



## EUROPÄISCHE KOMMISSION – PRESSEMITTEILUNG

# Eine neue Europäische Verbraucheragenda für mehr Vertrauen und Wachstum – die Verbraucher im Mittelpunkt des Binnenmarkts

Brüssel, 22. Mai 2012 – Die Verbraucherausgaben machen 56 % des Bruttoinlandsprodukts der Europäischen Union aus; diese Zahl zeigt, wie sehr Verbraucher die europäische Wirtschaft voranbringen können. Nur mündige und vertrauensvolle Verbraucher sind indes in der Lage, das Potenzial des Binnenmarkts voll auszuschöpfen und Innovation und Wachstum anzustoßen. Deshalb möchte die Europäische Kommission mit ihrer heute angenommenen strategischen Vision für die Verbraucherpolitik der kommenden Jahre die Teilhabe der Verbraucher am und ihr Vertrauen in den Markt erhöhen. In der **Europäischen Verbraucheragenda** werden zur Stärkung des Vertrauens vier Ziele formuliert: Verbrauchersicherheit erhöhen; Wissen erweitern; Durchsetzung und Rechtsschutz verbessern; Verbraucherrecht und Verbraucherpolitik an den Wandel in Gesellschaft und Wirtschaft anpassen. Bis 2014 soll es außerdem zahlreiche gezielte Maßnahmen geben.

*„Voraussetzung für das Wachstum in der Europäischen Union sind ein wettbewerbsfähiges Angebot und eine starke Nachfrage. Die Verbraucher müssen daher ebenso wie die Unternehmen im Mittelpunkt der EU-Politik stehen. Um die europäische Wirtschaft voranzubringen, brauchen wir das Vertrauen der Verbraucherinnen und Verbraucher“,* sagte Kommissionsvizepräsidentin und Justizkommissarin Viviane Reding. *„Wir wollen das grenzübergreifende Online-Shopping stimulieren. Dazu müssen die EU und die Mitgliedstaaten ihr Verbraucherrecht an das digitale Zeitalter anpassen. Erste Schritte zur Stärkung des Vertrauens von Verbrauchern, die das Internet nutzen, haben wir mit der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher und mit dem Vorschlag für modernisierte Datenschutzvorschriften unternommen. Weil mehr und mehr Menschen ihre Urlaube mittlerweile online buchen, plant die Kommission als nächsten Schritt die Überarbeitung der Pauschalreisevorschriften aus dem Jahr 1990. Damit der digitale Binnenmarkt funktioniert, braucht es jedoch mehr als nur neue Gesetze. Gefordert sind auch die Mitgliedstaaten, die für eine zügigere und unbürokratischere Anwendung der EU-Vorschriften sorgen müssen, damit die Verbraucherrechte für unsere 500 Millionen Verbraucherinnen und Verbraucher konkrete Wirklichkeit werden.“*

*„Angesichts der aktuellen wirtschaftlichen Lage ist eine starke Verbraucherpolitik unerlässlich. Die Stärkung der Handlungs- und Entscheidungskompetenz der 500 Millionen Verbraucherinnen und Verbraucher in Europa wird einen entscheidenden Beitrag zum Wachstum der europäischen Wirtschaft leisten“, sagte John Dalli, Kommissar für Gesundheit und Verbraucherpolitik. „Die heute beschlossene Strategie zielt darauf ab, die Kompetenz und das Vertrauen der Verbraucher zu erhöhen; hierzu sollen den Verbrauchern all das bereitgestellt werden, was sie benötigen, um aktiv am Markt teilzunehmen, den Markt für sich zu nutzen, ihr „Auswahlrecht“ auszuüben und ihre Ansprüche durchzusetzen. Als Beitrag zur Erreichung dieses Ziels werden wir unter anderem den EU-Rechtsrahmen überprüfen, um sicherzustellen, dass Produkte (einschließlich Lebensmitteln) im Binnenmarkt sicher sind; außerdem werden wir die EU-Verbrauchervorschriften – in enger Zusammenarbeit mit den nationalen Behörden – konsequenter durchsetzen, die Verbraucher bei ihren grenzübergreifenden Einkäufen mehr unterstützen (mit Hilfe der Europäischen Verbraucherzentren) und darauf achten, dass die Verbraucherinteressen systematischer in jene EU-Politiken integriert werden, die für Privathaushalte wirtschaftlich besonders relevant sind.“*

Gleich, ob es um unsichere Produkte, irreführende Werbung, nicht nachvollziehbare Roaming-Kosten oder fragwürdige Praktiken im Internet oder um Unterstützung bei Problemen geht – **die Rechte und der Schutz**, die die europäischen Verbraucherinnen und Verbraucher genießen, **zählen weltweit zu den besten**. Die Vorschläge zur [alternativen und zur Online-Streitbeilegung](#), die zurzeit erörtert werden, sollen die Verbraucher in die Lage versetzen, Probleme schnell, einfach und kostengünstig zu lösen. Ein weiteres Beispiel ist das [europäische Verfahren für geringfügige Forderungen](#) (Bagatellverfahren), mit dem sich grenzübergreifende Streitigkeiten mit einem Streitwert bis zu 2 000 EUR einfacher, zügiger und billiger abwickeln lassen. Ab 2013 können Verbraucher die entsprechenden Formulare über das [Europäische Justizportal](#) in allen EU-Amtssprachen online ausfüllen, was Zeit und Aufwand spart.

Die EU verfügt über ein umfangreiches Verbraucherrecht, und Verbraucheraspekte spielen in vielen EU-Politiken eine wichtige Rolle. Daneben ist jedoch auch ein **umfassender Rahmen** erforderlich, der ganz aktuellen **Herausforderungen** gewidmet ist, etwa der Digitalisierung des Alltags, dem angestrebten Übergang zu nachhaltigeren Verbrauchsgewohnheiten und den spezifischen Bedürfnissen schutzbedürftiger Verbraucher.

## **Vier Hauptziele**

In der Verbraucheragenda werden Maßnahmen beschrieben, die zum Erreichen der Ziele der EU-Wachstumsstrategie **Europa 2020** beitragen sollen. Die Agenda baut unter anderem auf folgenden Initiativen auf und ergänzt diese: **Bericht über die Unionsbürgerschaft** ([IP/10/1390](#) und [MEMO/10/525](#)), **Binnenmarktakte**, **Digitale Agenda für Europa** ([IP/10/581](#), [MEMO/10/199](#) und [MEMO/10/200](#)), **Fahrplan für ein ressourcenschonendes Europa** ([IP/11/1046](#)). Die vier Hauptziele der Agenda zur Stärkung des Verbrauchervertrauens lauten:

- **Verbrauchersicherheit erhöhen:** (für Waren einschließlich Lebensmitteln und für Dienstleistungen) Stärkung des Rechtsrahmens und effizientere Gestaltung der Marktüberwachung.

- **Wissen erweitern:** Damit die Verbraucher mit der zunehmenden Komplexität der Märkte zurechtkommen, benötigen sie die richtigen Instrumente und Informationen (von den tatsächlichen Kosten eines Verbraucherkredits bis hin zur zuständigen Beschwerdestelle). Dies ist für die Verbraucher ebenso wichtig wie für die Unternehmer; eine ganz wesentliche Rolle spielen hier die Verbraucherorganisationen.
- **Durchsetzung und Rechtsschutz verbessern**, denn Rechte dürften nicht nur auf dem Papier stehen. Dies ist besonders deswegen von Bedeutung, weil der Schaden, der europäischen Verbrauchern durch Probleme entsteht, die Anlass zu Reklamationen geben, auf rund 0,4 % des BIP der EU geschätzt wird<sup>1</sup>. Die Netze der Durchsetzungsbehörden spielen in diesem Zusammenhang eine zentrale Rolle<sup>2</sup>.
- **Politisches Handeln an den gesellschaftlichen Wandel anpassen und Bezug zum Alltag der Verbraucher herstellen:** das Verbraucherrecht an das digitale Zeitalter anpassen und Probleme angehen, mit denen Verbraucher im Internet konfrontiert werden; die Erfordernisse schutzbedürftiger Verbraucher berücksichtigen; nachhaltige Entscheidungen leichter machen.

### Fünf Kernbereiche

Die Agenda fördert die Verbraucherinteressen in folgenden Schlüsselbereichen<sup>3</sup>.

- **Lebensmittel:** Nachhaltigkeit und Sicherheit gewährleisten.
- **Energie:** Damit Verbraucher von den günstigsten Angeboten im liberalisierten Markt profitieren und ihren Energieverbrauch besser steuern können.
- **Finanzdienstleistungen:** die Finanzinteressen der Verbraucher schützen und ihnen die Instrumente für die Verwaltung ihrer finanziellen Angelegenheiten an die Hand geben.
- **Verkehr:** die Rechtsvorschriften an heutige Reisegewohnheiten anpassen und eine nachhaltige Mobilität fördern.
- **Digitaler Bereich:** Probleme der Verbraucher aufgreifen und ihren Online-Schutz sicherstellen.

### Weitere Informationen:

[http://ec.europa.eu/consumers/strategy/index\\_en.htm#agenda](http://ec.europa.eu/consumers/strategy/index_en.htm#agenda)

Auch: Verbraucherpolitischer Bericht, zusammen mit der Verbraucheragenda veröffentlicht.

Website der GD Justiz zum Verbraucher- und Marketingrecht:

[http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/index\\_de.htm](http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/index_de.htm)

Homepage von Vizepräsidentin und Justizkommissarin Viviane Reding:

<http://ec.europa.eu/reding>

<sup>1</sup> *Consumer Empowerment Survey* (Erhebung zur Verbraucherkompetenz), Eurobarometer Nr. 342, 2010.

<sup>2</sup> Europäische Verbraucherzentren ([European Consumer Centres](#)) und [CPC](#) (Zusammenarbeit im Verbraucherschutz).

<sup>3</sup> Laut Verbraucherbarometer sind dies einige der für Verbraucher besonders problematischen Bereiche.

Kontakt:

[Frédéric Vincent](#) (+322 29-87166)

[Aikaterini Apostola](#) (+322 29-87624)

[Mina Andreeva](#) (+322 29-91382)

[Natasha Bertaud](#) (+322 29-67456)