

# Wir machen Verbraucherinnen und Verbraucher stark



41. Ordentliche Bundesdelegiertenkonferenz  
16. - 18. Juni 2017, Berlin

Gremium: Bundesvorstand  
Beschlussdatum: 08.03.2017  
Tagesordnungspunkt: FH.FH-VS Wir machen Verbraucherinnen und Verbraucher stark

- 1 Täuschung, Trickserien und Betrug – viele Menschen werden auch im Jahr 2017 noch zu oft
- 2 über den Tisch gezogen. Während US-amerikanische VW-Kunden angemessene
- 3 Entschädigungen für
- 4 manipulierte Autos bekommen, gehen deutsche Kunden leer aus. Datenkraken und mächtige
- 5 Internetkonzerne sammeln unsere Daten und dealen damit ungefragt. Hinter bunten
- 6 Verpackungen
- 7 und Fake-Siegeln verbirgt die Lebensmittelindustrie ungesundes Essen von teils minderer
- 8 Qualität.
- 9 Verbraucherschutz betrifft alle Menschen – in nahezu allen Lebensbereichen. Von der ersten
- 10 Kontoeröffnung über den täglichen Einkauf bis zur Altersvorsorge. Als Grüne schützen wir
- 11 Verbraucherinnen und Verbraucher vor Täuschung, Vertrags-Trickserien und Missbrauch von
- 12 Daten. Wir kämpfen für mehr Transparenz, mehr gesetzlichen Schutz und faire Klagerechte: So
- 13 sieht grüner Verbraucherschutz aus.
- 14 **Nachhaltigen Konsum ermöglichen**
- 15 Ob T-Shirt, Steak oder Smartphone: Woher ein Produkt kommt, was es enthält und wie es
- 16 produziert wurde, bleibt viel zu oft im Dunkeln. Wer will schon mit seinem Einkauf für
- 17 Kinderarbeit, verseuchte Flüsse oder Tierqual verantwortlich sein? Deshalb wollen wir
- 18 transparente Lieferketten mit sozialen und ökologischen Mindeststandards. Es muss klar sein,
- 19 was in einer Verpackung steckt. Nur wenn draufsteht, was drin ist, hat nachhaltiger Konsum
- 20 eine Chance.
- 21 Für Fleisch und Milch wollen wir eine einfache Kennzeichnung einführen, die klar und
- 22 deutlich zeigt, wie das Tier gehalten wurde – so wie bei Eiern längst etabliert. Diese muss
- 23 auch für verarbeitete Produkte gelten. Dann können Konsument\*innen Tierquäler\*innen und
- 24 Umweltzerstörer\*innen die rote Karte zeigen.
- 25 Kundinnen und Kunden werden entmündigt, wenn unverständliche Nährwertangaben
- 26 Dickmacher
- 27 verschleiern oder vegetarische und vegane Lebensmittel unklar gekennzeichnet sind. Wir
- 28 wollen, dass die Lebensmittelpackung die Wahrheit sagt, beispielsweise durch eine
- 29 Nährwertampel.
- 30 Transparenz muss auch bei der Lebensmittelhygiene gelten. Wir wollen ein Hygienebarometer
- 31 für Gaststätten einführen. So können Verbraucherinnen und Verbraucher erkennen, wie ein
- 32 Betrieb bei der Lebensmittelüberwachung abgeschnitten hat.
- 33 Für Kleidung, Lebensmittel und Möbel existiert derzeit ein undurchsichtiger Siegel-
- 34 Dschungel. Zwischen nichtssagender Industriewerbung und einem kontrollierten Qualitätssiegel

32 lässt sich schwer unterscheiden. Man muss teils Sherlock Holmes spielen, um herauszufinden,  
33 wo und wie etwas produziert wurde. Darunter leidet die Glaubwürdigkeit ganzer Branchen.

34 Wir wollen mit der Siegel-Dschungel aufräumen. Deshalb engagieren wir Grüne uns für  
35 Mindestanforderungen für die wichtigsten Branchen und klare Kriterien wie „fair“ oder  
36 „regional“. So schaffen wir die Voraussetzungen, dass ein Siegel pro Sektor echte  
37 Orientierung gibt.

38 Viele Verbraucher\*innen und Verbraucher wollen nachhaltig und ressourcenschonend  
39 konsumieren. Doch Produkte zu reparieren, ist oft sehr schwer oder wird sogar unmöglich  
40 gemacht, wenn etwa Akkus fest verschweißt werden. Updates werden nicht mehr zur Verfügung

41 gestellt, Kabel passen nicht mehr. So wird technologischer Fortschritt zum ökologischen und  
42 verbraucherpolitischen Rückschritt. So entstehen Müllberge aus Elektronikschrott. In Zukunft  
43 müssen Produkte so gebaut sein, dass sie einfach zu reparieren und Akkus und Batterien  
44 austauschbar sind. Das wollen wir über Vorgaben für ein ökologisch sinnvolles Design und  
45 längere Gewährleistungsfristen sicherstellen.

46 **Von VW bis Facebook - Verbraucherrechte gelten im Netz wie auf der Straße**

47 Bisher gibt es in Deutschland keine finanziellen Entschädigungen für die von VW Betroffenen.  
48 Anders in den USA, wo es ein starkes Gruppenklagerecht gibt, das auch mächtige Konzerne zur  
49 Einhaltung ihrer Verantwortung zwingt. In Deutschland dagegen ist es für Einzelne oft viel  
50 zu schwer, das geltende Recht auch zur Geltung zu bringen. So weigern sich etwa  
51 Fluggesellschaften, Entschädigungsansprüchen nachzukommen. Wir wollen endlich  
Gruppenklagen  
52 ermöglichen, die das Prozessrisiko auf viele Schultern verteilen.

53 Der Dieselskandal hat gezeigt, dass Verbraucher- und Gesundheitsschutz für die  
54 Bundesregierung allenfalls zweitrangig gegenüber der Diesel-Lobby ist. Wir brauchen eine  
55 Kehrtwende. Staatliche Aufsichtsbehörden müssen endlich auch den Schutz der  
Verbraucherinnen  
56 und Verbraucher zu ihrem Ziel machen. Sie müssen sich dafür starkmachen, dass  
57 Verbraucherinnen und Verbraucher voll entschädigt werden, wenn sie über den Tisch gezogen  
58 wurden. Unrechtmäßig erzielte Gewinne, beispielsweise durch Kartellverstöße, sollen den  
59 Verbraucherinnen und Verbrauchern zurückgegeben werden, indem aus diesen Mitteln die  
60 unabhängige Verbraucherberatung gestärkt wird.

61 Wir wollen Verbraucherinnen und Verbraucher auch im Netz stärken und schützen. Wir  
62 akzeptieren nicht, dass Google, Facebook, WhatsApp und Co. unsere persönlichsten  
63 Informationen horten und exakte Persönlichkeitsprofile von uns anlegen. Wer im Internet  
64 unterwegs ist, hat das Recht, zu wissen, an wen seine oder ihre Daten weitergegeben werden,  
65 und muss dagegen widersprechen können. Gesundheitsdaten müssen auch digital geschützt  
66 werden. Auch in Zeiten von Big Data müssen unsere Daten uns gehören. Wir wollen die  
67 Kontrolle über unsere Daten zurück. Die Grundsätze des Datenschutzes –  
68 Einwilligungsvorbehalt, Zweckbindung und Datensparsamkeit – müssen auch online konsequent  
69 durchgesetzt werden.

70 Die Menschen müssen sich auf ihr Recht auf kostenfreie Auskunft, Korrektur und Löschung  
71 ihrer Daten verlassen können. Sie müssen entscheiden dürfen, wer welche Daten sammeln und  
72 auswerten darf.

73 Algorithmen bestimmen heute, wer wie viel zahlt, welche Werbung angezeigt wird und welche  
74 Kreditbedingungen wir bekommen. Je nach Wohnort oder Endgerät sind manche Produkte  
75 unterschiedlich teuer. Gegen versteckte Ausspähung und Diskriminierungseffekte braucht es  
76 klare Regeln – für Transparenz und Verbraucherschutz im Digitalen.

#### 77 **Besserer Schutz vor Abzocke durch Banken und Versicherer**

78 Fünf Euro fürs Geldabheben an fremden Automaten, überhöhte Gebühren für Basiskonten,  
79 unverhältnismäßige Dispozinsen und unzureichende Beratung bei Vermögensanlagen und  
80 Versicherungen. Finanzieller Verbraucherschutz ist dringend notwendig, schützt vor Abzocke  
81 und steht für eine bessere Beratung: vom ersten Konto über Anlageberatung bis zur  
82 Altersvorsorge.

83 Die finanziellen Verluste durch falsche Anlageberatung werden jährlich für die deutschen  
84 Verbraucherinnen und Verbraucher auf ca. 50 Milliarden Euro geschätzt. Das ist nicht nur  
85 volkswirtschaftlicher Irrsinn, sondern beraubt Sparer\*innen und Versicherte und zerstört im  
86 schlimmsten Fall Existenzen. Doch trotz aller Versprechungen der Großen Koalition stehen  
87 dabei immer noch nicht die Bedürfnisse und Wünsche der Kundinnen und Kunden im  
88 Vordergrund,  
89 sondern Verkaufsvorgaben und Provisionsversprechen für die „Berater“. Deshalb werden wir  
90 Provisionen und Gebühren deckeln und transparent machen. Unser Ziel, eine wirklich  
91 unabhängige Finanzberatung auf Honorarbasis für alle, wollen wir nach einer angemessenen  
92 Übergangszeit erreichen. Aber auch da, wo es nicht um die großen finanziellen Fragen des  
93 Lebens geht, sind Verbraucherinnen und Verbraucher den Instituten oft schutzlos  
94 ausgeliefert. Dispozinsen von zwölf Prozent und mehr sind keine Ausnahme. Wir Grünen wollen,  
95 dass kein Bankkunde in die Dispozinsfalle läuft. Deshalb werden wir den Dispozins deckeln.  
96 Ebenso muss der Zugang zu einem günstigen Basiskonto sichergestellt sein, denn  
97 gesellschaftliche Teilhabe hängt heute auch von der eigenen EC-Karte ab. In der  
98 Altersvorsorge wollen wir mit einem staatlichen Basisprodukt eine transparente Alternative  
99 zum Dschungel der Altersvorsorgeprodukte schaffen.

#### 99 **Wer Grün wählt, stimmt für diese drei Projekte:**

100 \_\_\_\_\_

#### 101 **Wissen, was drin ist – Tierprodukte kennzeichnen**

102 Kein Ei mit der 3! So lautet der Spruch der wohl erfolgreichsten Tierschutzinitiative aller  
103 Zeiten. Seit die Haltungsform der Legehennen gekennzeichnet werden muss, ist nämlich  
104 Schluss

104 mit der Käfighaltung. Die Käufer\*innen haben „mit dem Einkaufsbeutel“ abgestimmt. Wir sind  
105 sicher: Das wird auch bei Fleisch funktionieren. Deshalb fordern wir eine klare und einfache  
106 Kennzeichnung der Art der Tierhaltung auf allen Fleischprodukten – wie beim Ei. Damit  
107 Verbraucherinnen und Verbraucher bewusst entscheiden können, müssen sämtliche  
108 Tierprodukte

gekennzeichnet werden. Auch bei verarbeiteten Produkten soll die Packung besagen, was in ihr

109 steckt. Künftig muss daher auf der Packung gut sichtbar sein, wo und wie die Tiere gehalten  
110 wurden – das gilt für Eier, Milch und Fleisch.

111

---

### 112 **Datenschutz ausweiten – Privatsphäre wahren**

113 Datenhungrige Unternehmen speichern individuelles Verhalten ihrer Kund\*innen und nutzen  
114 diese Daten zur Profilerstellung. Die bestehenden Schutzmechanismen wie das Prinzip der  
115 Einwilligung laufen dabei ins Leere. Alle Verbraucherinnen und Verbraucher haben das Recht,  
116 zu wissen, wer was wann und wo über sie speichert. Nur sie selbst – kein Arbeitgeber, kein  
117 Internetanbieter, keine Krankenkasse und auch nicht der Staat – dürfen bestimmen, wer  
118 Zugriff auf ihre Daten hat und was damit geschehen soll. Wir werden darauf drängen, dass bei  
119 der Anpassung der deutschen Datenschutzgesetze an die EU-Datenschutzreform die hohen EU-  
120 Standards für klare Grenzen von Sammlung und Verwertung persönlicher Daten und  
Informationen  
121 nicht aufgeweicht werden.

122

---

### 123 **Gruppenklagen für Verbraucherinnen und Verbraucher ermöglichen**

124 Der Fall VW hat einmal mehr deutlich gemacht. Es ist für Verbraucherinnen und Verbraucher zu  
125 schwer, ihre Rechte wirksam durchzusetzen. Viele überlegen zweimal, ob sie den Aufwand auf  
126 sich nehmen ihre Rechte gerichtlich gegen einen Großkonzern durchsetzen. Wir wollen das  
127 einfacher machen. Verbraucherinnen und Verbraucher sollen sich zu Gruppenklagen  
128 zusammenschließen und gemeinsam durch Gruppenklagen ihre Ansprüche klären können.

129

---