Ins Wespennest gestochen**

Im Sommer 2018 traten verstärkt unseriöse Schädlingsbekämpfer auf den Plan. Fürs Umsiedeln oder Töten von Wespen sind – je nach Region und Aufwand – Preise zwischen 80 und 150 Euro (inklusive Anfahrt) üblich. Teurer wird es allenfalls, wenn etwa eine Hebebühne bestellt werden muss, um ans Nest zu gelangen. Das

hindert manche Anbieter nicht daran, deutlich stärker zuzulangen. Bei der Verbraucherzentrale Hessen hat sich im Juli eine Frau gemeldet, die satte 800 Euro zahlen sollte, um ein Wespennest entfernen zu lassen. Einer anderen Verbraucherin wurde eine Storno-Pauschale in Höhe von 100 Euro berechnet, obwohl sie noch gar keinen Vertrag geschlossen hatte und das störende Nest auch gar nicht entfernt wurde.

## **Informationen, Rufnummernsperre, Abmahnungen**

Viele Verbraucher kennen ihre Rechte und Pflichten im Umgang mit Handwerkern und Notdiensten nicht. Die Verbraucherzentrale Hessen hat Verbrauchern daher Handlungsanleitungen und Informationsangebote an die Hand gegeben, damit sie seriöse und unseriöse Geschäftspraktiken erkennen und selbst angemessen darauf reagieren können.

In Kooperation mit der Bundesnetzagentur erreichten die Verbraucherzentralen, dass Rufnummern von Handwerker-Notdiensten, bei denen ein Ortsvorwahl-Missbrauch vorlag, gesperrt wurden.

Auch die verwendeten Allgemeinen Geschäftsbedingungen behält die Verbraucherzentrale Hessen im Blick. Und nicht selten stellen sich diese als rechtswidrig heraus und können erfolgreich abgemahnt werden.

## FÜNF HERAUSRAGENDE FÄLLE DER RECHTSDURCHSETZUNG

**Verbraucherrechte lassen sich oft nur mit Abmahnungen, Gerichtsverfahren oder Meldungen an die Aufsichtsbehörden durchsetzen. Fünf ausgewählte Fälle machen deutlich: wir stärken die Rechte von Verbrauchern.**

### FERRERO MUSS DIE STÜCKZAHL NENNEN

Wie viele Pralinen umfasst eine 230-Gramm-Packung? Dieser Frage musste sich bereits in erster Instanz das LG Frankfurt am Main stellen und entschied, dass entsprechend Europäischer Gesetzgebung neben der Grammzahl auch die Stückzahl auf der Verpackung anzugeben ist. Denn hier seien die einzelnen Pralinen derart verpackt, dass man entsprechend der einschlägigen Normen von einer Vorverpackung auszu-

gehen habe. Auf die Berufung des italienischen Pralinenherstellers bestätigte das OLG Frankfurt diese Rechtsprechung und ließ die Revision nicht zu. Die Gegenseite hat jedoch Nichtzulassungsbeschwerde eingelegt. Das OLG-Urteil ist bedeutend für die Verpackungsindustrie hinsichtlich genauerer Kennzeichnungspflichten und der Vermeidung von Mogelpackungen.

### TEEKANNE DARF NICHT MIT GESUNDHEITSPRECHEN WERBEN

Der deutsche Teehersteller vertreibt in seiner Reihe „Harmonie für Körper und Seele“ unter anderem die beiden Teesorten „Konzentration“ und „Schlank und Fit“. Nicht nur die Bezeichnung des Tees, sondern auch diverse Aussagen auf der Verpackung hat die Verbraucherzentrale wegen nicht zulässiger Gesundheitsbezogenheit abgemahnt. Da Teekanne anderer Meinung war, trafen sich die Parteien vor Gericht. Hinsichtlich der Teesorte „Konzentration“ konnte rasch eine Einigung erzielt werden. Wegen der Bezeichnung

„Schlank und Fit“ erstritt die Verbraucherzentrale ein positives Urteil. Das Verfahren befindet sich inzwischen in der Berufung. Teekanne hatte einen umfangreichen Vergleichsvorschlag vorgelegt, welcher auch weitere Teesorten der Reihe „Harmonie für Körper und Seele“ umfasst. Jedoch hat die Verbraucherzentrale Hessen eher Interesse an einem weiteren richtungsweisen Urteil, weshalb sie diesem Vergleich nicht zustimmte. Teekanne muss nun seine Berufung begründen.



## PRINT@HOME-GEBÜHREN UNZULÄSSIG

Frankfurt Ticket und Card vermitteln Veranstaltungstickets. Beim Kauf eines Tickets ist der Verbraucher gehalten, neben einer Servicegebühr eine Gebühr in Höhe von 1 Euro oder 1,50 Euro draufzulegen, wenn er sich das Ticket selbst ausdruckt. Das ärgert die meisten Käufer, jedoch unternehmen sie in der Regel nichts, weil

der Betrag geringfügig ist. Die Verbraucherzentrale hat die beiden Ticketanbieter erfolgreich abgemahnt. Die Gebühren für Selbstausdrucker erheben sie nun nicht mehr. Dies entspricht auch dem von der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen erstrittenen BGH Urteil gegen Eventim.

## ONLINEPLATTFORMEN WISH ERFOLGREICH ABGEMAHT

Wish ist derzeit in aller Munde: Auf dem Kaufportal findet sich einfach alles, was man brauchen oder auch nicht brauchen kann. Jedoch handelt es sich um Billigware aus China. Umso wichtiger ist die Möglichkeit für eine ordentliche Kontaktaufnahme, denn es gibt zahlreiche Reklamationen. Wish genügt

aber weder den gesetzlich vorgeschriebenen Informationspflichten noch bieten sie ihre Allgemeinen Geschäftsbedingungen in deutscher Sprache an. Dies und weitere fehlende Informationen hat die Verbraucherzentrale erfolgreich abgemahnt.

## RYANAIR: KLAGEZUSTELLUNG VIELLEICHT NACH SECHS MONATEN

Dieser Fall ist eher skuril. Klage gegen die Fluggesellschaft hatte die Verbraucherzentrale im Herbst 2018 erhoben. Grund hierfür war, dass mangels eines übersichtlichen Impressums die Verbraucher wesentlich in ihren Informationsrechten beschnitten werden. Dies sieht die Ver-

braucherzentrale im Fall der Fluglinie Ryanair, welche mit überaus günstigen, servicereduzierten Leistungen wirbt, als besonders sensitiv. Die Klageschrift konnte jedoch mehr als sechs Monate nach Erhebung der Klage noch nicht zugestellt werden.

## „WIR HABEN AUS UNSEREN FEHLERN GELERNT“

Nagham Quadzida und ihrem Mann hat das Flüchtlingsprojekt der Verbraucherzentrale Hessen geholfen. Darüber spricht sie mit Kerstin Gärtner, Beraterin in Wiesbaden.



### ? Wie haben Sie erfahren, dass Sie sich bei der Verbraucherzentrale beraten lassen können?

Freunde von meinem Mann und mir haben uns darauf aufmerksam gemacht. Die Freunde sind auch Flüchtlinge. Sie haben mir gesagt, dass sie mit Vodafone das gleiche Problem hatten wie wir und dass die Verbraucherzentrale ihnen geholfen hat.

### ? Und warum sind Sie damals zur Beratung gekommen?

Wir haben bei Vodafone einen Vertrag fürs Internet abgeschlossen. Dafür haben wir 35 € bezahlt. Plötzlich hat Vodafone mehrmals im Monat 35 € abgebucht. Uns wurde gesagt, es sei richtig, dass das Geld mehrmals im Monat abgebogen würde. Dann sind wir hierhergekommen. Sie haben dann erreicht, dass Vodafone nichts mehr abbucht und uns das zu viel gezahlte Geld zurückgibt.

### ? Sie sind ja damals mit einem kaputten Gerät zu Vodafone gegangen ...

Ja, ich wollte das kaputte Gigacube gegen ein neues umtauschen. Aber dann bekam ich eines mit einer neuen SIM-Karte und sollte was unterschreiben. Mein Mann fragte den Herrn bei

Vodafone, was wir mit der zweiten SIM-Karte tun sollen, ob er die durchschneiden sollte, wir bräuchten sie doch nicht. Der Mann hat gesagt, wir könnten die SIM-Karte einfach weglegen. Wenn wir sie nicht benutzen, würde nichts abgebucht. Andere Flüchtlinge haben die gleiche Erfahrung gemacht.

### ? Sie hatten aber noch ein zweites Problem ...

Ja, bei Otto haben wir ein Handy gekauft. Dafür sollten wir eine Anzahlung von 380 € und danach eine monatliche Rate zahlen. Das haben wir schriftlich. Dann wollte Otto plötzlich den gesamten Betrag auf einmal. Das konnten wir nicht. Zuerst haben wir selbst bei Otto angerufen. Da wurde uns versprochen, dass alles rückgängig gemacht wird, aber die Anzahlung erhielten wir nicht zurück. Erst, nachdem wir hier waren, bekamen wir unser Geld zurück.

### ? Was nehmen Sie für sich aus der Beratung mit?

Wir bedanken uns sehr bei Ihnen. Sie haben uns sehr geholfen. Mein Mann und ich haben fünf Kinder. Wir kennen die Gesetze in Deutschland nicht. Auch viele Deutsche kennen die Gesetze nicht so gut. Deswegen ist es gut, dass wir uns bei der Verbraucherzentrale rechtlich absichern können. Das Schönste daran ist, dass Sie die Probleme in kürzester Zeit lösen. Wir haben aus unseren Fehlern gelernt. Jetzt informieren wir uns vorher, dann unterschreiben wir.

### ? Wie könnten wir Ihnen noch besser helfen?

Dass so etwas in meiner Heimat passiert, kann ich verstehen. Ich habe nicht erwartet, dass so etwas in Deutschland möglich ist.

**Vielen Dank für das Gespräch.**

## VERBRAUCHERZENTRALE HILFT GEFLÜCHTETEN

**Ob Prepaid-Kreditkarten, Vermittlungsgebühren für Kleinkredite, Telekommunikations- oder Fitnessstudioverträge – Geflüchtete nutzen die Beratungsangebote der Verbraucherzentrale Hessen stärker als im Vorjahr.**

**M**eist sind es sprachliche Hürden oder kulturelle Unterschiede, die dazu führen, dass Geflüchtete einen besonderen Beratungsbedarf haben. Viele glauben, ein Vertrag sei nur mit einer Unterschrift gültig. Dass man sich per Vertrag für 24 Monate an ein Fitnessstudio oder an ein Telekommunikationsunternehmen binden kann, ist vielen nicht klar. Oft sind sie Opfer von Kreditvermittlern, die ein Entgelt für die angebliche Vermittlung eines Kredites verlangen, der gar nicht zur Auszahlung kommt.

### Praktische Hilfe gefragt

Kommen die Geflüchteten in die Beratung der Verbraucherzentrale Hessen, ist es mit einer Aufklärung über ihre Rechte oft nicht getan. Die Berater rufen entweder bei der Anbieterseite an oder drucken ein Schreiben an diese aus, dass die Geflüchteten direkt unterschreiben. Anschließend verpacken die Berater das Schreiben in einen Briefumschlag. Diese praktische Hilfe ist enorm wichtig – auch, wenn sich dadurch die Beratungszeiten verlängern.

### Beratungszahlen gesteigert

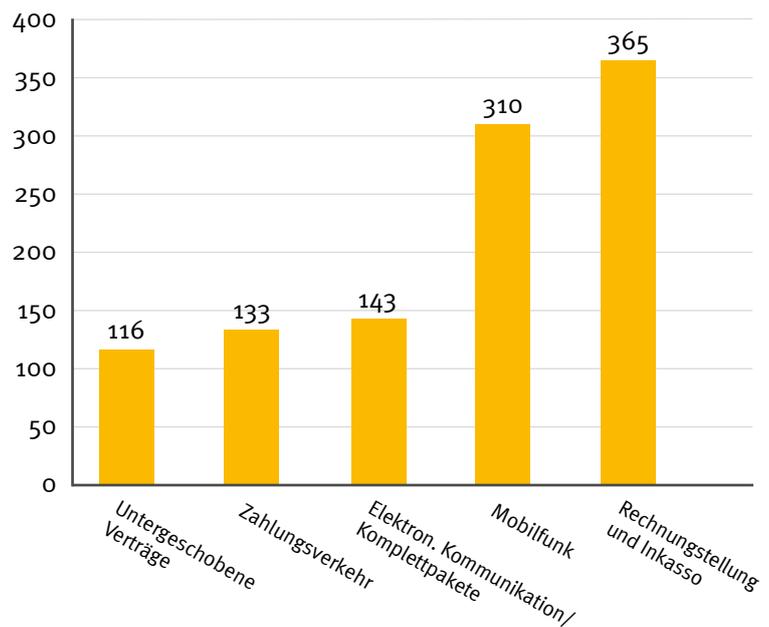
Kein Wunder also, dass das vom Land Hessen geförderte Projekt „Verbraucherkompetenz für Flüchtlinge“ im Jahr 2018 deutlich an Fahrt aufnahm: 1.003 Geflüchtete haben die Beratung der Verbraucherzentrale genutzt. Damit kamen etwa doppelt so viele Geflüchtete in die Beratungsstellen als im Vorjahr. Auffällig ist, dass Geflüchtete häufig mit mehreren Themen gleichzeitig die Beratung aufsuchen.

### Kennenlernen und Hemmschwellen abbauen

In den Vorträgen für Geflüchtete geht es in erster Linie darum, dass diese die Verbraucherzentrale kennen lernen und für Verbraucherthemen sensibilisiert werden. Häufig sprechen die Geflüchteten von sich aus die drängenden

Fragen an: „Was ist ein Inkassounternehmen?“, „Was passiert, wenn ich von der Schufa negativ bewertet werde?“ und „Kann ich die monatlichen Zahlungen einfach einstellen, wenn ich einen Vertrag beenden will?“. Mit 429 Vorträgen und Informationsveranstaltungen erreichte die Verbraucherzentrale Hessen insgesamt 6.356 Geflüchtete.

### BERATUNGSSCHWERPUNKTE



### WEBITIPP – KOOPERATION MIT STRALKRAFT

Gemeinsam mit den Kollegen aus Saarbrücken hat die Verbraucherzentrale Hessen mehrere Videoclips gedreht, die auf youtube und facebook veröffentlicht sind – unter anderem ein ausführliches Interview mit der hessischen Verbraucherschutzministerin Priska Hinz. Besonders gelungen sind auch die Videoclips, zu den Themen „Schnelles Geld im Internet“ und „Mietrecht“. Der Clip zum schnellen Geld im Internet entstand unter Mitwirkung des Marktwächterteams der Verbraucherzentrale Hessen.

## LEBENSMITTEL IN PLASTIK: HERSTELLER, HANDEL UND POLITIK SIND GEFORDERT

**270 Studierende und interessierte Verbraucher nahmen im November 2018 am Fachtag „Lebensmittelverpackungen – Alles in Plastik“ an der Justus-Liebig Universität, Gießen teil. In drei Kurzvorträgen konnten sich die Teilnehmenden über Gesundheits- und Umweltaspekte von Verpackungen informieren.**

**V**erpackungen und viele andere Artikel, die mit Lebensmitteln in Berührung kommen, enthalten zum Teil gesundheitlich sehr besorgniserregende Chemikalien. Das machte Dr. Birgit Geuke vom Food Packaging Forum in Zürich deutlich. Sie forderte eine intensive Zusammenarbeit zwischen Gesetzgeber, Wissenschaftlern, Behörden sowie der Lebensmittel- und Verpackungsindustrie, um die Sicherheit von Lebensmittelverpackungen zu verbessern.

Zu den Umweltauswirkungen von Plastikverpackungen berichtete Christian Scherer von der Goethe Universität Frankfurt am Main. Er erläuterte, dass die Forschung speziell zu Mikroplastik noch am Anfang stehe. Klar sei, dass Mikroplastik potenziell als vielschichtiger Stressfaktor auf Organismen und Ökosysteme wirken könne. Doch momentan sei die Mikroplastikforschung noch mit komplexen methodischen und experimentellen Herausforderungen konfrontiert. So würden die bisherigen Erkenntnisse aus Laborstudien noch keine eindeutige Bewertung der Umweltauswirkung von Mikroplastik erlauben.

Dr. Tamara Grummt vom Umweltbundesamt in Bad Elster stellte ein Projekt zu den Wirkungen von Mikroplastik auf Menschen und

aquatische Organismen im Süßwasserbereich vor. Nach bisherigen Ergebnissen interagiere Mikroplastik mit den Zellen. Das verursache Entzündungen oder es komme zur Störung der Zellkommunikation. Dadurch würde die normale Entwicklung von Gewebe und Organen beeinträchtigt.

In der anschließenden Fishbowl-Diskussion zu „Alternativen für Plastik, Alu & Co.“ diskutierte das Publikum mit den Experten Lösungsansätze und Handlungsalternativen. Einig waren sich alle: Hersteller, Handel, Politik und kreative Ideen jedes Einzelnen sind gefragt.

Die Verbraucherzentrale konzipierte die Veranstaltung in Kooperation mit der Arbeitsgruppe Ernährungsökologie der Universität Gießen. Der Schwerpunkt zum Thema Mikroplastik hat das große Interesse insbesondere bei jungen Leuten verstärkt.

Das Hessische Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz förderte die Tagung.

## KLARTEXT NAHRUNGSERGÄNZUNG: ALS INFORMATIONSQLLE GEFRAGT

Die Verbraucherzentrale Hessen ist federführend an der Konzeption und Leitung des Bundesprojektes [www.klartext-nahrungsergaenzung.de](http://www.klartext-nahrungsergaenzung.de) beteiligt. Mit diesem Internetangebot bieten die Verbraucherzentralen verlässliche Informationen über Risiken und Nutzen von Nahrungsergänzungsmitteln.

**M**ehr als 2 Millionen Seitenzugriffe zeigen, es kommt an, dass die Verbraucherzentralen den Finger in die Wunde legen. Sie warnen vor unseriösen, täuschenden oder gesundheitlich riskanten Nahrungsergänzungsmitteln. Sie zeigen auf, wo Politik und Gesetzgeber gefordert sind. Die Fülle an Artikeln und Antworten bietet ein neutrales und fundiertes Nachschlagewerk für alle Zielgruppen

### Nahrungsergänzung für Kinder – verbindliche Höchstmengen für Nährstoffe gefordert

Gerade Eltern von „Gemüsemuffeln“ oder „schlechten Essern“ sorgen sich schnell, dass ihr Nachwuchs zu wenig Nährstoffe aufnimmt, kränkelt oder in der Schule nicht mitkommt. Das macht sie empfänglich für die Werbung von Herstellern, die versprechen, dass ihre Produkte die Konzentrationsfähigkeit oder die Abwehrkräfte der Kinder stärken.

Eines der Schwerpunktthemen in 2018 drehte sich deshalb um die Zusammensetzung und die Werbeaussagen von 26 Nahrungsergänzungen für Kinder. Dabei zeigte sich: bei 85 Prozent lag mindestens ein Vitamin oder Mineralstoff über dem Referenzwert der Deutschen Gesellschaft für Ernährung für Vier- bis Siebenjährige. Mehr als die Hälfte der Produkte überschritt sogar die vom Bundesinstitut für Risikobewertung vorgeschlagenen Höchstmengen für Vitamine und Mineralstoffe in Nahrungsergänzungsmitteln, oder sie lagen an der Grenze. Das kann zu unerwünschten Wirkungen führen. Die Verbrau-

cherzentralen fordern daher, rechtsverbindliche Höchstmengen für Nährstoffe in Nahrungsergänzungsmitteln, die auch die spezifischen Bedürfnisse von Kindern berücksichtigen.

### Gesundheitsangaben vermitteln falschen Eindruck

Die gesundheitsbezogenen Angaben auf den Verpackungen waren zwar überwiegend zulässig; dennoch vermittelten sie oft ein falsches Bild. Denn Tatsache ist: Kinder benötigen in der Regel keine Nahrungsergänzungen. Nicht zuletzt lässt sich viel Geld sparen. Denn die Nahrungsergänzungsmittel des Marktchecks belasteten den Geldbeutel mit bis zu 500 Euro pro Kind im Jahr – ohne erwiesenen Nutzen.





## WACHER, COOLER, SCHNELLER: SPORT- UND ENERGYDRINKS

Die Werbung für Trendgetränke verspricht insbesondere jungen Menschen Leistungssteigerung, Fitness und Imagegewinn. Beliebt sind Energy- und Isodrinks, die neben Wasser diverse Zucker und Süßungsmittel sowie Zusatzstoffe enthalten.

Der Infostand für Verbraucher und Schulklassen zeigt anhand von Produktbeispielen, ob die Trendgetränke tatsächlich für mehr Leistung und Fitness sorgen. Interessierte erfahren, wie Koffein, Taurin und andere Zutaten zu bewerten sind. Besonders beeindruckend ist für die Jugendlichen, ihre persönliche Koffeinzufuhr über Energydrinks zu berechnen. Dabei stellen sie fest, dass sie bereits mit wenigen Dosen die empfohlenen Höchstmengen überschreiten können. In 2018 war der Infostand viermal in ganz Hessen im Einsatz und erreichte 572 Personen.

## GUT ESSEN MACHT STARK: ERNÄHRUNGSBILDUNG IN KITAS UND SCHULEN

Ein Schwerpunkt in 2018 war das bundesweite BMEL-Sonderprojekt „Gut essen macht stark“. Die gesundheitliche Chancengleichheit von Kindern aus sozial benachteiligten Familien und aus Familien mit Migrationshintergrund zu verbessern, ist Ziel des Projekts. Die Verbraucherzentrale betreute vier Kitas in strukturschwachen Stadtteilen in Darmstadt und Frankfurt. Sie überprüfte die Verpflegungsstrukturen der Kitas und bot Beratungen, interne Teamfortbildungen und Unterstützung bei der Elternarbeit an.

Mit dem Bildungsangebot „Ess-Kult-Tour“ stärkt die Verbraucherzentrale die Konsumkompetenz von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Die jungen Menschen lernen, das eigene Essverhalten kritisch zu überdenken. 2018 fanden zwölf Veranstaltungen mit 218 Jugendlichen in Schulen in Frankfurt und Gießen statt.

Insgesamt führte die Verbraucherzentrale 120 Veranstaltungen in Kitas und Schulen mit 2.327 Teilnehmenden in Kitas und Schulen durch.

# Feature

Das Blog-Magazin für  
junge Verbraucher in Hessen

## FEATURE – DAS NEUE BLOG-MAGAZIN FÜR JUNGE VERBRAUCHER IN HESSEN

**Seit November 2018 schreiben die Experten der Verbraucherzentrale in einem Blog für junge Verbraucher.**

Junge Menschen finden, dass die Verbraucherzentrale eine vertrauenswürdige und wichtige Organisation ist, aber sie wissen zu wenig darüber. Dabei wünschen sie sich durchaus mehr Informationen zu regionalen Lebensmitteln, Zuckergehalt, privater Altersvorsorge oder Online-Shoppen – um nur einige zu nennen. Allerdings würden die Befragten zunächst andere Informationsquellen zu Rate ziehen, bevor sie zur Verbraucherzentrale gehen – zum Beispiel das Internet. Überhaupt wünschen sich die Befragten niedrigschwellige Kontaktmöglichkeiten. Das ergab eine stichprobenartige Umfrage der Verbraucherzentrale Hessen in 2018 unter 20- bis 35-jährigen Hessen.

### **Abwechslungsreich und kommunikativ**

In Feature, dem Blog-Magazin für junge Verbraucher in Hessen, veröffentlicht die Verbraucherzentrale Hessen deshalb einmal im Monat einen Artikel. Die Themen variieren,

orientierten sich aber an den Bedürfnissen der Zielgruppe – beispielsweise „Warum Du Deine Altersvorsorge nicht auf die lange Bank schieben solltest“, „So erkennst du regionale Lebensmittel“ oder „Das solltest Du bei einem Krankenkassenwechsel beachten“.

Die Rubrik „Ihr fragt – wir antworten“ eröffnet den Lesern die Möglichkeit, Fragen an die Experten zu stellen. Außerdem veröffentlicht die Redaktion Interviews zu aktuellen Themen, so zum Beispiel mit Stefan Holtel zum Thema Chatbots. Geplant ist ferner, dass die Mitarbeiter auch Einblicke in ihre Arbeit geben.

Der Blog ist erreichbar über die Website [www.verbraucherzentrale-hessen.de/feature](http://www.verbraucherzentrale-hessen.de/feature). Gefördert wird das Vorhaben vom Bundesministerium für Justiz und Verbraucherschutz im Rahmen des Projektes Wirtschaftlicher Verbraucherschutz.

## ERSTE VERBRAUCHERSCHULE IN HESSEN

Beim Verbrauchertag für junge Leute am Heinrich-von-Gagern-Gymnasium in Frankfurt berichteten Experten der Verbraucherzentrale Hessen über aktuelle Beispiele aus dem Konsumalltag der Schüler. Gleichzeitig erhielt die Schule ihre Auszeichnung als erste Verbraucherschule Hessens.

**O**b beim Surfen im Netz oder beim Einkufen: In praxisnahen Foren rund um Finanzen, neue Medien, Verbraucherrecht und Ernährung vertieften die Schülerinnen und Schüler ihr Wissen zu Konsum und Verbraucherrechten.

### Viele Konsummöglichkeiten, viele Fallstricke

Online-Shoppen? Mein eigenes Konto? Woran erkenne ich Fake-Shops? Die gestern gekaufte Tasche gefällt nicht mehr – kann ich sie einfach zurückgeben? Was bedeutet es, Vegetarier oder Veganer zu sein? Diesen und anderen Fragen mit unmittelbarem Bezug zu ihrem Konsumalltag gingen die Schülerinnen und Schüler mit den Experten der Verbraucherzentrale in fünf praxisnahen Foren nach. Über die Ergebnisse tauschten sich anschließend im Plenum aus.

### Auszeichnung Verbraucherschule in Silber

Verbraucherschutzministerin Priska Hinz sowie Kultusminister Prof. Dr. R. Alexander Lorz beglückwünschten im Rahmen der Veranstaltung die Schule zu ihrer Auszeichnung als erste hessische Verbraucherschule in Silber. Zusammen mit Dr. Vera Fricke vom Verbraucherzentrale Bundesverband überreichten sie die Urkunde.

Die Schule hat sich mit allen vier Handlungsfeldern der Verbraucherbildung auseinandergesetzt, unter anderem mit den Verbraucherthemen Konsum und globaler Handel. Außerdem hat sie ein Präventionskonzept erarbeitet und gemeinsam mit den Schülern einen Präventionstag unter anderem zu den Themen Mediennutzung und Ernährung durchgeführt. Das Thema Finanzen behandelte die Schule bei einem Besuch eines Vertreters der deutschen Bundesbank.

### Globale Wirtschaft im Fokus

Das Gymnasium legt großen Wert auf handlungsorientierten Unterricht. Themen der Verbraucherbildung, wie Medien- und Gesundheitserziehung, werden verstärkt fächer- und klassenübergreifend vermittelt. Das Heinrich-von-Gagern-Gymnasium ist offizielle Partnerschule des Projekts „PolECule“ der Goethe Universität Frankfurt. Im bilingualen Unterrichtsprojekt „Politics, Economics and Culture“ setzen sich die Schülerinnen und Schüler mit Themen wie dem internationalen Welthandel, Nachhaltigkeit sowie Fair Trade auseinander – und werden somit auf eine globale Wirtschaft und Gesellschaft vorbereitet. Der Verbrauchertag für junge Leute wurde gefördert vom Hessischen Verbraucherschutzministerium.



Dr. Vera Fricke (1.v.l.), Staatsministerin Priska Hinz (4.v.l.) und Staatsminister Prof. Dr. R. Alexander Lortz (3.v.r.) überreichen Schülern und Lehrern des Heinrich-von-Gagern-Gymnasiums die Auszeichnungsurkunden.

## MOBILES BEZAHLEN: VIELE FRAGEN, GROSSE UNSICHERHEIT

Mobiles Bezahlen ist auf dem Vormarsch. Mit einer speziell ausgestatteten Karte, dem Smartphone oder einer computergesteuerten Armbanduhr wird der Bezahlvorgang schnell und einfach über eine Funkverbindung ausgelöst. Das Einschieben der Karte in ein Lesegerät – passé. In Deutschland sind die neuen Bezahlverfahren allerdings noch kaum verbreitet. Die Verbraucherzentrale stellte sich deshalb bei

verschiedenen Anlässen den Fragen der Verbraucher. Ob auf dem Hessentag in Korbach, beim Stand der Marktwächter-Roadshow auf dem Luisenplatz in Darmstadt im August, beim Verbrauchertag für junge Leute am Heinrich-von-Gagern-Gymnasium oder bei verschiedenen Veranstaltungen in den Beratungsstellen – überall konnten Verbraucher ihr Wissen über die neuen Bezahlmethoden testen.

## RECHNUNGSFRUST STATT LIEBESLUST

Online-Flirtportale bieten oft eine günstige Testphase für beispielsweise 1,99 Euro an, die sich dann jedoch automatisch verlängert und auch schon mal deutlich teurer wird. Vermeintliche Kontaktanzeigen in Zeitungen entpuppen sich ebenfalls als Kostenfalle. Wer in der Hoffnung, interessante Frauen und Männer kennenzulernen, auf die Anzeige reagiert, hat demnächst einen Vertreter einer Partnervermittlung zu Hause. Dieser unterbreitet ein „attraktives“ An-

gebot: acht Partnervorschläge für nicht einmal 4.000 Euro.

Das Thema Partnervermittlung hat die Verbraucherzentrale Hessen deshalb mit insgesamt neun Veranstaltungen in unterschiedlichen Formaten aufgegriffen: Vortrag, Verbrauchercafé, Lesecafé in der Stadtbücherei oder Infostand mit kostenlosem Informationsmaterial für diejenigen, die sich lieber diskret informieren wollten.

## FERIENWORKSHOP „DAS KOMMT MIR NICHT IN DIE TÜTE“

In den Sommerferien bot die Verbraucherzentrale in Kooperation mit der Kinder-Akademie Fulda für Schulkinder ein spielerisches und kreatives Wochenprogramm zum Thema Umweltprobleme durch Plastikmüll an.

Die Tour durch einen Supermarkt sensibilisierte die Neunjährigen für überflüssige Verpackungen und motivierte sie zum Plastiksparen. So gestalteten sie eigene Gemüse- oder Brot-Stoffbeutel

für den nächsten Einkauf, bauten Müllmonster aus mitgebrachtem Verpackungsmüll, stellten Müsli her und backten Kekse.

Der Besuch der Bio-Erdgas-Anlage Biothan war ein besonderes Highlight. Hier merkten die Kinder, dass Mülltrennung noch nicht richtig gut gelingt. Denn sie entdeckten im Bio-Müll Plastiktüten und andere Kunststoffreste.

## SENIOREN AUF ZACK – AUFKLÄRUNGSKAMPAGNE IN OSTHESSEN

Zwischen Mai und Oktober 2018 beteiligte sich die Verbraucherzentrale Hessen an sechs, vom Polizeipräsidium Osthessen organisierten Veranstaltungen der Aufklärungskampagne „Auf Zack“. Die Veranstaltungen richteten an Senioren und fanden an unterschiedlichen Orten in Osthessen statt. Die Verbraucherzentrale Hessen klärte in Vorträgen auf über Fake-Shops, Internetabzocke, Partnervermittlung

und Vertragsschluss am Telefon. Außerdem beteiligte sich mit einem Infotisch am „Markt der Möglichkeiten“. Auf diese Weise erreichte die Verbraucherzentrale Hessen mehrere hundert Verbraucher und vertiefte gleichzeitig ihre Kooperation mit der Polizei Hessen. 13 weitere Kooperationsveranstaltungen mit der Polizei Hessen fanden an nahezu allen Standorten der Verbraucherzentrale statt.

## VERANSTALTUNGSREIHE PATIENTENVERFÜGUNG UND PFLEGE

Werden Eltern oder Geschwister überraschend pflegebedürftig, müssen die Betroffenen und ihre Angehörigen innerhalb sehr kurzer Zeit viele Entscheidungen treffen. Dabei geht es nicht nur um die Frage, wie die Pflege organisiert wird, sondern auch darum, wer diese bezahlt. Sind die Betroffenen nicht mehr in Lage, ihren

Willen zu äußern, sind Patientenverfügungen und Vorsorgevollmachten hilfreich. Mit insgesamt 15 Vorträgen und Expertengesprächen gab die Verbraucherzentrale wichtiges Wissen weiter – nicht nur in ihren Beratungsstellen, sondern auch beim Amt für Bodenmanagement und beim Polizeipräsidium Frankfurt.

## ZU ALT FÜRS INTERNET IST KEINER

In der digitalen Welt spielt die räumliche Entfernung keine Rolle mehr – für Menschen, die nicht mehr so mobil sind, ist das ein echter Vorteil: den Einkauf bequem nach Hause bestellen oder den Kontakt zu den Enkel halten, unabhängig davon, wo diese wohnen. Kein Wunder also, dass immer mehr Senioren digitale Anwendungen wie soziale Netzwerke oder Einkaufsmöglichkeiten im Netz für sich entdecken und viel-

fältig nutzen. Dabei sind Senioren – wie alle anderen – den typischen Risiken im Internet ausgesetzt. Doch vor Kostenfallen, Datenklau und anderen Rechtsverstößen können sich Senioren – ebenfalls wie alle anderen – gut schützen. Mit ihrer Informationsveranstaltung „Senior-Surfer“ informierte die Verbraucherzentrale deshalb mehrfach über relativ einfache, aber unumgängliche Vorsichtsmaßnahmen.

# DAS SAGEN VERBRAUCHER ÜBER UNS

Sehr nette Beraterin! Sie ist professionell und versucht immer auf der Seite der Kunden zu stehen und nimmt sich wirklich Zeit dafür. Ich bin sehr dankbar.

Wir waren gestern zur Durchsicht und Beratung unserer Altersvorsorgeverträge dort und wurden sehr gut betreut. Eigentlich hatten wir 90 Minuten gebucht. Wir waren weit über zwei Stunden dort. Wir werden nach Anpassung und Optimierung sicherlich nicht das letzte Mal dort gewesen sein. Vielen Dank!

Ich hatte bei einem netten Herrn einen Beratungstermin, betr. Preisrätzel, Abo Hör Zu. Er sagte mir zu, sich mit der PVZ in Verbindung zu setzen. Heute habe ich von dort ein Schreiben bekommen, dass sie auf das Abo verzichten und mir keine weiteren Kosten entstehen! Ich bin sehr, sehr erleichtert. Vielen, vielen Dank.

Sehr gute, kompetente Beratung und freundliche Mitarbeiter.

Gerne komme ich wieder auf Sie zu und bitte um einen Vortrag zum Thema „Finanzthemen und Berufsschüler“. Ich war bereits im Dezember mit meiner Automobilklasse und im Sommer mit einer Einzelhandelsklasse bei Ihnen und habe eine positive Rückmeldung seitens der Lerngruppen erhalten.

Top Beratung zum fairen Preis. Termine werden pünktlich eingehalten.

## UNSERE BERATUNG IN ZAHLEN

# 53.000

Beratungen zu den Themen Altersvorsorge, Energiesparen, Ernährung, Finanzen, Gesundheit, Recht, Telekommunikation und Versicherungen

# 46

Berater, davon 18 Honorarmitarbeiter

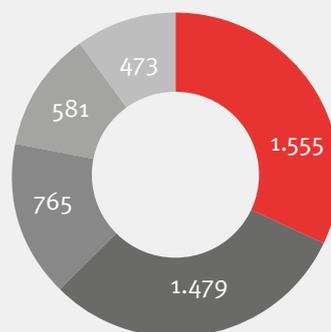
# 62

Energiestützpunkte, 46 Energieberater

# 8

Beratungsstellen und zwei mobile Beratungsstellen

## DIE TOP 5 DER VERBRAUCHERTHEMEN



- Rechnungsstellung und Inkasso
- Vertragsbestimmungen und Vertragsauflösung
- Qualität von Waren und Dienstleistungen
- Untergeschobene Verträge
- Preise

EINNAHMEN		
<b>Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz</b>		<b>2.124.836,97 €</b>
Institutionelle Förderung <sup>1)</sup>	1.940.000,00 €	
Projekt Verbraucherkompetenz für Flüchtlinge	145.980,03 €	
Sonstige Projekte und Werkverträge (Verbrauchertag für junge Leute, Fachtag Lebensmittelverpackungen Verbraucherfenster)	38.856,94 €	
<b>Hessisches Ministerium für Soziales und Integration</b>		<b>73.756,81 €</b>
Familienkarte	2.601,86 €	
Projekt „Bildungsort Esstisch“	43.289,19 €	
Hessen hat Familiensinn	27.865,76 €	
<b>Hessisches Kultusministerium</b>		<b>4.383,00 €</b>
Relaunch Website Lehrerinfothek	4.383,00 €	
<b>Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft</b>		<b>203.585,86 €</b>
Projekt „Verbraucherinformation für Ernährung“	196.372,10 €	
Projekt „Gut essen macht stark“	7.213,76 €	
<b>Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz</b>		<b>165.955,00 €</b>
Projekt „Wirtschaftlicher Verbraucherschutz“	165.955,00 €	
<b>Bundesmittle per Weiterleitung vom Verbraucherzentrale Bundesverband</b>		<b>1.068.845,36 €</b>
Projekt „Energieeinsparberatung“	128.208,68 €	
Projekt „Lebensmittelklarheit“	308.017,42 €	
Projekt „Marktwächter Finanzen“ (Grauer Kapitalmarkt)	475.692,26 €	
Frühwarnnetzwerk Marktwächter	64.428,00 €	
Projekt „Marktwächter Energie“	62.835,00 €	
Erstattung Netzwerkgruppenarbeit	29.664,00 €	
<b>Kommunen</b>		<b>731.827,79 €</b>
Kommunale Zuschüsse Verbraucherberatung	281.152,97 €	
Projekt „Schuldner- und Insolvenzberatung Kreis Groß-Gerau“	343.098,88 €	
Projekt „Schuldnerberatung im Schwalm-Eder-Kreis“	107.575,94 €	
<b>Eigene Einnahmen</b>		<b>400.085,19 €</b>
Beratungsentgelte	253.450,35 €	
Veranstaltungen	35.991,72 €	
Ratgeberverkauf	22.070,15 €	
Erstattungen Rechtsdurchsetzung	14.010,00 €	
Spenden, Bussgelder	65.638,25 €	
Sonstige Einnahmen	8.924,72 €	
<b>Summe der Einnahmen</b>		<b>4.773.275,98 €</b>

1) enthält Finanzierungsmittel des Landes für die Bundesprojekte „Wirtschaftlicher Verbraucherschutz“ und „Verbraucherinformation für Ernährung“.

<b>AUSGABEN</b>		
<b>Personalkosten</b>		<b>3.752.381,00 €</b>
<b>Sachkosten</b>		<b>1.057.172,57 €</b>
Materialkosten	12.879,21 €	
Abschreibungen	52.215,24 €	
Lizenzgebühren	29.553,86 €	
Bürobedarf	53.144,35 €	
Telefon und Porto	34.000,65 €	
Veröffentlichungen und Veranstaltungen	91.628,34 €	
Raumkosten	422.075,65 €	
Reparaturen	1.901,86 €	
Mieten für Geräte	19.789,14 €	
Abgaben und Versicherungen	5.365,01 €	
Honorare für freie Mitarbeiter	165.240,27 €	
Reisekosten	48.150,98 €	
Beratungskosten	96.855,56 €	
Fortbildungen	22.281,58 €	
Sonstige Sachkosten	2.090,87 €	
<b>Summe der Ausgaben</b>		<b>4.809.553,57 €</b>
<b>Verlust</b>		<b>36.277,59 €</b>

## DAS SCHREIBT DIE PRESSE ÜBER UNS

### Die gute Nachricht

Ab sofort können Beratungstermine bei Hessens Verbraucherzentrale auch online vereinbart werden...

© BILD Frankfurt, 6. Juni 2018 \*)

### Auf Zusammenarbeit setzen

Landkreis und Verbraucherzentrale arbeiten verstärkt zusammen ...

© Mittelhessische Anzeigen Zeitung, 09.05.2018 \*)

### Schulungen für Geflüchtete kommen an ...

© Odenwälder Echo vom 16.07.2018, Autor: Elmar Streun \*)

\*) Veröffentlichung mit freundlicher Genehmigung der Redaktion

### Plus Minus

+ .... Die Verbraucherzentrale lässt öfter von sich hören und überrascht mit neuen Veranstaltungsformaten. Gut so. Denn diese Einrichtungen sind nötig als Gegengewicht vor allem zu den Konzernen, die doch manchmal arg selbstherrlich mit ihrer Kundschaft umspringen, von der sie doch eigentlich abhängen.

FAZ, Metropol, 01.02.2018. © Alle Rechte vorbehalten. Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, Frankfurt. Zur Verfügung gestellt vom Frankfurter Allgemeine Archiv.

### 40 Jahre Energieberatung der Verbraucherzentralen

... Die Energieberatung der Verbraucherzentralen nimmt damit eine zentrale Rolle beim Erreichen der Energieeffizienzziele der Bundesregierung ein. ....

© Gießener Allgemeine, vom 10.03.2018 \*)

## ERFOLGREICHE MEDIENARBEIT: BILANZ 2018

1.771

Presseerwähnungen

274

Interviews und Aufzeichnungen

27

Auftritte in Live-Sendungen

69

publizierte Pressemeldungen

267

unterschiedliche Medien haben uns als Experten zitiert

## MITGLIEDSVERBÄNDE 2018

- ABI – Aktion Bildungsinformation e. V.
- Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club, LV Hessen e. V.
- Arbeiterwohlfahrt, Bezirksverband Hessen-Süd e. V.
- Bauherren-Schutzbund e. V.
- BUND Hessen e. V. – Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland
- dbb Beamtenbund und Tarifunion, Landesbund Hessen
- Deutscher Frauenring, Landesverband Hessen e. V.
- Deutscher Gewerkschaftsbund, Bezirk Hessen-Thüringen
- Deutscher Mieterbund, Landesverband Hessen e. V.
- DHB-Netzwerk Haushalt, Landesverband Hessen e. V.
- Evangelische Frauen in Hessen und Nassau e. V.
- Gewerkschaft Nahrung, Genuss, Gaststätten, Landesbezirk Südwest
- Hessischer Jugendring e. V.
- Landfrauenverband Hessen e. V.
- Naturschutzbund Deutschland, Landesverband Hessen e. V.
- PRO BAHN Hessen e. V.
- Pro Bahn & Bus e. V.
- Sozialverband VdK Hessen-Thüringen e. V.
- Verband Wohneigentum Hessen e. V.
- ver.di – Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft, Landesbezirk Hessen
- Weiterbildung Hessen e. V.

## VERWALTUNGSRAT, AB JUNI 2018

### Vorsitzende

- Elke Keppel, Deutscher Frauenring e. V., Landesverband Hessen

### Stellvertretende Vorsitzende

- Barbara Ulreich, Weiterbildung Hessen e. V.
- Gert Reeh, Deutscher Mieterbund e. V., Landesverband Hessen

### Mitglieder

- Peter-Martin Cox, Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten, Region Rhein-Main
- Klaus Heierhoff, Sozialverband VdK Hessen-Thüringen e. V.
- Liane Reichhart, DHB-Netzwerk Haushalt, Landesverband Hessen e. V.
- Hildegard Schuster, Landfrauenverband Hessen e. V.

## IMPRESSUM

Herausgeber: Verbraucherzentrale Hessen e. V.  
Große Friedberger Straße 13 - 17  
60313 Frankfurt am Main

**Vorstand:** Dr. Andrea Jahnen

**Texte:** Ute Bitter, Wolf Brandes, Wiebke Franz, Dr. Andrea Jahnen, Christiane Kienitz, Peter Lassek, Katharina Lawrence, Eva Raabe, Kerstin Wolf, Jasmin Zahedi.

**Redaktion:** Ute Bitter

**Gestaltung:** Annette Spiess

**Druck:** Druckerei Siefert GmbH, Frankfurt

### Fotos, Tabellen und Grafiken:

Verbraucherzentrale Hessen: Seite 5, 10, 11, 13, 14, 15, 19, 20, 21, 22  
kamasigns, Fotolia: S 9  
undefined undefined/iStock: Seite 14  
Yu\_Zhdanova, Fotolia: S 14  
Thomas Tratnik: 16

**Auflage:** 600 Exemplare

© Verbraucherzentrale Hessen e. V.,  
Frankfurt am Main, 2019

Die auszugsweise Wiedergabe für wissenschaftliche oder schulische Zwecke ist mit Quellenangabe gestattet. Nachweise werden erbeten. Grafiken und Fotos unterliegen dem Urheberrecht.

Eine Reproduktion – gleich welcher Art – ist nur nach ausdrücklicher Genehmigung durch die Copyright-Inhaber gestattet.

Zur besseren Lesbarkeit haben wir die männliche Sprachform gewählt. Wir bitten um Verständnis.

### Gefördert von:



## **ÜBER DIE VERBRAUCHERZENTRALE HESSEN**

Die Verbraucherzentrale Hessen bietet unabhängige und werbefreie Beratung für Verbraucher in allen Lebenslagen, von A wie Altersvorsorge bis Z wie Zahnzusatzversicherung. Ihre Kompetenz basiert auf der Erfahrung von jährlich ca. 100.000 Kontakten mit Verbrauchern in Hessen.

Themenschwerpunkte sind Verbraucherrecht, Telefon und Internet, Finanzen und Versicherungen, Energie-Einsparung, Gesundheit und Pflege, Lebensmittel und Ernährung. Ihre Sensorfunktion nutzt sie, um Verbraucherinteressen gegenüber Unternehmen, Politik und Verbänden zu vertreten.

Sie ist ein anbieterunabhängiger, parteipolitisch neutraler und gemeinnützig eingetragener Verein. 20 Mitgliedsorganisationen und etwa 120 Einzelmitglieder stehen hinter ihr, [www.verbraucherzentrale-hessen.de](http://www.verbraucherzentrale-hessen.de).