

Der Kunde ist König, oder? – Schutz und Orientierung durch Verbraucherrechte



© sergeyryzhow/iStockphoto

Schon im Supermarkt lauern zahlreiche Fallen für Verbraucher: Wie finde ich heraus, was wirklich in den Produkten steckt?

Von Steffen Kriese, Mannheim

Dauer	7 Stunden
Inhalt	Verbraucherschutzskandale reflektieren; Gefahren von Verbraucherprodukten erkennen; Verbraucherschutzmaßnahmen bewerten; Regelungen aus dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb und dem Verbraucherinformationsgesetz verstehen und auf Fallbeispiele anwenden; Möglichkeiten der Rechtsberatung und Rechtdurchsetzung kennenlernen und bewerten; Karikaturen zum Verbraucherschutz analysieren; Probleme von Verbraucherrechten erkennen und diskutieren
Ihr Plus	eine Gruppenarbeit zu Rechtsberatung und -durchsetzung, ein Multiple-Choice-Test, ein Kreuzworträtsel und ein Vorschlag für eine Klassenarbeit

Stundenverlauf

Stunden 1/2	Verbraucherschutz: Welche Gefahren gibt es und wie wird ihnen begegnet?
Intention	Die Schülerinnen und Schüler setzen sich mit Verbraucherschutzskandalen auseinander und bewerten verschiedene Verbraucherschutzmaßnahmen.
Materialien M 1–M 3	In M 1 werden die Schülerinnen und Schüler mit Schlagzeilen über Verbraucherschutzskandale konfrontiert und beurteilen den Umgang mit diesen. Anschließend entnehmen sie einem Schaubild zu gefährlichen Produkten Entwicklungstrends und suchen Erklärungen hierfür. Mittels M 2 erfahren die Lernenden, welche Verbraucherschutzmaßnahmen es gibt und was effizienten Verbraucherschutz ausmacht. M 3 gibt einen Überblick über Sinn und Systematik von Verbraucherrechten.

Stunden 3/4	Im Check: Ausgewählte Verbraucherschutzgesetze
Intention	Die Schülerinnen und Schüler erarbeiten sich die wesentlichen Inhalte des Verbraucherinformationsgesetzes (VIG) und des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) und überprüfen das Gelernte anhand von Fallbeispielen.
Materialien M 4–M 8	M 4 vermittelt Wissen zum VIG und M 5 ermöglicht den Informationstransfer anhand von Gesetzesauszügen, die auf Fallbeispiele angewandt werden sollen. M 6 und M 7 sind strukturell gleich gestaltet, befassen sich aber mit dem UWG. In einem Multiple-Choice-Test wird in M 8 das erworbene Wissen überprüft.

Stunden 5/6	Rechtliche Auseinandersetzungen – wie komme ich zu meinem Recht?
Intention	Die Schülerinnen und Schüler befassen sich mit den unterschiedlichen Wegen, um ihre Verbraucherrechte zu erfahren und durchzusetzen, und beurteilen diese.
Materialien M 9–M 10	In M 9 erarbeiten die Lernenden arbeitsteilig anhand eines Fallbeispiels den Weg zur Durchsetzung von Verbraucherrechten. M 10 stellt eine spielerische Wissensabfrage dar: Ein Kreuzworträtsel thematisiert auf eine motivierende Art die behandelten Inhalte.

Stunde 7	Kritisch beleuchtet: Kann es zu viel Verbraucherschutz geben?
Intention	Die Schülerinnen und Schüler erarbeiten mithilfe von zwei Karikaturen wesentliche Streitfragen des Verbraucherschutzes und diskutieren diese.
Material M 11	In M 11 werden zwei Karikaturen analysiert, aus denen Probleme des Verbraucherschutzes abgeleitet werden. Diese werden in Kleingruppen diskutiert.

Lernerfolgskontrolle

M 12 ist ein Vorschlag für eine Klassenarbeit, in der Ziele und wesentliche Inhalte der erlernten Verbraucherschutzgesetze abgefragt werden und ein Schaubild erläutert werden muss.

M 2 Verbraucherschutz – wovon werde ich geschützt?

Verbraucherschutz ist ein sensibles Thema. Viele Unternehmen beschwerten sich über die Regelungsflut, gleichzeitig fordern Verbraucherschützer mehr Transparenz.

„Es kommt darauf an, was hilfreich für den Kunden ist“

Verbraucherschützer Martin Dank über seine Aufgaben und effektiven Verbraucherschutz

Was genau machen Verbraucherschützer?

Wir setzen uns dafür ein, dass Verbraucher erkennen können, was sie kaufen – also nicht etwa Käse, der in Wirklichkeit keiner ist, auf dem Teller landet. Denn derartige Täuschungen grenzen an Betrug, der leider nicht unbedingt verboten ist. Deswegen fordern wir zum Beispiel von der Politik höhere Standards zum effizienten Schutz. Außerdem setzen wir auf die Ausbildung von Verbrauchern durch Bildungsangebote und informieren die Öffentlichkeit über Verstöße gegen Verbraucherschutzgesetze, damit die Menschen aufmerksamer werden. Dazu verklagen wir, wenn es nötig ist, auch die Produzenten oder helfen Verbrauchern dabei.



© Fotolia

Laut EU-Verordnung dürfen Erzeugnisse, bei denen nur pflanzliches Fett verwendet wurde nicht den Namenszusatz „Käse“ tragen.

Sie fordern von der Politik „effizienten Schutz“. Wie könnte dieser aussehen?

Unter effizientem Verbraucherschutz verstehe ich Gesetze, die Produzenten zu mehr Transparenz verpflichten und den Verbrauchern auch in der Praxis wirklich helfen. Nur durch derartige Regelungen können wir sichergehen, dass Unternehmen ihre Kunden so informieren, dass keine zusätzliche Beratung durch Verbraucherzentralen nötig ist. Gleichzeitig ist es bedeutsam, dass der Kunde seine Rechte einfach und unbürokratisch erfahren, beantragen und durchsetzen kann.

Das klingt interessant. Können Sie uns ein konkretes Beispiel nennen?

Nehmen wir den Bereich der Zugverspätungen. Verbraucher haben bei einer erheblichen Zugverspätung Anspruch auf eine anteilige Rückerstattung des Fahrpreises. Wenn im Gesetz eindeutig geregelt ist, ab wann eine Erstattung möglich ist und dies den Betroffenen vom Unternehmen auch kommuniziert wird – am besten in einem leicht auszufüllenden Antragsformular für die Erstattung –, bezeichne ich das als verbraucherfreundlich. Es kommt also darauf an, was hilfreich für den Kunden ist.

Gibt es Beispiele dafür, was sich zum Vorteil der Verbraucher verändert hat?

Selbstverständlich. Gerade im Bereich der Lebensmittelüberwachung hat sich viel verbessert. So können Kunden aktuelle Warnungen zu Lebensmitteln über die Internetseite www.lebensmittelwarnung.de einsehen. Im Bereich der Kinderspielzeuge wurden zum Glück die Sicherheitsvorgaben erhöht und auch im Hinblick auf kostenpflichtige Telefonnummern wurden neue und verbesserte Standards geschaffen: Warteschleifen bei kostenpflichtigen Telefonnummern dürfen nur noch eingesetzt werden, wenn ein Festpreis für den Anruf gilt oder bei minütlicher Abrechnung die Wartezeit kostenfrei ist.

Aufgaben

1. Lesen Sie das Interview und nennen Sie die Aufgaben eines Verbraucherschützers.
2. Was verstehen Sie unter effizientem Verbraucherschutz? Geben Sie Beispiele hierfür.

M 6 Wie geht Fair Play? – Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb

Nur wenn ein Verkäufer seine Waren und Dienstleistungen auf eine seriöse Art darbietet, kann von einem fairen Angebot ausgegangen werden. Erfahren Sie, was erlaubt und was verboten ist.

Generell darf jeder so werben, wie er möchte. Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) beschränkt dieses Recht allerdings: Verstößt die Werbung gegen die guten Sitten, so ist sie unzulässig oder „unlauter“.

Ein Verstoß gegen die guten Sitten findet statt, wenn Werbung auf eine Art erfolgt, die gegen das „Anstandsgefühl aller billig und gerecht Denkenden“ verstößt. Davon wird ausgegangen, wenn jemand so wirbt, dass der Wettbewerb zum Nachteil der Mitbewerber oder der Verbraucher beeinträchtigt wird. Das passiert zum Beispiel, wenn Produkte von Mitbewerbern öffentlich herabgesetzt werden.



© Thinkstock/Stock

Ein Beispiel für unlauteren Wettbewerb ist die Vortäuschung einer Geschäftsaufgabe.

Ebenfalls können geschäftliche Handlungen gegenüber Verbrauchern verboten sein, wenn ein durchschnittlicher Verbraucher durch sie zu Vertragsabschlüssen gedrängt wird, die er ohne die Bedrängnis nicht eingegangen wäre. Auch Täuschungen, Verschleierungen von Tatsachen oder Ausnutzung von benachteiligten Personen sind unlauter.

Ich bin geschädigt – was kann ich tun?

Geschädigte können Ansprüche gegenüber dem Verursacher geltend machen. Das können beispielsweise Auskunftsansprüche für Verbraucher (auch nach dem Verbraucherinformationsgesetz) und für Mitbewerber Unterlassungsansprüche (§ 8 UWG) oder Schadensersatzansprüche (§ 9 UWG) sein. Voraussetzung hierfür ist, dass dem Verursacher die Schuld nachgewiesen werden kann und dass dem Geschädigten ein belegbarer Schaden entstanden ist. Auch Verbraucherschutzzentralen können Unternehmen verklagen, die unlautere Wettbewerbsmethoden anwenden.



Definition „Unlautere Handlung“

Eine unlautere Handlung ist eine _____ Handlung, die gegen die „_____“ verstößt. Dies ist der Fall, wenn sie gegen das _____ eines Durchschnittsmenschen verstößt und den Wettbewerb so _____, dass Mitbewerber dadurch _____ oder _____ dadurch unsachgemäß beeinflusst werden.

Merke: Wenn eine „unlautere Handlung“ vorliegt, kann nicht mehr von _____ Wettbewerb gesprochen werden.

Aufgaben

1. Lesen Sie den Text. Markieren Sie, wann jemand unlauter handelt und ergänzen Sie anschließend die Definition von „unlautere Handlung“.
2. Nennen Sie drei eigene Beispiele für unlautere geschäftliche Handlungen.



M 7 Wer hat recht? – Fälle zum Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb

Erfahren Sie, was das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb unter „guten Sitten“ versteht.

§ 4 Mitbewerberschutz

Unlauter handelt, wer

1. die Kennzeichen, Waren, Dienstleistungen, Tätigkeiten oder persönlichen oder geschäftlichen Verhältnisse eines Mitbewerbers herabsetzt oder verunglimpft;

§ 4a Aggressive geschäftliche Handlungen

(1) Unlauter handelt, wer eine aggressive geschäftliche Handlung vornimmt, die geeignet ist, den Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die dieser andernfalls nicht getroffen hätte. Eine geschäftliche Handlung ist aggressiv, wenn sie im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller Umstände geeignet ist, die Entscheidungsfreiheit [...] erheblich zu beeinträchtigen [...]

(2) [Zu den zu berücksichtigenden Umständen] zählen insbesondere geistige und körperliche Beeinträchtigungen, das Alter, die geschäftliche Unerfahrenheit, die Leichtgläubigkeit, die Angst und die Zwangslage von Verbrauchern.

§ 5 Irreführende geschäftliche Handlungen

(1) Unlauter handelt, wer eine irreführende geschäftliche Handlung vornimmt, die geeignet

ist, den Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Eine geschäftliche Handlung ist irreführend, wenn sie unwahre Angaben enthält oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben über folgende Umstände enthält:

1. die wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung wie Verfügbarkeit, Art, Ausführung, Vorteile, Risiken, Zusammensetzung, Zubehör, [...] von der Verwendung zu erwartende Ergebnisse oder [...] wesentlichen Bestandteile von Tests der Waren oder Dienstleistungen;
2. den Anlass des Verkaufs wie das Vorhandensein eines besonderen Preisvorteils, der Preis oder die Art und Weise, in der er berechnet wird; [...]

§ 7 Unzumutbare Belästigungen

(1) Eine geschäftliche Handlung, durch die ein Marktteilnehmer in unzumutbarer Weise belästigt wird, ist unzulässig. Dies gilt insbesondere für Werbung, obwohl erkennbar ist, dass der angesprochene Marktteilnehmer diese Werbung nicht wünscht.



Fälle zum Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)	Fundstelle (§, Absatz)	Hat recht
Tom Buck beschwert sich, weil er Werbe-E-Mails erhält, obwohl er dem Absender schon mehrmals mitgeteilt hat, dass er keine E-Mails wünscht.		
Gerda Gerald zeigt die Kaffeefahrt AG wegen folgender Aussage an: „Diese Kaffeefahrt soll sich für Sie lohnen! Unser Bus kann Sie erst wieder nach Hause fahren, wenn jeder eine Heizdecke kauft.“		
Ein Heimwerker-Markt verklagt seinen Konkurrenten, weil dieser mit dem Slogan „20 Prozent Rabatt auf alles“ wirbt. Ihm war aufgefallen, dass dieser kurz vor der Aktion die Preise erhöht hatte.		
Die Verbraucherzentrale bezichtigt den Getränkehersteller Aloecult unfairer Methoden: Er versprach in der Werbung ein vitaminreiches Aloevera-Getränk. Ein Sachverständiger fand aber keine Vitamine in dem Getränk.		
Ein Hausbesitzer verklagte einen Lieferanten von Schieferplatten, weil dessen Platten Flecken gebildet hatten. Der Hausbesitzer war der Ansicht, dass er ohne sein Wissen Schieferplatten zweiter Wahl erhalten hatte.		

Aufgabe

1. Ordnen Sie den Fällen in der Tabelle die zugehörigen Gesetzestextauszüge zu und erklären Sie kurz, in welchem Fall der Betroffenen sein Verbraucherrecht nicht wahrnehmen kann.

M 9 Verbraucherrechte auch durchsetzen? – Mittel und Wege zum Erfolg

Für den Verbraucher fallen die durch Fehlinformationen entstandenen Schäden oft klein aus. Wenn das nicht der Fall sein sollte, führt der Weg zur Durchsetzung von Verbraucherrechten von der Beratung möglicherweise zur Schlichterstelle oder bis zum Gericht.



© Colourbox / Dean Drobot

Marta Olig hat in einem großen Elektronikmarkt einen neuen Fernseher gekauft. Vor dem Kauf war sie unsicher, ob die Größe des Geräts für ihr Schlafzimmer ausreichend ist. Der Verkäufer sicherte ihr zu, dass sie das Gerät zu Hause in Ruhe ausprobieren, bei Nichtgefallen zurückgeben könne und den Kaufpreis dann ausgezahlt bekomme.

Frau Olig stellte daraufhin tatsächlich fest, dass der Fernseher zu klein war und wollte diesen zurückgeben. Im Geschäft konnte sich aber niemand an die Rückgabebesprechung erinnern. Nach langen Diskussionen mit dem Geschäftsleiter bekam sie einen Gutschein angeboten. Nun sucht sie im Internet nach einer anderen Lösung und fragt sich, welche Verbraucherrechte sie hat.

Aufgaben

1. Lesen Sie das Fallbeispiel. Welche Rechte könnte Frau Olig haben? Wie würden Sie an ihrer Stelle vorgehen?
2. Finden Sie andere, die den gleichen Informationstext wie Sie haben und besprechen Sie miteinander die Vor- und Nachteile Ihrer Maßnahme.
3. Finden Sie sich nun so in Dreiergruppen zusammen, dass keiner den gleichen Text hat. Jeder von Ihnen stellt seinen Informationstext nun den anderen vor.
4. Haben Sie bereits Erfahrungen mit einem Weg zur Rechtsberatung oder Rechtsdurchsetzung gemacht? Überlegen Sie, wo die jeweiligen Vor- und Nachteile liegen, indem Sie die verschiedenen Wege in Bezug auf Kosten und Effektivität vergleichen.
5. Beurteilen Sie abschließend als Gruppe gemeinsam, welchen Weg Sie an Frau Oligs Stelle gehen würden. Wählen Sie einen Gruppensprecher, der Ihr Ergebnis kurz der Klasse vorstellt und begründet.

