

Jahresbericht 2009

Infozentrum

Wer sich über Produkte oder Dienstleistungen vor dem Kauf oder Vertragsabschluss informieren will, der ist im Infozentrum der Verbraucherzentrale richtig. Kern des Infozentrums ist die **Infothek**. Mehr als 60 Themenordner informieren über Produkte und Dienstleistungen von A wie "Autokindersitz" bis Z wie "Zahlungsverkehr". Besucher können Testhefte lesen und kopieren. Ratgeber und Infos zu fast allen Verbraucherfragen stehen zum Kauf oder werden unentgeltlich abgegeben. Das Infozentrum ist die **Visitenkarte** und Drehscheibe der Verbraucherzentrale. Es ist zugleich Empfang, Buchladen, Selbstinformationsbereich und Leseraum.

Das Infozentrum wurde neben dem Vortragsraum auch für Veranstaltungen und Vorträge genutzt. **Seminare und Vorträge** in der VZ wurden gut angenommen. Der halbjährliche Vortragskalender wurde breit in der Stadt verteilt.

Verbraucherrecht

Unverändert auf sehr hohem Niveau bewegte sich die Zahl der Beschwerden über Internet-**Abofallen**. Mit einem neuer Trick beuten die Abzocker den guten Namen „klassischer“ Software, wie z. B. „Adobe Reader“ aus, die üblicherweise kostenlos zu erhalten sind. Durch geschickte Verlinkungen landeten die Verbraucher, die sich die vermeintlich kostenlose Software „downloaden“ wollten, auf einer speziellen Anmeldemaske und tappten durch Eingabe ihrer Daten in die Falle.

Die auf unserer Website veröffentlichte Liste unseriöser Abofallenbetreiber wuchs auch 2009 stetig und umfasste Ende des Jahres rund 250 Einträge.

Das zweite beherrschende Thema waren erneut die unerwünschten Werbeanrufe. Mitte 2009 trat die von der Bundesregierung groß angekündigte Gesetzesänderung gegen **unerwünschte Werbeanrufe** in Kraft. Zu den Neuerungen gehörte, dass auch Verträge über Zeitschriftenabos, die am Telefon abgeschlossen werden, nun widerrufbar sind und unerwünschte Werbeanrufe mit höheren Bußgeldern geahndet werden können. In der Praxis hat die Gesetzesänderung keine Wirkung gezeigt. Nach wie vor werden vor allem ältere Personen täglich von Callcentern per Anruf tyrannisiert – nicht selten Dutzende Mal am Tag. Verkauft werden soll meist die Teilnahme an Gewinneintragungsservices. Immer öfter bekommen Verbraucher auch ohne vorherige Anrufe Bestätigungsschreiben für die Teilnahme an kostenpflichtigen Diensten, oder es wird gleich Geld vom Konto abgebucht. Alles eine unmittelbare Folge des ungehemmten Datenhandels! Die Beratung besteht in diesen Fällen oft einfach darin, den manchmal seit Wochen schlaflosen Verbrauchern die Angst vor unberechtigten Inkassobriefen zu nehmen. Die in den Inkassoschreiben enthaltenen Drohungen „Schufa-Eintrag, Gerichtsvollzieher, Pfändung der Rente“ ängstigen die alten Menschen. Im schlimmsten Fall müssen die Opfer des Datenhandels ihre Telefonnummer und Bankverbindung wechseln, um endlich Ruhe zu haben. Das darf nicht so bleiben! Daher publizierten wir auch im 2. Halbjahr 2009 unsere Forderung, dass die Vertragsabschlüsse bei unerwünschten Anrufen erst nach schriftlicher Bestätigung wirksam werden dürfen.

Aber nicht nur alte Menschen mussten sich mit angeblichen Verträgen auseinandersetzen, auch junge, einkommensschwache und hilfsbereite Menschen wurden durch falsche Versprechungen und Informationen **Zeitschriftenabos aufgedrängt**.

Masche Nummer 1: Verbraucher, die als hilfsbereit eingeschätzt werden, werden auf der Straße angesprochen, ob sie ein **soziales Projekt unterstützen** möchten. Sie müssten nur bereit sein, sich ein paar Wochen kostenlos eine Zeitschrift liefern zu lassen und danach die Zuverlässigkeit der Boten, Kinder aus schwierigen familiären Verhältnissen, beurteilen. Dabei betonen die „Drücker“ auch auf Nachfragen der Verbraucher immer wieder die Kostenlosigkeit der Aktion. Stimmt natürlich nicht. Am Ende haben die Verbraucher ein 2-Jahres-Zeitschriften-Abonnement am Hals.

Masche Nummer 2: Verbraucher, die gern noch ein paar Euro dazu verdienen möchten, melden sich auf eine Zeitungsanzeige, in der **Produkttester** gesucht werden. Im Büro der Firma wird den Verbrauchern die Teilnahme an Tests in Aussicht gestellt. Das Beste dabei: Die getestete Ware dürfe man auch noch behalten! Die Aufnahme in die Datei koste allerdings € 214, aber die Aufnahmegebühr könne auch durch den Abschluss eines Zeitschriftenabos über 2 Jahre bezahlt werden. Aufgrund der rosigen Versprechungen und in der Hoffnung auf einen kleinen Nebenverdienst wird der Vertrag unterschrieben. Den Verbrauchern bleibt allein das Abo, eine Tätigkeit als Produkttester folgt nie.

Zwar konnten wir in allen Fällen, in denen die Verbraucher unsere Hilfe suchten, die unberechtigten Forderungen erfolgreich zurückweisen und den Verbrauchern zukünftige Zahlungsaufforderungen ersparen. Dennoch fürchten wir, dass die Dunkelziffer derer, die nicht zu uns kommen und unberechtigte Forderungen zahlen, hoch ist.

Daher gingen wir auch gegen die Veröffentlichung der „Produkttester-Gesuche“ vor. Das Gericht bestätigte in allen verfolgten Fällen unsere Auffassung und verbot die Anzeige, wenn nicht klagestellt wird, dass die Ausübung der Nebentätigkeit mit Kosten für den Verbraucher verbunden ist.

Skandalös bleibt das Verhalten der Verlage, die das schmutzige Geschäft der Abonnentenwerbung an Vertriebsfirmen abgeben, die ihre Verantwortung weiter auf Untervertriebsfirmen verlagern – und dabei ihre Hände in Unschuld waschen.

Wieder gab es eine Vielzahl von Anfragen zum **allgemeinen Verbraucherrecht**. So ging es auch im Jahr 2009 um Fragen zur Gewährleistung und Garantie, insbesondere dem Verhältnis dieser Ansprüche zueinander sowie um Fragen des Reiserechts (mangelhaft Unterbringung, verspätete und gestrichene Flüge) und des Werkvertragsrechts (Verbindlichkeit von Kostenvoranschlägen, Ärger mit überhöhten Forderungen von Schlüsseldiensten).

Immer stärker und offensiver nutzt die Verbraucherzentrale das Instrument der Abmahnung und **Verbandsklage**, um Missstände nachhaltig zu beseitigen.

Im Jahr 2009 wurden 189 Verfahren gegen Unternehmen eingeleitet, die sich in ihren **AGB** auf **unwirksame Bestimmungen** beriefen. Immer noch werden die Rechte der Käufer durch unzulässige Rügeklauseln (Rüge innerhalb von 2 Tagen, sonst erlischt die Gewährleistung) eingeschränkt oder das Widerrufsrecht z.B. bei gebrauchten Waren oder Waren, die der Verkäufer für den Kunden bestellt, ausgeschlossen. Erfreulicherweise hatten die meisten Unternehmen ein Einsehen und gaben die geforderte Unterlassungserklärung ab. Stellten sie sich stur, mussten wir klagen. Und das fast ausnahmslos erfolgreich!

Ein Aufschrei der Empörung ging durch den Hamburger **Einzelhandel**, nachdem zahlreiche Geschäftsinhaber mittels Abmahnung dazu aufgefordert wurden, endlich die Waren im Schaufenster mit Preisen auszuzeichnen. Die Empörung verwundert, denn die Gesetzeslage ist eindeutig und verpflichtet den Geschäftsinhaber zur sorgfältigen **Preisauszeichnung**. Der Grund für diese Regelung liegt auf der Hand. Muss der Kunde erst einmal in das Geschäft hineingehen, um den Preis zu erfragen, sieht er sich im Zweifel auch zum Kauf genötigt. Auch manche Verkäufer wissen wohl, dass sie bessere Verkaufschancen haben, wenn der Kunde erst einmal im Laden ist und unterlassen daher lieber die Auszeichnung der Waren.

Das ärgert immer wieder die Verbraucher und veranlasste uns, großflächig gegen die schlampige Preisauszeichnung vorzugehen. Der Erfolg der Aktion lässt sich nun an vielen Schaufenstern sehen. Die Zahl der Verstöße ist deutlich zurück gegangen.

Stark in der Öffentlichkeit wahrgenommen wurde unser **Verfahren gegen die Hamburger Sparkasse wegen illegaler Telefonwerbung** – hier entschied das LG Hamburg im April zu unseren Gunsten. Unser Verfahren gegen die Commerzbank, die von den Kunden in der sog. „geduldeten Überziehung“ pro Verfügung zusätzlich weitere 5 Euro forderten, ging ebenfalls in der 1. Instanz im Juni vor dem LG Frankfurt positiv aus. Gegen irreführende Werbung für Finanzprodukte gab es im November gegen die Sparkasse 1822 und die Postbank erfreuliche Entscheidungen. Neu sind unsere verstärkten Aktivitäten, um mit den **Mitteln des Wettbewerbsrechts Schummeleien im Lebensmittelsektor** aufzudecken und zu unterbinden. So konnten zwei Verfahren gegen einen Vanille-Zucker- und einen Kuchen-Anbieter beendet werden. Ist Vanille (oder Zitrone) auf der Packung abgebildet, so muss auch Vanille (bzw. Zitrone) drin sein – und nicht nur Vanille- oder Zitronenaroma.

Die 2008 eingeführte **Rundfunkgebührenberatung** wurde weiterhin gut nachgefragt. Insbesondere Probleme rund um die Befreiung von der Zahlung der Rundfunkgebühren veranlassen die Verbraucher, bei der Verbraucherzentrale Rat zu suchen. Oft wird ihnen bei uns zum ersten Mal verständlich erklärt, was in ihrem Fall das Problem ist und wie sie am besten auf die Forderungen der GEZ reagieren sollten. Es zeigt sich, dass die GEZ nach wie vor deutliche Schwächen in ihrer Kommunikation mit den Gebührendzahlern hat. Sehr häufig hören wir von den Verbrauchern nach der Beratung Äußerungen wie „Das hätte man mir aber schon längst so erklären können...“. Fast immer ist dieser Stoßseufzer verbunden mit einer Einsicht in die Gebührendzahlungspflicht.

Viele Verbraucher haben mit der Hilfe der Verbraucherzentrale ihre Befreiungsanträge auf den Weg gebracht und unter unserer Anleitung ihre Geräte abmelden können. Vielen Verbrauchern haben wir geholfen, einen Besuch des Gerichtsvollziehers abzuwenden, indem wir für sie mit dem NDR Ratenzahlungen vereinbart haben.

Nach wie vor ein großes Problem sind vermeintlich verloren gegangene Briefe, die an die GEZ geschickt wurden, dort aber nie ankamen. Das führt oft dazu, dass Verbraucher, die Anspruch auf eine Befreiung haben, nicht rechtzeitig befreit werden können und weiter zahlen müssen. Insbesondere für Empfänger von ALG II sind solche Forderungen schwer zu tragen, und werden auch als sehr ungerecht empfunden. Wir informieren den NDR über solche und ähnliche Schwierigkeiten und regen Abhilfe an.

Telekommunikation: Sehr viele Beschwerden haben die Verbraucher über **kostenpflichtige Hotlines** – die gesetzlichen Regeln hierzu sind mehrdeutig. Eine Erstattung unberechtigter Hotline-Kosten durchzusetzen ist aus praktischen Gründen meist unmöglich. Über fast alle Telefonanbieter gibt es Reklamationen bei der Vertragsabwicklung, sei es die überlange Wartezeit auf den Telefonanschluss bei Anbieterwechsel, „Missverständnisse“ über den Leistungsumfang von „Paketen“ oder überhöhte Forderungen wegen plötzlicher (und klammheimlicher) Erhöhung von Call-by-Call-Tarifen (PM2), teils um mehr als 1000 Prozent gegenüber kurzfristig günstigen Preisen.

Sehr viele Anfragen gab es zu **Rechnungen unbekannter Firmen**, die Kleinstbeträge erst längere Zeit nach Entstehung des Anspruchs forderten. Da im Telekommunikationsbereich sehr viele Unternehmen an der Herstellung einer Telefonverbindung und der Abrechnung derselben beteiligt sind und nicht jede beteiligte Firma beim Telefonieren in Erscheinung tritt, ist eine Einschätzung, ob eine Forderung berechtigt ist, für einen Verbraucher oft nicht möglich.

Zunehmend suchen die Verbraucher unseren Rat wegen überhöhter Rechnungen im Zusammenhang mit **mobilem Internet**. Hier besteht eine krasse Kluft zwischen den Kosten eines sog. „Flatratetarifs“ und den Kosten, die entstehen, wenn ohne eine Flatrate das Handy für Datentransfer aus dem Internet genutzt wird. Zahlreich auch die Anfragen zu

SMS-Abos, die die Verbraucher nicht abgeschlossen haben. Zahlen sie (berechtigterweise) nicht, ist relativ unvermittelt eine Sperre des Handyvertrags zu erwarten.

Geldanlage und Versicherungen

Wir befinden uns im Monat „Vier“ nach der Lehman-Pleite. Fieberhaft wird allenthalben nach den Ursachen der Finanzkrise und den Schuldigen gesucht. Forderungen werden erhoben – nach besserer Staatsaufsicht, Kontrolle der Rating-Agenturen, Verknappung des Geldes, Kürzung der Manager-Gehälter, stärkerer Haftung für Beratungsfehler und nach besserer Kennzeichnung von Finanzprodukten. Der damalige SPD-Vorsitzende **Franz Müntefering** forderte einen „Finanz-TÜV“ – wohl nicht zuletzt unter dem Eindruck eines **Besuchs in der Verbraucherzentrale Hamburg** im Februar des Berichtsjahres (bei Franzbrötchen und Tee schilderten Verbraucher ihre Fälle), der offenbar einen starken Eindruck hinterlassen hatte. Die Vertreter der Finanzwirtschaft hingegen wehrten sich in öffentlichen Diskussionen vehement gegen klare Kennzeichnungen – der Verbraucher werde durch noch mehr Information nur noch stärker verunsichert.

Das war für uns das Startzeichen für den „**Ampelcheck Geldanlage**“. In kürzester Zeit trugen unsere Kollegen ihr gesammeltes Wissen über verschiedene Finanz-Produktgruppen zusammen, entwickelten Bewertungen im Hinblick auf Sicherheit, der Rendite und der Liquidität und vergaben Beurteilungen, ob Produktgruppen für die Altersvorsorge geeignet seien oder nicht – alles auf der Basis der Informationen, die wir aus Hunderten von Beratungen zu Geldanlage und Versicherungen gewonnen hatten. Um dies alles für die Verbraucher auf einen Blick verständlich zu machen, wurden die Bewertungen in Ampelfarben „übersetzt“. Der bundesweit erste Ratgeber „Ampelcheck Geldanlage“ war in Form einer gut 40-seitigen Broschüre im Postkartenformat geboren.

Ein Sturm der Entrüstung brach los. Von allen Seiten prasselten Vorhaltungen auf uns nieder. Die Aussagen seien viel zu simpel, falsch, tendenziös – so könne man das alles gar nicht machen. Die Verbraucher hingegen hatten offenbar ein großes Bedürfnis nach klaren und vereinfachenden Informationen. Die erste Broschüre war nach wenigen Wochen vergriffen, auch die 2. Auflage fand stetigen Absatz. Regelrecht wütend war die Versicherungswirtschaft. Bisher konnte sie sich in der Finanzkrise als Hüterin der „sicheren“ Altersvorsorgeprodukte präsentieren. Mit den Aussagen in unserer Broschüre machten wir hingegen deutlich, dass – Lehman hin oder her – das „normale“ Risiko, mit dem Abschluss einer Lebens- oder Rentenversicherung Geld zu verlieren, enorm hoch ist. Die „Debeka“ erwirkte sogar beim Landgericht Berlin eine einstweilige Verfügung gegen die Verbreitung einiger Äußerungen zu den Versicherungen und zwang uns damit zu einem vorübergehenden Verkaufsstopp. In der auf unser Rechtsmittel folgenden mündlichen Verhandlung räumte das Gericht allerdings ein, die einstweilige Verfügung etwas zu voreilig erlassen zu haben und hob das Verbot wieder auf.

Unser Vorstoß hat dazu beigetragen, dass sich Einiges bewegt hat: Eine große Direktbank entwickelt „Beipackzettel“ für ihre Angebote, auf denen alle wesentlichen Informationen auf einen Blick erkennbar sind. Eine andere international tätige Bank beauftragte das Institut für Finanzdienstleistungen mit der Entwicklung von „Produktinformationsblättern“. Der slowenische Verbraucherschutz übernahm unseren Text und ein Anwalt als Mitglied der Verbraucherkommission der Bayerischen Staatsregierung stellte diese Broschüre den anderen Kommissionsmitgliedern im Rahmen einer Stellungnahme zum Anlegerschutz vor. Die Bundesverbraucherschutzministerin plant gesetzliche Vorschriften für „Beipackzettel“.

Versicherungen: Im ersten Halbjahr „Business as usual“:

- Haushalts-Versicherungsanalysen, bei denen deutlich wurde, dass nach wie vor nur einige wenige Haushalte richtig und preiswert versichert sind. Durch die Kündigung

zu teurer oder überflüssiger Versicherungen konnten die Verbraucher teils mehrere Hundert Euro im Jahr einsparen – ohne schlechter versichert zu sein;

- Vertragsprüfungen von Kapital-Lebens- und Rentenversicherungen mit dem Versuch, die enormen Verluste nach der Kündigung zu mildern;
- Trösten der Verbraucher, bei denen die Renditeprüfung ergab, dass sie über Jahrzehnte des Sparens nun nach Ablauf mit einem Zins von 2 oder 3. % p.a. abgespeist werden;
- Bestürzung über die sog. „Rürup“-Verträge und die Erkenntnis, dass hier eine neue Zeitbombe tickt. Die Policen sind dermaßen nachteilig gestaltet, dass früher oder später alle Versicherten Verluste von zum Teil mehreren Tausend Euro einfahren werden;
- gerichtlicher Streit mit der Debeka, über die Frage, ob wir Lebensversicherungen als so schlecht bewerten dürfen, wie sie wirklich sind (mehr dazu im Abschnitt Geldanlage und Altersvorsorge).

Am 20. November 2009 wurde es spannend. Nach einem mehrfach verschobenen Verkündungstermin entschied das Landgericht Hamburg in drei Urteilen gegen die Versicherer Deutscher Ring, Hamburg-Mannheimer und Generali (Volksfürsorge) auf die Klagen der Verbraucherzentrale Hamburg, dass mehrere von den Versicherern verwendeten Klauseln zur Kündigung und zur Beitragsfreistellung intransparent und damit unwirksam sind (Az.: 324 O 1116/07, 1136/07, 1153/07). Dem Kunden sei „weder das volle Ausmaß seiner wirtschaftlichen Nachteile bei einer Kündigung vor Augen, noch wird eine Vergleichbarkeit mit anderen Angeboten, auch anderen Kapitalanlagen, erreicht“. Nun können auch Verbraucher, die seit 2001 eine Kapitallebens- oder private Rentenversicherung abgeschlossen und seither gekündigt haben, Nachschlag auf den meist mageren Rückkaufswert fordern.

Das Gericht folgt damit der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs aus dem Jahr 2005, mit der die seinerzeit bis Herbst 2001 verwendeten Klauseln beanstandet worden waren. Gegenstand der jetzt in Hamburg entschiedenen Verfahren sind die seit dem Herbst 2001 von fast allen Versicherungsunternehmen verwendeten neuen Klauseln. Die Urteile haben also Grundsatzbedeutung für die gesamte Versicherungswirtschaft.

Die Publizierung dieser viel beachteten Entscheidungen führte zu einem erneuten Nachfrageschub zur Prüfung gekündigter Kapital bildender Versicherungen. Kein Wunder, denn das Potential ist groß: Jedes Jahr werden rund 4 Millionen Verträge gekündigt. Die den Kunden zustehenden Nachschlagsbeträge dürften sich auf rund 12 Milliarden Euro belaufen. Wir sind gespannt auf die Entwicklung der Rechtsprechung beim Oberlandesgericht und beim Bundesgerichtshof – und zugleich sehr zuversichtlich.

Im Jahr nach Ausbruch der Finanzmarktkrise wurden die Verbraucher gegenüber ihrer Hausbank zwar durchaus kritischer, jedoch nahmen die Banken diesen neuen Anspruch ihrer Kunden nicht zum Anlass, ihre **Anlageinformationen** zu verbessern. Ganz im Gegenteil, in der **Geldanlageberatung der Verbraucherzentrale** wird nach wie vor deutlich, dass nicht bedarfsgerechte, viel zu spekulative und intransparente Produkte angeboten werden. Frei nach dem Motto: Hauptsache provisionsträchtig. Es gibt zwar inzwischen auch den Trend der Banken, zunehmend Garantieprodukte zu verkaufen, zu bemängeln ist aber die Tatsache, dass diese Anlagen häufig immer noch viel zu kompliziert und für den Verbraucher nicht nachvollziehbar und vor allem teuer gestaltet sind.

Ob die 2009 beschlossene und 2010 in Kraft tretende Protokollpflicht der Banken bei der Anlageberatung hier Abhilfe schaffen kann, bleibt zu bezweifeln. Es ist zu befürchten, dass die Kreditinstitute die Protokolle durch die Unterschrift des Kunden eher als Absicherung für

eine „gute Beratung“ nutzen werden, so dass die Verbraucher im Falle einer Klage schlechte Karten hätten. Das Beratungsprotokoll soll aber die Anleger vor falscher Beratung schützen und nicht die Banken vor Klagen.

Konto, Kredit, Schulden, Insolvenz

Die Verbraucherzentrale Hamburg erfüllt die Voraussetzungen für die Anerkennung als **geeignete Stelle** im Sinne von § 305 Abs. 1 Nr.1 Insolvenzordnung und ist seit Juli 2003 Auftragnehmerin der Freien und Hansestadt Hamburg im Rahmen der nach § 11 (5) SGB XII in Verbindung mit § 16 (2) SGB II durchzuführenden Schuldnerberatung. In der Ausschreibung für die Zeit Juli 2008 bis Juli 2013 erhielt die Verbraucherzentrale neben vier weiteren Einrichtungen den Zuschlag.

Das Jahr 2009 stand unter dem Motto „**Zehn Jahre Insolvenzordnung**“. Zur Erinnerung: Vor 10 Jahren wurde mit der zum 1. Januar 1999 in Kraft getretenen Insolvenzordnung erstmals überschuldeten Verbrauchern ermöglicht, durch Restschuldbefreiung einen wirtschaftlichen Neustart zu erreichen. Wir haben Bilanz gezogen und in einer Pressekonferenz im Juni 2009 Betroffene vorgestellt, die es geschafft haben. Schuldner berichteten, wie sie die Zeit während des Insolvenzverfahrens und die Restschuldbefreiung erlebt haben. Die „Restschuldbefreiten“ schilderten eindringlich, mit welchen Gefühlen sie nach Jahre langem Durchhalten und Leben an der Grenze zum Existenzminimum sie schließlich den Beschluss des Gerichtes, sie seien jetzt schuldenfrei, in Empfang genommen haben. Es kamen aber auch die Probleme zur Sprache, mit denen die Schuldner zu kämpfen hatten: Kontokündigung und –sperre auf Grund einer Kontopfändung, Verwertung der Genossenschaftsanteile durch den Treuhänder mit Folge der Kündigung der Genossenschaftswohnung, Widerruf von Lastschriften durch den Treuhänder. Und: Dadurch, dass der Schufa-Eintrag „Restschuldbefreiung erteilt“ erst drei Jahre später gelöscht wird, ist ein wirklicher Neuanfang erst nach Ablauf von weiteren drei Jahren möglich.

Auch die bundesweite „**Aktionswoche Schuldnerberatung**“ hatte sich das Thema „Zehn Jahre Restschuldbefreiung – ein Erfolgsmodell?“ auf die Fahnen geschrieben. Auf starke Resonanz stieß die von der Verbraucherzentrale Hamburg während der Aktionswoche eingerichtete kostenlose **Schulden-Hotline**. Verbraucher erhielten hier Antworten auf Fragen zum Thema Schulden und Insolvenz, z.B.: Welche Anforderungen stellt das Verfahren an die Betroffenen? Welche Voraussetzungen müssen erfüllt sein? Für wen ist das Insolvenzverfahren der richtige Weg?

Wir haben in insgesamt **1.949 Fällen** beraten, **563** Privatinsolvenzfälle konnten in 2009 abgeschlossen werden. In **31** Fällen konnten wir für den Schuldner eine Einigung zur endgültigen Regulierung der Schulden und Schuldenerlass mit allen Gläubigern erzielen. Für **444** überschuldete Verbraucherinnen und Verbraucher haben wir die obligatorische Bescheinigung, dass der Versuch einer außergerichtlichen Einigung mit den Gläubigern gescheitert ist, ausgestellt. Damit ist der Weg frei, das gerichtliche Verbraucherinsolvenzverfahren einzuleiten, um dann nach ca. 6 Jahren schuldenfrei zu sein.

Wir konnten 131 „**kantolosen**“ **Verbrauchern** wieder ein Girokonto vermitteln. In den meisten Fällen lehnen Kreditinstitute zunächst die (Wieder-) Einrichtung von Konten bei einer negativen Schufa-Auskunft ab. Andere Ablehnungsgründe sind Arbeitslosigkeit, Schulden.

Immobilienfinanzierung

Das fallende Zinsniveau stärkte die Nachfrage nach **Beratungen für Immobilienfinanzierungen** spürbar. Die Leitzinssenkungen der Europäischen Zentralbank hatten zur Folge, dass die Hypothekenzinssätze unter 4 % fielen. Die Bankenkrise führte

nicht zu einer Verunsicherung, sondern heizte die Nachfrage eher an. Misstrauen gegenüber den Banken und Inflationsängste machten den Erwerb von Immobilien für Verbraucher attraktiv, die bisher nicht daran gedacht hatten. Die persönlichen Beratungen waren daher gut nachgefragt.

Unser neuer **Service zur Hilfe bei der Angebotseinholung** bis zum unterschriftsreifen Vertrag fand dagegen noch nicht die erwartete Nachfrage. Nachdem im Vorjahr die Direktanbieter fast konkurrenzlos günstig waren, erhöhten diese die Risikoaufschläge teilweise erheblich. Örtliche Anbieter (Sparkassen und Volksbanken) wurden deutlich konkurrenzfähiger. Fast die Hälfte der Finanzierungen landete bei diesen. Für den Service erhält die Verbraucherzentrale keine Provisionen. Vielmehr zahlt der Verbraucher ein Entgelt von 450 Euro.

Die **Überprüfung von Immobilienkaufverträgen und Bauverträgen** war das ganze Jahr nachgefragt.

Der „**Tag der Immobilie**“, traditionell immer am letzten Samstag im Februar, war sehr gut besucht. Auch dieses Jahr nahm die Hamburgische Wohnungsbaukreditanstalt wieder teil. Einzelne Vorträge mussten wegen Überfüllung geschlossen werden.

Neu aufgenommen in das Seminarprogramm wurden **Seminare zu Anschlussfinanzierungen**. Inzwischen ist es keine Selbstverständlichkeit mehr, dass man bei einem Kreditinstitut bleibt, zumal viele Banken aufgrund eigener Schwierigkeiten keine konkurrenzfähigen Angebote mehr machen können.

Sinkendes Zinsniveau führt zu höheren **Vorfälligkeitsentschädigungen**. Dementsprechend stieg die Nachfrage, allerdings bei weitem nicht auf das Niveau früherer Jahre. Unsere Arbeit hat Wirkung gezeigt. Die Differenzen zu den Bankberechnungen sind deutlich kleiner geworden.

Der **Hypothekenzinsvergleich** ist inzwischen fast zwanzig Jahre eine Konstante. Nicht mehr so häufig verkauft, aber Grundlage für die Immobilienfinanzierungsberatung in vielen Verbraucherzentralen. Die TOP 15 sind auf unserer Webseite ein Dauerbrenner. Auffällig ist, dass es die klassische Hypothekenbank fast gar nicht mehr gibt. Aus vielen Hypothekenbanken ist durch Fusionen und Schließungen allenfalls noch eine Handvoll übrig geblieben.

Gesundheit und Patientenschutz

Schon 1995 hatten wir der Gesundheitsbehörde Vorschläge zum **Institutionen übergreifenden Beschwerdemanagement** unterbreitet, deren Realisierung aber bisher an verschiedenen Faktoren scheiterte: hauptsächlich am Datenschutz, jedoch auch an der Trägheit mancher Institutionen. Jetzt ergriff die BSG die Initiative und lädt seit 2009 ein- bis mehrmals im Jahr alle relevanten Akteure zu sich ein. Ein langsamer Prozess der Verständigung über Notwendigkeit der systematischen Dokumentation von Beschwerden und über den datenschutzkonformen Austausch der wichtigsten Inhalte ist in Gang gekommen.

Nachdem wir schon seit zehn Jahren am Aufbau des **Beschwerdemanagements der Hamburger Krankenhäuser** beteiligt sind (angestoßen damals durch unser EU-Projekt PatientenNavigation und vor allem seine Abschlusstagung im Jahr 2001, später durch die Schulung und Betreuung der Beschwerdebeauftragten der Krankenhäuser), hatten wir uns für 2009 vorgenommen, die Entwicklung eines Zertifikats „Kundenorientiertes Beschwerdemanagement im Gesundheitswesen“ durch das Hamburger Institut für Beschwerdemanagement zu begleiten. Wir waren bei der Entwicklung des Zertifikats sowie beim Audit eines der Hamburger Pilotkrankenhäuser als neutrale Beobachter eingebunden.

Das Projekt zur **Beratungsqualität in der ästhetischen Chirurgie** soll die Wiederaufnahme eines vor Jahren erfolgreich durchgeführten Vorprojekts sein. Damals hatten wir sieben Ärzte aus zwei relevanten Vereinigungen hinsichtlich ihrer Beratungsqualität untersucht. Diesmal wollen wir erstens herausfinden, ob sich deren Beratung verändert hat, und zweitens, ob die Beratung von Ärzten außerhalb dieser Vereinigungen besser oder schlechter ist. Das Projekt kam 2009 ins Stocken, weil wir keine geeignete Versuchsperson finden konnten. Es soll nun 2010 zusammen mit einer systematischen Einführung in das Projektmanagement als Pilotprojekt in seine Hauptphase eintreten.

Der **Hamburger Krankenhausspiegel** wurde im Jahr 2005 als gemeinsames Projekt von LBK Hamburg GmbH, Techniker Krankenkasse, Ärztekammer und Verbraucherzentrale ins Leben gerufen. Die LBK-Krankenhäuser wollten die gesetzliche Pflicht, in strukturierten Qualitätsberichten über ihre Arbeit zu berichten, gleich zu Beginn um weitere freiwillige Schritte ergänzen, indem sie Qualitätsindikatoren (BQS-Daten) öffentlich zugänglich machten. In späteren Jahren kamen weitere Partner hinzu: 2009 waren es 26 Krankenhäuser, 3 Krankenkassen und 3 Patientenberatungsstellen. Sie hatten sich 2007 eine Geschäftsordnung gegeben und über Jahre unkompliziert und vertrauensvoll zusammengearbeitet.

Doch die Hamburgische Krankenhausgesellschaft übernahm im Jahr 2009 die Vertretung der 26 Krankenhäuser. Seitdem werden diese nicht mehr durch die fachkundigen und in der Sache hoch engagierten Qualitätsmanager der Häuser vertreten, sondern durch die Geschäftsführung der HKG. Die drängte auf stärkere Formalisierung und wollte den Krankenhausspiegel zum Projekt ihrer HKG Health Services GmbH machen. Dagegen sprachen sich jedoch die anderen Partner aus, wodurch der relativ informelle, aber bisher funktionierende Status erhalten blieb. Ende 2009 jedoch verhandelte die HKG-Gesellschaft einen Vertrag mit der Agentur impressum, die die Geschäfte des Krankenhausspiegels führte, und wollte sich die Rechte an diesem Projekt übertragen lassen, ohne die anderen Partner einzubeziehen. Das führte zum Unmut der anderen Beteiligten und zu Krisensitzungen im Jahr 2010.

2007 hatten wir in einer Pressemeldung und im Internet vor dem Beitritt zum **Allgemeinen Patienten-Verband (APV)** gewarnt, weil wir seine Satzung für undemokratisch und patientenfeindlich hielten. Durch zahlreiche Beschwerden hatten wir beispielsweise immer wieder erfahren, dass geschädigte Patienten die zweijährige Kündigungsfrist nicht zur Kenntnis genommen hatten. Der APV versuchte uns unsere Warnung durch eine einstweilige Verfügung zu untersagen, scheiterte jedoch in zwei Instanzen. Das Hauptverfahren soll 2010 vor dem Landgericht Hamburg eröffnet werden.

Mit der **Asklepios** Hamburg GmbH haben wir einen speziellen Vertrag zur regelmäßigen monatlichen Rückmeldung von Beschwerden. Für alle anderen Anbieter von Gesundheitsleistungen erbringen wir diesen „Service“ nur, wenn es von der Sache her erforderlich ist, etwa wenn ein Verdacht auf Behandlungsfehler verfolgt werden soll, wenn wir uns durch die direkte Rückmeldung eine Qualitätsverbesserung erhoffen oder wenn die Ratsuchenden ausdrücklich eine Rückmeldung an den Problemverursacher wünschen. Häufig haben Ratsuchende selbst diese Rückmeldung bereits versucht oder durchgeführt und wollen mit unserer Hilfe einen nächsten Schritt tun. Das kann die Information einer aufsichtführenden oder vertraglich sanktionsbefugten Stelle sein, etwa einer Behörde oder Krankenkasse oder eines Verbandes; oder auch eine direkte Intervention; oder die Weitergabe an Presseorgane, die ihrerseits über weitere Möglichkeiten der Einflussnahme verfügen, etwa durch ihre journalistische Freiheit und Verschwiegenheit. Dieses Tätigkeitsfeld beabsichtigen wir demnächst systematischer zu beschreiben und einer Evaluation zugänglicher zu machen.

Ernährung und Lebensmittel

Im Lebensmittelbereich mangelt es an Wahrheit und Klarheit. 2009 war das Jahr der Täuschungen und Irreführungen. Analogkäse oder Gelschinken gehören inzwischen zum allgemeinen Wortgebrauch, Mogelpackungen gibt es in fast jedem Supermarkt.

Der „kreative Umgang“ mit den Füllmengen, d.h. weniger Inhalt zum gleichen Preis zu verkaufen, ist beim Handel und den Anbietern seit dem Jahr 2000 ein schleichender Prozess. Dieses Thema erreichte im Berichtsjahr noch einmal eine besondere Brisanz, weil die letzten Vorgaben, z.B. für Milch, Wasser oder Schokolade, in der EU gefallen waren. Die Verbraucherzentrale stellte eine Liste mit über 150 betroffenen Produkten zusammen, die bei Marktschecks aufgefallen oder von erbosten Verbrauchern zugesandt wurden. Bei den Verbrauchern und auch in den Medien fand dieses Thema eine große Resonanz, so konnte die Teilnahme an sieben bundesweite Talkshows und über 150 Presseartikel zur „**Mogelpackungsliste**“ registriert werden.

Verbraucher wollen nicht betrogen werden. Doch die Lebensmittelindustrie setzt immer wieder neue Strategien ein, um teure Rohstoffe wie frische Früchte einzusparen und diese durch billige Alternativen wie Aromastoffe und Farbstoffe zu ersetzen. Sogenannte **Imitate** wie Erdbeermilchgetränke ohne Erdbeeren, Wasabi-Erdnüsse ohne Wasabi oder Shrimps aus gepresstem Fischfleisch, wurden in einer Internetliste mit konkreten Herstellerangaben dargestellt. Seitdem reißen die Diskussionen um dieses Thema nicht mehr ab. Denn Verbraucher erwarten aufgrund der Aufmachung eines Produktes häufig ganz andere Inhaltsstoffe, als sie später in der Zutatenliste wiederfinden. Das Thema war auf den Titelseiten vieler Zeitungen wieder zu finden und wurde als Aufmacher von Online-Redaktionen an die erste Stelle gesetzt, z.B. Bild oder Spiegel. Die bundesweite Resonanz war überwältigend, denn das Thema brennt den Konsumenten unter den Nägeln. Mit der ergänzenden Aktion „**Abgespült: Nackte Tatsachen über Joghurt und Feinkostsalate**“ konnte auch fotografisch nach dem Abspülen gezeigt werden, wie wenig der großflächig abgebildeten Früchte wirklich enthalten waren.

Dass immer mehr Supermärkte die Frischmilch aus den Regalen nehmen, bemängelten viele Verbraucher. Daher führte die Fachabteilung Ernährung einen Marktcheck durch, der diesen Trend bestätigte: Sehr häufig wird die Frischmilch durch sogenannte ESL-Milch verdrängt, ohne dass das neue Erhitzungsverfahren gekennzeichnet wird. Mit einer Kampagne „**Rettet die Frischmilch**“ konnte viel Aufmerksamkeit erzielt und schließlich auch eine andere Kennzeichnung mit den Hinweisen „länger haltbar“ bzw. „traditionell hergestellt“ erwirkt werden. Auch wenn eine wichtige Forderung dieser Kundenaktion, dass nur richtige Frischmilch als solche gekennzeichnet werden darf, nicht erfüllt werden konnte: Einige Supermärkte zeigten sich einsichtig: Die traditionell hergestellte Frischmilch ist wieder vermehrt in den Regalen zu finden.

Zu den weiteren Aktionen gehörte die ständige Aktualisierung der Homepage www.verbraucherzentrale-ampelcheck.de. Mehr als 500 Lebensmittel wurden „geampelt“, damit die Konsumenten versteckte Dickmacher auf den ersten Blick erkennen können. Eine Analyse der Nährwertangaben auf Lebensmittelverpackungen bei 3500 Lebensmitteln von 50 Herstellern ergab, dass noch große Defizite bestehen. Fast die Hälfte der untersuchten Produkte war immer noch nicht mit der Kennzeichnung aller acht („Big eight“) Nährwerte versehen.

Die aktuelle **Warnliste** unter www.vzhh.de wurde ständig aktualisiert, dazu gehörten Hinweise zu Salmonellen im Schweinefleisch, bestrahlten asiatischen Lebensmittel oder Funde von gentechnisch verändertem Reis.

Am Jahresende wurde der hoffentlich letzte **Diabetiker-Weihnachtsmann** gefeiert, denn die überholten Vorgaben der Diätverordnung standen kurz vor der Abschaffung. Viele Diabetikerlebensmittel enthalten ungünstige Fette und zu viel Kalorien.

Energie, Bauen, Klima

Das neue vom Bundesumweltministerium geförderte Klimaschutz-Projekt „für mich. für dich. fürs klima“ startete 2009.

Im Juni beteiligte sich das Klimateam Hamburg an der ersten bundesweiten Aktion, dem Marktcheck zur **Verbrauchskennzeichnungsverordnung**. Dabei suchte das Team insgesamt 10 Autohäuser in Hamburg auf, um herauszufinden, inwieweit die seit 2004 geltende Pkw-Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung umgesetzt wird. Im Ergebnis stellte sich erfreulicherweise heraus, dass die Bestimmungen der Verordnung (Bereitstellung des DAT-Leitfadens, Kennzeichnung des Kraftstoffverbrauchs und der CO₂-Emissionen an jedem Neuwagen) in der Hansestadt weitgehend eingehalten werden, so dass Aktivitäten zur Durchsetzung (auf rechtlichem Wege oder durch Öffentlichkeitsarbeit) nicht eingeleitet werden mussten.

Das Klimateam beteiligte sich am 21. Juni am traditionell in Hamburg stattfindenden ersten **autofreien Sonntag**, der diesmal gleichzeitig auch verkaufsoffen war. Dabei griffen die Klimaaktivisten das Motto „Für mehr Lebensqualität auf Hamburgs Straßen“ auf, indem sie mit eigens angefertigten Autoattrappen durch die autofreie Zone in der Hamburger Innenstadt liefen und Flyer mit guten Argumenten gegen Autos in Großstädten verteilten. Vordergründig machten sie mit diesem „Eyecatcher“ auf den immensen Flächenverbrauch aufmerksam, der mit dem Individualverkehr einhergeht. Am gemeinsamen Stand mit der Energieberatung berieten VCD-Referenten rund ums Thema „klimafreundliche Verkehrsalternativen“.

Im Juli setzte das Hamburger Klimateam die bundesweit stattfindende, sogenannte „**Brötchenaktion**“ um. Ziel dieser Aktion ist es, Verbraucher dazu zu bewegen, bei kürzeren Strecken öfter mal das Auto stehen zu lassen und auf andere Verkehrsmittel wie zum Beispiel das Fahrrad umzusteigen. Dabei werden Passanten gezielt gefragt, wie sie zum Veranstaltungsort gelangt sind und gebeten, die Kosten und den CO₂-Ausstoß ihrer Wege zu schätzen. Anhand der genannten Entfernungen und einer Tabelle zur Abschätzung des CO₂-Ausstoßes von Pkw können die tatsächlichen Kosten und Emissionen schnell überschlagen und mit den klimafreundlicheren Alternativen Rad/Fuß und ÖPNV verglichen werden. Um das Ergebnis anschaulich zu gestalten, werden die Kosten- und CO₂-Einsparungen in „Brötchenäquivalente“ umgerechnet. Da die Aktion sehr gut angenommen wurde, wurde sie im September noch einmal wiederholt.

Den August nutzte das Team, um die ebenfalls bundesweit durchgeführte Aktion zum Thema **Recyclingpapier** durchzuführen. Dazu wurden um den Schulbeginn herum im Infozentrum der VZ sowie vor dem Bezirksamt Nord Schulhefte und Lesezeichen aus Recycling-Papier verteilt um die mittlerweile sehr gute Qualität von Papierprodukten aus Recycling-Papier zu demonstrieren. Bei dieser Gelegenheit wurden die Verbraucher auf die Umwelt- und Klimaschädlichkeit von Papier aus Frischfasern hingewiesen. Obwohl das Thema ein alter Klassiker unter den Umweltthemen ist, konnten die Verbraucher auf diesem Weg hervorragend angesprochen und in vertiefende Gespräche verwickelt werden.

Ebenfalls im August wurde die projekteigene **Internetseite** www.verbraucherfuersklima.de frei geschaltet. Der Auftritt hält neben einer bundesweiten Homepage auch eine Regionalseite für jede einzelne Verbraucherzentrale bereit. Neben einem CO₂-Rechner und diversen herunterladbaren Materialien befinden sich auf der Seite Artikel zu aktuellen und vergangenen Aktivitäten des Klimateams, Links zu anderen klimarelevanten Webseiten

(Beispiel: Wohn- und Mobilitätskostenrechner der HCU) sowie diverse Pressemitteilungen. Über die Besucherzahlen der Internetseite liegen uns keine verlässlichen Zahlen vor.

Als ein wichtiges Highlight ist die Teilnahme an der lokalen Veranstaltung **BioErleben** 2009 am 12.09. zu nennen. Die jährlich ausgetragene Veranstaltung rund um die Themen Ökolandbau, Klimaschutz und Nachhaltigkeit fand dieses Jahr erstmalig auf dem Rathausmarkt, einem ohnehin stark frequentierten öffentlichen Platz statt. Begünstigend kam hinzu, dass im Rathaus zeitgleich ein „Tag der offenen Tür“ stattfand, weshalb ca. 80.000 Besucher auf die BioErleben kamen. Am Stand der VZ wurde die Ausstellung „Klimaschutz schmeckt“ präsentiert, die auf großes Interesse bei den Besuchern stieß. Fachlich versierte Kolleginnen aus der Ernährungsabteilung führten Beratungsgespräche zum Thema „Ernährung und Klima“ sowie zu anderen Ernährungsthemen durch. Die Zahl der Verbraucherkontakte belief sich insgesamt auf knapp 500, wobei sich in 160 Fällen aus eher oberflächlichen Kontakten intensive Beratungsgespräche entwickelten.

Als weiteres Highlight unter den Aktivitäten ist der zweite **autofreie Sonntag am 20.09.** zu nennen. Das Motto „Elektromobilität und zukunftssträngige Antriebssysteme im Straßenverkehr“ nahm das Klimateam zum Anlass, den autofreien Sonntag in die bundesweit laufende Aktionsphase „Autokauf“ einzubinden und Besucher auf ihre jeweiligen Bedürfnisse zugeschnittene, möglichst umweltfreundliche Autotypen zu empfehlen. Dabei wurde die kurz zuvor veröffentlichte Autoumweltliste des Projektpartners VCD sowie Flyer zu den Themen „klimabewusster Autokauf“ und „Spritsparen“ verteilt. Selbstverständlich kam dabei auch eine der beiden Autoattrappen als Publikumsmagnet zum Einsatz. Aufgrund der günstigen Lage und der dichten Bespielung der Aktionsfläche war die Veranstaltung äußerst gut besucht (80.000 Besucher), so dass sehr viele Materialien herausgegeben wurden und viele, wenngleich auch nur oberflächige Verbraucherkontakte zustande kamen.

Am 26. September postierten sich die Mitarbeiter/-innen des Klimateams mit einem Stand vor der **Autowaschanlage** „Mr. Wash“ in der Stresemannstraße. Nutzer/-innen der Waschanlage bekommen zu Beginn einen Typentest zum Thema „Was für ein Autotyp sind sie?“, ausgehändigt. Nach dem Waschgang fand eine Auswertung statt und der Teilnehmer bekam auf Wunsch Informationen und Beratung zum Thema klimabewusster Autokauf sowie Materialien wie die (VCD Auto-Umweltliste, Flyer, etc.) ausgehändigt.

In der Zeit vom 19.09. – 26.09. fand in der äußerst gut besuchten Europa-Passage die erste „**Klimawoche**“ statt, eine Veranstaltung, bei der vor allem Forscher und Klimaschutzakteure eine Gelegenheit erhalten, sich zu präsentieren. Das Klimateam brachte sich mit der Wanderausstellung „Klima schützen kann jeder“ ein, die in ihrer ursprünglichen Version von der Verbraucherzentrale Bayern entwickelt worden war. Aufgrund der ungünstigen Lage in der Passage fielen die zustande gekommenen Verbraucherkontakte eher verhalten aus. Die Aktion eignete sich jedoch hervorragend, um Erfahrungen mit der erstmalig aufgestellten Ausstellung zu sammeln.

Wanderausstellung „Klima schützen kann jeder“: Im Anschluss an die Präsentation in der Europa-Passage wurde die Ausstellung bis zum 18.12. ununterbrochen in zwei Bezirksämtern und einer Kirche gezeigt. Da hier kein Personal zur Betreuung bereit gestellt werden konnte, fehlen verlässliche Angaben über die Anzahl der Verbraucherkontakte. Schätzungen zufolge lagen diese bei circa 100 pro Ausstellungswoche. Insgesamt lässt sich somit festhalten, dass die Ausstellung gut angenommen wird.

Im November nahm das Klimateam seine Aktivitäten im Bereich **Rechtsdurchsetzung im Bereich „Grüne Werbung“** auf. Immer mehr Unternehmen springen auf den imageträchtigen Nachhaltigkeitszug auf und bewerben sich oder ihre Produkte als besonders umweltfreundlich, klimaneutral oder einfach ökologisch. Leider steckt dahinter häufig nichts anderes als Grünfärberei, „Greenwashing“. Um diesem ungewünschten Trend entgegenzutreten, begann das Klimateam im November mit der exemplarischen Abmahnung

der EDEKA-Gruppe. Diese hatten ihre Tochter „Marktkauf“ in Sachen Energieeffizienz veralteten Gefrierschrank als „Öko“ und „sparsam im Verbrauch“ bewerben lassen. Nach Abgabe der Unterlassungserklärung veröffentlichte das Klimateam eine Pressemitteilung, die ein starkes mediales Echo hervorrief. Dieses erste Verfahren bildete den Auftakt einer Vielzahl von Abmahnverfahren und trug maßgeblich dazu bei, dass dem Bereich Rechtsdurchsetzung in 2010 eine ganz wesentliche Bedeutung zukommt.

In den Wochen vor Weihnachten beendete das Klimateam seine Aktivitäten mit der **Aktion „Klimaschutzengel“**. Dabei liefen als Engel verkleidete Mitarbeiter an insgesamt sechs Tagen über diverse Weihnachtsmärkte und durch Einkaufszentren, verteilten Flyer und Give-Aways und klärten Verbraucher über empfehlenswerte Umwelt-Label (z.B. Blauer Engel) auf. Sie verteilten Flyer und Give-Aways. Die Kostümierung der Mitarbeiter kam generell sehr gut an. Viele Kinder aber auch Erwachsene waren begeistert einen Engel auf Erden zu sehen.

In dem vom BMWI geförderten **Projekt Energiesparberatung** standen neben den gut nachgefragten Einzelberatungen die Sonderaktionen im Mittelpunkt.

9. – 17. Mai : Solarenergie im Rahmen der bundesweiten „Woche der Sonne“ in den Räumen der VZ.

7. – 11. September: Ausstellung „Heizungserneuerung“ in den Räumen der VZ

10. September – 7. November: Aktionswochen Schimmel:

Ausstellungen in den Bezirksberatungsstellen sowie der Hauptgeschäftsstelle und begleitende kostenfreie Beratung. Die Aktionswochen sind gerade in Bezug auf die Bezirksberatungsstellen eine gute Möglichkeit für eine Medienpräsenz. Die Ausstellung wurde in Harburg zu Beginn der Schweinegrippe-Impfungen im Gesundheitsamt gezeigt, was laut Aussage der Mitarbeiter des Agenda 21-Büros (in dem die Energieberatung stattfindet) dazu führte, dass der Energieberatung „die Bude eingerannt“ wurde.

6. – 8. November: Tag des Passivhauses: Ausstellung in den Räumen der VZ. Kaum nachweisbare Resonanz.

5. September – 4. Oktober: Hamburger Zukunftswochen: Durch die Hamburger Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt initiierte **Aktionswochen**, mit dem Ziel, den verschiedenen Angeboten in der Stadt ein Präsentationsforum zu bieten. Die Energieberatung hat sich mit kostenfreien Beratungen, Vorträgen und Ausstellungen zu Wärmedämmung und Heizungssanierung beteiligt. Im Rahmen der Zukunftswochen fand erstmalig auch ein **KimaMarkt** in Verbindung mit der in Hamburg bereits etablierten BioErlebnis-Messe statt. Bei der Durchführung und Präsentation ist die Energieberatung als Kooperationspartner des Veranstalters Ökomarkt aufgetreten. Auf dem Veranstaltungsort, dem zentral gelegenen Hamburger Rathausmarkt, konnten zahlreiche Interessierte erreicht werden. Die Besucherzahl lag bei rund 80.000.

Anfang 2009 konnte mit der Umsetzung des neuen **Projekts „Klimalotsen“** begonnen werden. **Ziel** ist die Bereitstellung eines niedrigschwelligen Beratungsangebotes zur Orientierung in Sachen Klimaschutz – vorrangig Energiesparmaßnahmen. Hierzu soll über direkte Informationen zu einzelnen Fragestellungen hinaus auch an Beratungs- und andere Institutionen weiterverwiesen werden, die dem/der Ratsuchenden ggf. konkret bei der Weiterverfolgung bzw. Umsetzung Ihres Anliegens zur Seite stehen. Während des Projektes ist eine begleitende **Evaluation** als Erfolgskontrolle vorgesehen.

Im Berichtsjahr 2009 sind insgesamt **4.707 telefonische Anfragen** bei der Energie- und Klimahotline eingegangen. Darüber hinaus wurden **689 schriftliche Anliegen** bearbeitet (inkl. E-Mail).

Zum Jahresanfang dominierten Anfragen zu **Wärmepumpen** und **solarer Heizungsunterstützung**. Oft wurde der Wunsch nach einer möglichst autarken Energieversorgung vor dem Hintergrund des Gasstreits zwischen Russland und der Ukraine geäußert. Im Mai machen sich die Aktionswochen zur **Solarenergie** bemerkbar. Zudem sind

die heizfreien Sommermonate klassische Zeiträume zur Heizungsmodernisierung, weshalb auch hier die Themen solare Heizungsunterstützung und wiederum Wärmepumpen aktuell waren.

Ab Oktober wurden verstärkt auch Anfragen zu **Blockheizkraft-Werken** registriert. Anlass bot hier die Bekanntmachung der „Keller-Kraftwerks-Allianz“ zwischen Lichtblick und VW: Im Rahmen dieser Partnerschaft sollen zukünftig bis zu 100.000 Verbraucher ihren Strom über in den Kellern von ihren Wohnhäusern installierte Blockheizkraftwerke beziehen können. Zum Jahresende gewann das Thema Photovoltaik durch die Diskussionen um die Reduzierung der Einspeisevergütung noch einmal an Bedeutung. Anfragen zu **Holzpellet-Öfen** spielten keine Rolle.

Zu dem kontinuierlich gut nachgefragten Beratungsbereich **Baulicher Wärmeschutz** gehört neben Anfragen zu **Wärmebrücken, Dämmmaßnahmen im Bereich Außenhülle, Dach und Keller sowie Fensteraustausch** auch der Bereich **Feuchtigkeit und Schimmelbildung**. Feuchtigkeitsprobleme machen 29 % aller Anfragen in diesem Themenbereich aus.

Im Bereich Haustechnik dominieren eindeutig alle Fragen zum Komplex **Heizung** einschließlich der **Heizkostenabrechnung, Lüftungsanlagen** und Energieverbrauch bei der **Warmwasserbereitung** spielen nur eine geringfügige Rolle.

Beim Stromverbrauch im Haushalt sind vor allem Anfragen zu **Energieeffizienten Elektro-/Haushaltsgeräten** relevant. Der Peak im November zeigt das besondere Interesse an sparsamen Geräten im Weihnachtsverkauf.

Von September bis November war DAS Thema in diesem Bereich die **erste Stufe des Glühlampenverbotes**, nach dem die Produktion aller matten und aller klaren Glühlampen mit 100 Watt eingestellt wurde. Unnötiger Stromverbrauch durch **Stand-By-Verluste** stieß dagegen auf wenig Interesse.

Die Verärgerung über die hohen Gas- und Strompreise ist bei den Verbrauchern nach wie vor groß. Die seit April 2005 laufende **Sammelklage gegen die E.on Hanse AG** vor dem Landgericht Hamburg fand im Jahr 2009 ihren vorläufigen Abschluss durch ein obsiegendes Urteil, gegen das E.on in die noch andauernde Berufung ging.

Für 55 Verbraucher, die die verlangten Preise unter Vorbehalt gezahlt hatten, reichten wir im Dezember eine exemplarische **Sammelklage (Einziehungsklage)** bei dem Landgericht Hamburg auf Zahlung der überzahlten Beträge ein.

Umwelt

Schulhefte aus **Recyclingpapier** sind umweltfreundlich, preiswert und von hoher Qualität. Doch in vielen Hamburger Schreibwarengeschäften und Einzelhandelsketten fehlt ein entsprechendes Angebot. Das kritisierte die Verbraucherzentrale und forderte den Einzelhandel in Hamburg zur Umkehr auf.

Beim Kleidungskauf auf Umweltverträglichkeit und Qualität achten. Um den Verbrauchern den Einkauf zu erleichtern haben wir uns auf die Suche gemacht und haben Geschäfte in Hamburg ausfindig gemacht. Zudem informierten wir über **Angebote für Ökoleidung** im Internet.

Die Meldungen über Gift im Spielzeug aus China und Rückrufaktionen der Hersteller reißen nicht ab. Die Verbraucher sind verunsichert und haben viele Fragen: Was bedeutet das CE-Zeichen? Und was heißt GS? Worauf muss ich beim **Spielzeugkauf** achten. Wir klärten erneut auf.

Auf der Aktionsbühne der Verbrauchermesse „Du und Deine Welt“ haben wir gemeinsam mit dem Amt für Gesundheit und Verbraucherschutz auf dem **Forum Gesundheit** zu Textilien und Spielzeugsicherheit referiert.

Die Verbraucherzentrale empfahl, beim Weihnachtsbaumkauf auch an die Umwelt zu denken. Auf dem richtigen Weg ist man mit "**Öko**"-Weihnachtsbäumen. Je mehr die Kunden diese Bäume verlangen, desto weniger intensive und mit großem Chemieeinsatz bewirtschaftete Weihnachtsbaumfelder gibt es.

Mitgliedschaften und Mitglieder

Mitgliedschaften der Verbraucherzentrale Hamburg e.V.

Stand: 31.12.2009

Arbeitsrechtliche Vereinigung Hamburg e.V.
 Behindertenarbeitsgemeinschaft Harburg e.V.
 Euro-Info Verbraucher e.V.
 Europa Union e.V.
 Hamburgische Arbeitsgemeinschaft für Gesundheitsförderung e.V.
 Institut für angewandte Verbraucherschutzforschung (IFAV) e.V.
 Norddeutsches Insolvenzforum e.V.
 Stiftung Zukunftsrat Hamburg e.V.
 Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.
 Bundesarbeitsgemeinschaft Patientenstellen e.V. (assoziiertes Mitglied)

Mitglieder der Verbraucherzentrale Hamburg e.V.

Stand: 31.12.2009

24 Verbände (Vorjahr 25)
 13 Einzelmitglieder (Vorjahr 14)

Finanzen

Die finanziellen Rahmenbedingungen des Jahres waren aufgrund neuer staatlich finanzierter Zusatzprojekte und des angehobenen Niveaus der Grundfinanzierung zufriedenstellend. Bei den Eigeneinnahmen konnte trotz des erreichten hohen Niveaus erneut ein Zuwachs verzeichnet werden.

Die **Gesamterträge** erreichten mit 3.548 T€ (Vorjahr 2.992 T€, + 18,6 %) erneut ein Allzeithoch. Abzüglich Auflösung Sonderposten (Anlagevermögen), Bestandsveränderung und Auflösung Rückstellungen beliefen sich die Erträge auf 3.439 T€ (Vorjahr 2.913 T€). Dieser für das **Gesamtbudget** maßgebliche Wert stieg somit um 18,0 %.

Die **staatlichen Zuschüsse** stiegen gegenüber dem Vorjahr von 1.851 T€ um 504 T€ (27,2 %) auf 2.355 T€.

Der Anteil des Bundes am Gesamtbudget lag mit 516 T€ von 3.439 T€ bei 15,0 % (Vorjahr: 13,4 %).

Starke Unterschiede zwischen den Verbraucherzentralen weisen die Finanzierungsanteile der Länder auf. Zwar konnte im Berichtsjahr erstmals seit Jahren wieder eine relevante Anhebung der institutionellen Förderung für die Verbraucherzentrale Hamburg erreicht werden. Sie wuchs um 116 T€ (+ 29 %). Dadurch betrug die institutionelle Zuwendung für die Verbraucherzentrale Hamburg durch die Behörde für Soziales, Familie, Gesundheit und Verbraucherschutz nunmehr 29 Cent je Einwohner (Vorjahr: 23 Cent, Quelle: Statistisches

Landesamt Hamburg/Schleswig-Holstein: 1,771 Mio. Ew am 1.1.2008; 1,772 Mio. Ew am 1.1.2009). Die Hamburger Verbraucherzentrale lag damit an 7. Position (Vorjahr: 8.) unter den 16 Verbraucherzentralen. Die Hamburger Verbraucherzentrale verfügt im Verhältnis zum Gesamtetat über die geringste institutionelle Zuwendung aller Verbraucherzentralen. Sie muss also mit dem vergleichsweise geringsten Kern das - relativ gesehen - größte System an Projekten steuern. Die institutionelle Zuwendung ist der Dreh- und Angelpunkt der Finanzierung der Verbraucherzentralen. Sie gibt den Organisationen die Flexibilität und Unabhängigkeit, die sie brauchen, um ihre Aufgaben optimal erfüllen zu können. Für die Zukunft ist daher anzustreben, dass die Freie und Hansestadt durch weitere Erhöhung der Zuwendung zu den führenden Bundesländern weiter aufschließt.

Die Gesamtzuwendungen der Freien und Hansestadt Hamburg stiegen von 1.460 T€ auf 1.839 T€ um 26,0 %. Dieser Anstieg ist auf die zum Zwecke der Komplementärfinanzierung angehobene institutionelle Förderung, auf das erstmals ganzjährig laufende Projekt Klimalotsen sowie auf die Insolvenzberatung zurückzuführen. Die hierfür zugewiesenen Fallpauschalen stiegen um 14,7 % gegenüber dem Vorjahr. Die Projektförderung Patientenberatung stieg leicht, die Projektförderungen Umweltberatung sowie Rundfunkgebühren blieben nominal gleich.

Die Hamburger Zuwendungen und Zuweisungen hatten einen Anteil von 53,5 % am Gesamtbudget (Vorjahr 50 %).

Projektzuwendungen der EU erhielt die Verbraucherzentrale im Berichtsjahr wie im Vorjahr nicht.

Die **Eigeneinnahmen** stiegen von 1.063 T€ auf 1.085 T€ um 2,1 %. Der eigenfinanzierte Anteil am Gesamtbudget (Gesamterträge abzüglich Auflösung Sonderposten) lag bei 31,5 % (Vorjahr 36,5 %). Unter den Verbraucherzentralen hat die Hamburger nach wie vor die mit großem Abstand höchste Eigenfinanzierungsquote, sowohl bezogen auf den Gesamtetat als auch auf die Einwohnerzahl.

Die Eigeneinnahmen stammten in der Reihenfolge ihrer Bedeutung aus folgenden Quellen: Beratungen, Publikationen, Verbandsklagen, Spenden und Bußgelder, Mitgliedsbeiträge und Sonstige.

Zu den Eigeneinnahmen trugen **Spenden und Bußgelder** mit 66 T€ bei. Gegenüber dem Vorjahr (64 T€) stieg dieser Einnahmebereich um 3,1 %. Zu dem Einnahmebereich Spenden und Bußgelder gehören Zuweisungen des Bußgeldfonds und sonstiger Bußgelder, Zuschüsse des Fördervereins sowie Spenden von Verbrauchern und Unternehmen.

Unternehmen der anbietenden Wirtschaft wurden wegen Spenden angesprochen, verbunden mit drei Voraussetzungen: Bedingungsfreiheit (Ablehnung von Sponsoring), Keine Werbung mit der Spende (Werbekontrolle), Transparenz (Veröffentlichung im Jahresbericht der Verbraucherzentrale).

Spenden von Unternehmen an die Verbraucherzentrale Hamburg e.V. (€)

Hamburger Sparkasse	1.500
Harry Brot GmbH	1.500
ING-DiBa AG	10.000
Kreissparkasse Stade	500
Lichtblick GmbH & Co KG	2.000
Nack Büroeinrichtungen GmbH	500
Sparda-Bank Hamburg eG	5.000
Sparkasse Südholstein	100
Gesamt	21.100

Spenden von Unternehmen an den Verein zur Förderung der Verbraucherzentrale Hamburg e.V. (€)

Budnikowsky GmbH & Co KG, Hamburg	1.000
Fielmann AG	500
G & H Vermögensverwaltung GmbH, HH	300
Volksbank Stormarn	500
Gesamt	2.300

Bewährt hat sich die seit dem Jahresabschluss 1996 für die Verbraucherzentrale geltende Flexibilisierung der Zuwendungsregeln. Die Möglichkeit, Vorsorge für bestehende Verpflichtungen durch die Bildung von Rückstellungen zu treffen, wurde genutzt.

Der **Jahresabschluss** weist ein Gesamtergebnis von 57 T€ aus. Die **Bilanz** weist bei einem bilanziellen Jahresergebnis von 6 T€ einen Bilanzgewinn von 92 T€ und ein Vereinsvermögen von 223 T€ auf.
