

Dienstag, 9. März 2010

I

(Entschlüsseungen, Empfehlungen und Stellungnahmen)

ENTSCHLISSUNGEN

EUROPÄISCHES PARLAMENT

Verbraucherschutz

P7_TA(2010)0046

**Entschlüsseung des Europäischen Parlaments vom 9. März 2010 zum Verbraucherschutz
(2009/2137(INI))**

(2010/C 349 E/01)

Das Europäische Parlament,

- in Kenntnis der Mitteilung der Kommission vom 28. Januar 2009 mit dem Titel „Überwachung von verbraucherrelevanten Ergebnissen im Binnenmarkt: Zweite Ausgabe des Verbraucherbarometers“ (KOM(2009)0025) sowie des begleitenden Arbeitsdokuments der Dienststellen der Kommission mit dem Titel „Zweites Verbraucherbarometer“ (SEK(2009)0076),
 - in Kenntnis der Mitteilung der Kommission vom 2. Juli 2009 zum Stand der Durchsetzung des gemeinschaftlichen Besitzstands im Verbraucherschutz (KOM(2009)0330),
 - in Kenntnis des Berichts der Kommission vom 2. Juli 2009 über die Anwendung der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. Oktober 2004 über die Zusammenarbeit zwischen den für die Durchsetzung der Verbraucherschutzgesetze zuständigen nationalen Behörden („Verordnung über die Zusammenarbeit im Verbraucherschutz“) (KOM(2009)0336),
 - in Kenntnis der Mitteilung der Kommission vom 7. Juli 2009 über eine harmonisierte Methodik zur Klassifizierung und Meldung von Verbraucherbeschwerden und Verbraucheranfragen (KOM(2009)0346) und des begleitenden Entwurfs der Empfehlung der Kommission (SEK(2009)0949),
 - in Kenntnis des Arbeitsdokuments der Dienststellen der Kommission vom 22. September 2009 über Folgemaßnahmen zum Verbraucherbarometer in Bezug auf Finanzdienstleistungen für Privatkunden (SEK(2009)1251),
 - unter Hinweis auf seine Entschlüsseung vom 18. November 2008 zum Verbraucherbarometer ⁽¹⁾,
 - gestützt auf Artikel 48 und Artikel 119 Absatz 2 seiner Geschäftsordnung,
 - in Kenntnis des Berichts des Ausschusses für Binnenmarkt und Verbraucherschutz (A7-0024/2010),
- A. in der Erwägung, dass das Verbraucherbarometer zusammen mit dem Binnenmarktanzeiger darauf abzielt, die Funktionsweise des Binnenmarkts zu verbessern und zu erreichen, dass dieser den Erwartungen und Anliegen der Bürger besser Rechnung trägt,

⁽¹⁾ Angenommene Texte, P6_TA(2008)0540.

Dienstag, 9. März 2010

- B. in der Erwägung, dass Präsident Barroso in den politischen Leitlinien für die nächste Kommission ein systematischeres und stärker integriertes Vorgehen bei der Vollendung des Binnenmarkts zum Beispiel durch eine „Marktüberwachungsinitiative“ gefordert hat,
- C. in der Erwägung, dass die 499 Millionen Verbraucher in der EU für das reibungslose Funktionieren des Binnenmarkts von zentraler Bedeutung sind und eine entscheidende Rolle für die Verwirklichung der Ziele der Strategie von Lissabon, nämlich mehr Wachstum, Beschäftigung und Wettbewerb, spielen, da durch die Ausgaben der Verbraucher die Hälfte des Wohlstands in der EU generiert wird,
- D. in der Erwägung, dass es im Rahmen der Strategie 2020 nach Inkrafttreten des Vertrags von Lissabon angebracht ist, die Verbraucherpolitik mit einer nachhaltigen Entwicklung, dem Umweltschutz und der sozialen Dimension des Binnenmarkts zu verknüpfen,
- E. in der Erwägung, dass ein Binnenmarkt, der effizient auf die Bedürfnisse der Verbraucher eingeht, auch zur Stärkung der Innovationsfähigkeit und Robustheit der Wirtschaft beiträgt, wenn man bedenkt, dass effiziente und flexible Verbrauchermärkte in allen Bereichen der Wirtschaft die entscheidenden Triebkräfte für den Wettbewerb und das Wohlergehen der Bürger sind,
- F. in der Erwägung, dass ein reibungslos funktionierender Binnenmarkt für die Verbraucher eine größere Auswahl an hochwertigen Produkten und Dienstleistungen zu wettbewerbsfähigen Preisen und gleichzeitig ein hohes Verbraucherschutzniveau gewährleisten sollte,
- G. in der Erwägung, dass die meisten EU-Bürger als Verbraucher täglich Erfahrungen mit dem Binnenmarkt machen,
- H. in der Erwägung, dass eine wirksame Verbraucherpolitik dadurch gestärkt wird, dass Verbraucher und Unternehmen ihre Rechte und Pflichten im Rahmen des geltenden Rechts kennen und in der Lage sind, diese beim Abschluss von Geschäften anzuwenden,
- I. in der Erwägung, dass selbstbewusst auftretende, gut informierte und mündige Verbraucher für das effiziente Funktionieren der Märkte unabdingbar sind, da Anbieter, die sich fair verhalten und den Verbraucherbedürfnissen am besten gerecht werden, von solchen Verbrauchern am meisten profitieren werden,
- J. in der Erwägung, dass eine aktive Verbraucherpolitik – indem sie gut informierte und mündige Verbraucher hervorbringt, die ihrerseits nach hochwertigen Produkten und Dienstleistungen verlangen werden – einen wichtigen Beitrag zu einer weltweit wettbewerbsfähigen, dynamischen und innovativen Europäischen Union leisten wird,
- K. in der Erwägung, dass es für Verbraucher durch die zunehmende Komplexität der Endkundenmärkte, insbesondere im Dienstleistungssektor, immer schwieriger wird, beim Kauf von Waren oder Dienstleistungen eine sachkundige Wahl zu treffen,
- L. in der Erwägung, dass ein koordiniertes Vorgehen bei der Aufklärung der Verbraucher vonnöten ist, damit Verbraucher selbstbewusst ihre Rechte wahrnehmen können,
- M. in der Erwägung, dass Verbraucher im Falle rechtswidriger Praktiken zwar ein Recht auf Schadensersatz haben, in der Praxis jedoch infolge von hohen Kosten, langwierigen und komplexen Verfahren und den mit einem Rechtsstreit verbundenen Risiken erhebliche Hindernisse zu überwinden haben, wenn sie in einem solchen Fall vor Gericht gehen,
- N. in der Erwägung, dass dem Verbraucherbarometer zufolge nur vier von zehn Verbrauchern die Ansicht vertreten, es sei einfach, Streitigkeiten mit Verkäufern und Dienstleistern im Rahmen von alternativen Streitbelegungsverfahren zu lösen, und nur drei von zehn es einfach finden, Streitigkeiten vor Gericht beizulegen,
- O. in der Erwägung, dass etwa die Hälfte aller EU-Verbraucher, die eine Beschwerde einlegen, mit dem Verlauf des Verfahrens nicht zufrieden ist und nur die Hälfte von ihnen weitere Maßnahmen ergreift,

Dienstag, 9. März 2010

- P. in der Erwägung, dass die Wirtschaftskrise Verbraucher mit niedrigem Einkommen, die den Großteil ihres Einkommens für Nahrungsmittel und Wohnen aufwenden, besonders hart getroffen hat, und dass ein wachsender Teil der Verbraucher deshalb überschuldet ist,
- Q. in der Erwägung, dass die grenzüberschreitende Dimension der Verbrauchermärkte mit dem Aufkommen des elektronischen Geschäftsverkehrs zwar rasch anwächst, die Verbraucher aber nach wie vor zögerlich sind, wenn es darum geht, die Vorteile der Marktintegration umfassend zu nutzen, da sie wenig Vertrauen haben, dass ihre Rechte bei grenzüberschreitenden Geschäften sowie in Bezug auf die Geltendmachung von Schadenersatzansprüchen in gleichem Maße geschützt werden,
- R. in der Erwägung, dass ein hohes Niveau des Verbraucherschutzes von maßgeblicher Bedeutung für die Entwicklung eines grenzüberschreitenden Handels im Binnenmarkt ist, der den Bedürfnissen der Verbraucher entspricht,
- S. in der Erwägung, dass die zunehmende grenzüberschreitende Dimension der Verbrauchermärkte neue Herausforderungen für die Durchsetzungsbehörden mit sich bringt, denen durch territoriale Zuständigkeit und die Fragmentierung des Regelungsrahmens Grenzen gesetzt sind,
- T. in der Erwägung, dass die Kommission und die nationalen Durchsetzungsbehörden ihre Anstrengungen verstärken müssen, um ein hohes Niveau des Verbraucherschutzes innerhalb der Europäischen Union herzustellen und dafür zu sorgen, dass die Verbraucher dem Binnenmarkt das für die umfassende Nutzung seines Potenzials erforderliche Vertrauen entgegenbringen,
- U. in der Erwägung, dass EU-Verbraucherschutzvorschriften nur wenig nützen, wenn sie auf nationaler Ebene nicht ausreichend umgesetzt, durchgeführt und durchgesetzt werden,
- V. in der Erwägung, dass die Kommission die nationalen Behörden bei der korrekten Anwendung der Rechtsvorschriften, sobald diese in den jeweiligen Ländern vorhanden sind, aktiv unterstützen sollte,
- W. in der Erwägung, dass angesichts der aktuellen Rezession eine entschlossene und einheitliche Rechtsdurchsetzung um so bedeutsamer ist, als die Verbraucher in der Krise stärker gefährdet sind, häufigere Rechtsverstöße zusätzliche Nachteile für die Verbraucher mit sich bringen können und die Durchsetzungsbehörden möglicherweise nicht über ausreichende Ressourcen verfügen, so dass sie ihre Prioritäten sorgfältig planen und die Wirkung ihrer Durchsetzungsmaßnahmen maximieren müssen,
- X. in der Erwägung, dass das Europäische Parlament und die nationalen Parlamente zu einer besseren Umsetzung und Durchsetzung von Verbraucherschutzvorschriften aktiv beitragen können, indem sie auch in Zukunft eng zusammenarbeiten,

Einleitung

1. ist der Auffassung, dass die Ernennung eines eigenen Kommissionsmitglieds für Verbraucherschutz im Jahr 2007, das sich durch großen persönlichen Einsatz, große Offenheit und zahlreiche Initiativen auszeichnete, die europäische Verbraucherschutzpolitik und die Verbraucherschutzthemen sehr zum Vorteil der EU-Bürger vorangebracht hat;
2. befürchtet, dass die Aufteilung der Zuständigkeit für Verbraucherschutz auf die Amtsbereiche zweier Kommissionsmitglieder dazu führen könnte, dass den Verbrauchern in der neuen Kommission weniger Aufmerksamkeit geschenkt wird; befürchtet ferner, dass die neue organisatorische Einbettung in verschiedene Generaldirektionen zu einer Fragmentierung führen bzw. die Kohärenz und Wirksamkeit der Verbraucherpolitik beeinträchtigen könnte;
3. betont, dass nach dem Inkrafttreten des Vertrags von Lissabon Artikel 12 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union – als Generalklausel – bekräftigt, dass den Erfordernissen des Verbraucherschutzes bei der Festlegung und Durchführung der anderen Unionspolitiken und -maßnahmen Rechnung getragen wird; fordert die Kommission daher auf, die wirksame Einbeziehung der Verbraucherinteressen in alle EU-Politikbereiche sicherzustellen und in ihren Folgenabschätzungen die potenziellen Auswirkungen jeglicher neuer legislativer und politischer Initiativen, die die Verbraucher direkt oder indirekt betreffen, zu prüfen; fordert jede einschlägige Generaldirektion nachdrücklich auf, einen jährlichen Bericht über die Einbeziehung der Verbraucherpolitik in ihren Verantwortungsbereich zu veröffentlichen;

Dienstag, 9. März 2010

4. betont die Notwendigkeit einer aktiven Verbraucherpolitik, damit die Bürger in die Lage versetzt werden, vom Binnenmarkt in vollem Maße zu profitieren; ist der Auffassung, dass eine aktive Verbraucherpolitik angesichts der gegenwärtigen Wirtschaftskrise umso dringender geboten ist, um sozialpolitische Maßnahmen gegen wachsende Ungleichheiten zu unterstützen sowie besonders schutzbedürftige Verbraucher und Bevölkerungsgruppen mit geringem Einkommen zu schützen;
5. unterstreicht, dass die Verbraucher in der Lage sein sollten, sachkundige Entscheidungen zu treffen, ohne von den Produzenten durch den Einsatz von Instrumenten, die sich in tendenziöser oder wahrheitswidriger Weise auf ihre Produkte beziehen, psychologisch konditioniert zu werden, da dies zu mehr Wettbewerb im Handel und somit zu einer höheren Qualität der angebotenen Waren und Dienstleistungen mit Preisen auf einem wettbewerbsfähigen Niveau führt;
6. ist der Auffassung, dass eine verantwortungsvolle Haltung der Unternehmer sowie die Achtung des Grundsatzes der sozialen Verantwortung, der Wettbewerbsregeln sowie der finanziellen Interessen der Verbraucher zur Schaffung von Vertrauen bei den Verbrauchern beitragen wird;
7. bekräftigt, dass Verbraucherschutzorganisationen eine entscheidende Rolle spielen, wenn es darum geht, die zuständigen staatlichen Stellen auf alltägliche Probleme der Verbraucher aufmerksam zu machen, weshalb die diesen Organisationen zur Verfügung stehenden Instrumente optimiert werden sollten, damit sie auf nationaler und auf EU-Ebene wirksamer tätig werden können; fordert die Mitgliedstaaten auf, dafür Sorge zu tragen, dass die Verbraucherschutzorganisationen in allen Phasen von Entscheidungsfindungsprozessen und bei der Umsetzung und Durchsetzung von Verbraucherschutzgesetzen angemessen konsultiert werden;
8. fordert die Kommission und die Mitgliedstaaten auf, verstärkt Maßnahmen zur Sensibilisierung und Aufklärung von Verbrauchern aller Altersstufen zu ergreifen, um deren Rolle als Marktteilnehmer zu stärken; legt den Mitgliedstaaten nahe, für klare und verständliche Informationen insbesondere für junge Verbraucher über die an sie gerichteten Produkte und Dienstleistungen zu sorgen; legt insbesondere den Mitgliedstaaten nahe, Verbraucherthemen in nationale Lehrpläne aller Bildungsstufen aufzunehmen, um Kinder mit den notwendigen Fertigkeiten auszustatten, in ihrem späteren Leben komplexe Entscheidungen treffen zu können, sowie Bildungsangebote für Eltern und erwachsene Verbraucher zu prüfen, die langfristig dazu beitragen sollen, das Verbraucherbewusstsein zu entwickeln und zu festigen; weist darauf hin, dass die betreffenden Programme den pädagogischen Bedürfnissen sowie den Möglichkeiten der Lernenden jeder Stufe, in der sie umgesetzt werden, entsprechen müssen und dass gleichzeitig moderne Lehrmethoden lebensnah und unter Verwendung von Beispielen eingesetzt werden müssen; weist darauf hin, dass aufgeklärte Verbraucher, die wissen, was ihre Rechte sind und wohin sie sich wenden müssen, wenn gegen Vorschriften verstoßen wird, auch wichtig für die Aufdeckung von Rechtsverstößen sind;
9. betont, dass ein nachhaltiger Konsum gefördert werden muss und dass sowohl die Erbringer von Dienstleistungen und Einzelhändler als auch die Verbraucher besser in Bezug auf das Konzept des nachhaltigen Konsums geschult und aufgeklärt werden müssen, damit sie sich entsprechende Verhaltensmuster aneignen;
10. fordert die Kommission und die Mitgliedstaaten mit Nachdruck auf, eine gezielte Kommunikationsstrategie zu entwickeln, um das Bewusstsein der EU-Bürger für bestehende Risiken und ihre Rechte als Verbraucher insbesondere durch die Einrichtung benutzerfreundlicher Internetportale, durch Aufklärungskampagnen und Informationsstellen auf lokaler, regionaler und nationaler Ebene zu schärfen; unterstreicht, dass auf besondere Kommunikationskanäle zurückgegriffen werden muss, um die am meisten schutzbedürftigen Verbraucher zu erreichen, und dass dabei die Zuverlässigkeit, Glaubwürdigkeit und Unparteilichkeit der für die Verwaltung und Organisation von Kommunikationskanälen zuständigen Stellen gewährleistet sein müssen;

Verbraucherbarometer

11. bekräftigt, dass das Verbraucherbarometer ein wichtiges Instrument zur besseren Überwachung der Verbrauchermärkte ist, das dazu dienlich ist, eine verbesserte Entscheidungsfindung und Rechtsetzung zu gewährleisten, aber auch den Bürgern zu zeigen, dass ihre Anliegen gebührend ernst genommen werden;
12. begrüßt die fünf Hauptindikatoren des Verbraucherbarometers – Verbraucherbeschwerden, Preisniveau, Verbraucherzufriedenheit, Möglichkeit des Anbieterwechsels und Produktsicherheit –, die von entscheidender Bedeutung dafür sind, dass die Märkte ermittelt werden können, die unter dem Gesichtspunkt der wirtschaftlichen und sozialen Auswirkungen auf die Verbraucher am schlechtesten funktionieren; ist jedoch der Auffassung, dass man auch in der Lage sein sollte, auf Kriterien zurückzugreifen, nach denen beurteilt werden kann, inwieweit die Produkte und Dienstleistungen den Zielen einer nachhaltigen Entwicklung entsprechen;

Dienstag, 9. März 2010

13. erkennt an, dass diese fünf Indikatoren zwar nicht alle Aspekte der Rahmenbedingungen für die Verbraucher abdecken, wohl aber eine ausreichende Grundlage dafür darstellen, dass Prioritäten gesetzt und Schlussfolgerungen gezogen werden können, in welchem Bereich weitergehende Analysen vonnöten sind, vorausgesetzt, dass die von den Mitgliedstaaten bereitgestellten Daten vollständig sind und in einer leicht miteinander vergleichbaren Art und Weise erhoben werden;
14. ist der Auffassung, dass es die derzeit vorliegenden Informationen über Beschwerden, Preise, Verbraucherezufriedenheit, Wechselmöglichkeiten und Produktsicherheit noch nicht erlauben, endgültige Schlussfolgerungen zu ziehen, und dass weitere zuverlässige und aussagekräftige Daten benötigt werden, um eine faktengesicherte Grundlage für Verbraucherfragen zu schaffen; betont, dass die Indikatoren aus diesem Grund noch weiterentwickelt werden müssen und dass die Datenerhebung unter Berücksichtigung der Unterschiede zwischen den nationalen Systemen erfolgen muss;
15. regt an, die Kommission möge – sobald die fünf Basisindikatoren und die dazugehörige Methodik einen zufriedenstellenden Entwicklungsstand erreicht haben und Ergebnisse von sehr hoher Qualität liefern – erwägen, zusätzliche langfristige Indikatoren wie Indikatoren in Bezug auf Marktanteile, Qualität, Werbung, Transparenz und Vergleichbarkeit der Angebote, Indikatoren in Bezug auf Durchsetzung und Verbrauchermündigkeit, soziale, ökologische und ethische Indikatoren sowie Indikatoren zur Messung der Rechtsdurchsetzung und des Schadens für die Verbraucher in das Verbraucherbarometer aufzunehmen; ist jedoch der Ansicht, dass dies schrittweise erfolgen sollte, damit im Sinne eines umfassenderen Konzepts für den Verbraucherschutz ein zielgerichtetes und verständliches Verbraucherbarometer gewährleistet wird und die Verbraucher die Vorteile des Binnenmarkts uneingeschränkt nutzen können;
16. bekräftigt, dass das Verbraucherbarometer alle wesentlichen Kategorien der Verbraucherausgaben abdecken sollte, um so die mit den meisten Problemen behafteten Märkte zu ermitteln und die Grundlage für spätere, detailliertere sektorspezifische Analysen zu schaffen, insbesondere dort, wo gleichartige Probleme in verschiedenen Märkten festgestellt werden; fordert die Kommission und die Mitgliedstaaten daher auf, für eine angemessene Ausstattung mit finanziellen und personellen Ressourcen zu sorgen, um das Verbraucherbarometer weiterentwickeln zu können;
17. ist sich dessen bewusst, dass die Unzufriedenheit der Verbraucher mit Dienstleistungen größer als die mit Waren ist und bei Dienstleistungen auch mehr Probleme auftauchen als bei Waren, was zum Teil auf die größere Komplexität der vertraglichen Beziehungen sowie der Erbringung von Dienstleistungen zurückzuführen ist; fordert die Kommission auf, sämtliche problematischen Sektoren, die im Verbraucherbarometer ermittelt wurden, eingehend zu analysieren; fordert die Kommission ferner auf, zu gewährleisten, dass auf solche Maßnahmen gegebenenfalls konkrete legislative Initiativen und politische Empfehlungen an die Mitgliedstaaten und eine Rückmeldung an das Parlament folgen;
18. begrüßt das Interesse und die Qualität der Arbeit der Kommission im Hinblick auf die Studie über Finanzdienstleistungen für Privatkunden, die nach dem Verbraucherbarometer veröffentlicht wurde; weist gleichzeitig auf die festgestellten Probleme im Bereich der Finanzdienstleistungen hin, die sich durch die Finanzkrise noch verschärft haben; begrüßt insbesondere die aus der Studie hervorgehenden Erkenntnisse beispielsweise über erhebliche Probleme in Bezug auf die Transparenz und die Vergleichbarkeit der Kosten für Girokonten in der Europäischen Union; ist der Ansicht, dass alle notwendigen Konsequenzen gezogen werden müssen, um eine bessere Regulierung dieses Sektors zu erreichen;
19. weist darauf hin, dass Verbraucherbeschwerden zwar wichtig sind, um Marktstörungen zu erkennen, aber ausbleibende Verbraucherbeschwerden nicht immer bedeuten müssen, dass Märkte gut funktionieren, da die Verbraucher in einigen Mitgliedstaaten aufgrund unterschiedlicher Traditionen bzw. Erwartungen in Bezug auf die Erfolgsaussichten weniger dazu neigen, sich zu beschweren; weist andererseits darauf hin, dass eine große Zahl von Beschwerden in einem einzelnen Land nicht unbedingt als Anzeichen für einen gestörten Markt angesehen werden muss, sondern darauf zurückzuführen sein könnte, dass es in dem Land effiziente Beschwerdestellen gibt oder dass eine neue Informationskampagne betreffend Verbraucherrechte ihre Wirkung entfaltet;
20. stellt fest, dass über 700 Drittorganisationen in der EU Beschwerden von Verbrauchern entgegennehmen, wobei die diesbezüglichen Rahmenbedingungen sich erheblich voneinander unterscheiden und vergleichsweise wenige dieser Organisationen Daten über die Art der Beschwerde und die betreffende Branche erheben; ist der Ansicht, dass man zwar für reine Beratungs- oder Informationszwecke ohne diese Daten auskommen mag, sie aber unerlässlich sind, wenn potenzielle verbraucherrelevante Fälle von Marktvorfällen aufgedeckt werden sollen; fordert daher alle Beschwerdestellen auf, eine harmonisierte Verfahrensweise der Klassifizierung und des Meldewesens von Verbraucherbeschwerden zu übernehmen, und legt ihnen nahe, Beschwerdedaten zu allen empfohlenen und freiwilligen Datenerfassungsfeldern anzugeben, wie es die Kommission in ihrem Entwurf der Empfehlung vorschlägt; ist der Ansicht, dass die Ausarbeitung einer harmonisierten Methodik die Mitgliedstaaten in die Lage versetzen wird, aussagekräftigere Daten zu erheben, um sich so ein besseres Bild von den Problemen der Verbraucher in der EU machen zu können, was in die Einrichtung einer EU-weiten Datenbank münden soll, die Vergleiche von Verbraucherproblemen innerhalb der EU ermöglicht;

Dienstag, 9. März 2010

21. weist darauf hin, dass bei der Analyse der verfügbaren Preisdaten unerklärliche Preisunterschiede zwischen den Mitgliedstaaten bei einer Anzahl von Waren und Dienstleistungen zutage treten; ist der Ansicht, dass Preisunterschiede zwar häufig mit Unterschieden bei der Nachfrage, den Ausgabenniveaus, Steuern und der Kostenstruktur zusammenhängen, oftmals aber auch Anzeichen für eine Fragmentierung oder Funktionsstörung des Binnenmarkts sind; spricht sich dafür aus, dass in Fällen, in denen der Preis eines bestimmten Produkts oberhalb eines festgelegten Referenzwerts liegt, die Import- und Verbraucherpreise miteinander verglichen und die Gründe für die unterschiedlichen Preisniveaus eingehend geprüft werden;

22. vertritt den Standpunkt, dass die verfügbaren Preisdaten für eine angemessene Überwachung des Binnenmarkts nicht ausreichen, und fordert die nationalen Statistikämter und Eurostat auf, mit der Kommission zusammenzuarbeiten, um mehr Daten zur Verfügung zu stellen und die Methodik zur Erhebung von Durchschnittspreisen vergleichbarer und repräsentativer Waren und Dienstleistungen weiterzuentwickeln; verweist in diesem Zusammenhang darauf, dass die nationalen Statistikämter in stärkerem Maße an der Erhebung und Berechnung von Durchschnittspreisen teilhaben und diese unterstützen sollten; betont, dass die Vorlage transparenterer Daten zu Preisen für mehr Vertrauen bei den Verbrauchern sorgen und ihnen zudem deutlich machen wird, dass ihre alltäglichen Sorgen ernst genommen werden;

23. erkennt an, dass die Verbraucherzufriedenheit ein wichtiger Indikator für das Verständnis ist, wie gut oder schlecht Märkte den Verbrauchern dienen; ersucht die Kommission, ihre Vorgehensweise und Messmethoden bei Studien zur Verbraucherzufriedenheit weiterzuentwickeln und diese in Zukunft auf weitere Branchen auszudehnen;

24. ist der Ansicht, dass die Möglichkeit, den Anbieter zu wechseln, ein wesentlicher Wettbewerbsaspekt in der Marktwirtschaft ist; fordert die Kommission und die Mitgliedstaaten mit Nachdruck auf, Maßnahmen zu ergreifen, die den Wechsel des Anbieters bei allen wichtigen Dienstleistungen für Privatkunden ermöglichen;

25. stellt fest, dass das Vertrauen der Verbraucher in die Produktsicherheit verschiedenen Studien zufolge im Allgemeinen hoch ist, wenngleich in der Einschätzung der Sicherheit durch die Verbraucher erhebliche Unterschiede zwischen den Mitgliedstaaten bestehen; fordert die Kommission und die Mitgliedstaaten auf, die Qualität der derzeit verfügbaren Daten über die Sicherheit von Konsumgütern zu verbessern, die hauptsächlich auf der Grundlage von gemeldeten Unfällen und Verletzungen, die auf fehlerhafte Produkte zurückzuführen sind, oder von Gefahrenmeldesystemen erhoben werden; betont insbesondere, dass die Sicherheit von Spielzeug überwacht werden muss;

26. fordert alle Mitgliedstaaten auf, Unfälle und Verletzungen in einer gemeinsamen Datenbank systematisch zu erfassen und zu registrieren, um die Sicherheit der Verbraucher weiter zu stärken;

27. stellt fest, dass der Umfang des grenzüberschreitenden Handels in der EU nach wie vor erheblich schwankt und dass die überwiegende Mehrzahl der Einzelhändler (75 %) ihre Produkte ausschließlich an Verbraucher im Inland verkauft und lediglich ein Viertel der EU-Verbraucher grenzüberschreitende Einkäufe tätigt, obwohl die durchschnittlichen Ausgaben für grenzüberschreitende Einkäufe beträchtlich (737 Euro pro Person und Jahr) sind; ist der Ansicht, dass ein gestärktes Vertrauen der Verbraucher ungeachtet einer Reihe von Hindernissen wie Sprache, Entfernung und unterschiedlichen Verbraucherschutzgesetzen das Ausmaß des grenzüberschreitenden Handels wesentlich vergrößern würde; ist der Ansicht, dass die Entwicklung des grenzüberschreitenden Handels nicht zu einem weniger strengen Regelwerk führen darf, sondern im Gegenteil noch mehr Anstrengungen zur Gewährleistung eines optimalen Maßes an Verbraucherschutz in der Europäischen Union erfordert;

28. stellt fest, dass sich der Online-Einkauf zwar immer mehr durchsetzt, sich der elektronische Handel über die Grenzen hinweg jedoch langsamer als der inländische entwickelt; fordert die Kommission auf, umfassendere Daten über das tatsächliche Niveau grenzüberschreitender Verkäufe und die Probleme der Verbraucher beim grenzüberschreitenden Handel in künftige Verbraucherbarometer aufzunehmen;

29. stellt fest, dass etwas mehr als die Hälfte der EU-Verbraucher (51 %) das Gefühl haben, von bestehenden Verbraucherschutzmaßnahmen ausreichend geschützt zu sein, über die Hälfte (54 %) der Ansicht sind, dass ihre Rechte von den Behörden gut geschützt werden, und ein etwas größerer Anteil (59 %) der Ansicht ist, dass die Anbieter von Waren und Dienstleistungen die Verbraucherrechte achten;

30. hebt hervor, dass nahezu ein Drittel (30 %) der EU-Verbraucher, die etwas per Internet, Telefon oder Post gekauft haben, über Probleme im Zusammenhang mit der Lieferung klagen; stellt indes fest, dass neun von zehn Kunden bei ihrem Versuch erfolgreich waren, innerhalb der Rücktrittsfrist eine Ware zurückzusenden oder einen Vertrag aufzuheben;

Dienstag, 9. März 2010

31. verweist darauf, dass mehrere Mitgliedstaaten Instrumente wie Preisbeobachtungsstellen entwickelt haben, um ihre inländischen Märkte unter dem Aspekt des Verbraucherschutzes zu überwachen, bzw. umfassende Systeme zur Erfassung von Beschwerden, die der Beratung der politischen Entscheidungsträger dienen sollen, während andere Mitgliedstaaten keine Daten zwecks Beobachtung von Verbrauchermärkten auswerten und Schwierigkeiten haben, Daten aufzubereiten; betont deshalb, dass die Mitgliedstaaten bewährte Verfahren austauschen müssen;

32. betont, dass die Mitarbeit von nationalen Statistikämtern und Eurostat sowie eine enge Zusammenarbeit zwischen diesen und der Kommission, Entscheidungsträgern im Bereich Verbraucherpolitik, nationalen Durchsetzungsbehörden sowie Verbraucherorganisationen und Verbänden entscheidend dafür ist, die Qualität und Vollständigkeit von Daten zu gewährleisten und die erforderliche Grundlage an Fakten weiterzuentwickeln; fordert Eurostat, die Mitgliedstaaten und alle beteiligten Akteure auf, Maßnahmen zu ergreifen, die einer solchen Zusammenarbeit zuträglich sind;

33. ist der Auffassung, dass marktrelevante Daten bei der Förderung von Innovationen und Wettbewerbsfähigkeit eine maßgebliche Rolle spielen können; unterstreicht daher die Bedeutung des Verbraucherbarometers als geeignetes Instrument zur Ermittlung der Präferenzen und Bedürfnisse von Verbrauchern; stellt fest, dass diese Daten innovationsfördernd sein können, indem sie Anreize für die Unternehmen schaffen, neue Märkte zu erschließen, und Druck auf Firmen ausüben, ihre Produkte und Dienstleistungen zu verbessern;

34. vertritt den Standpunkt, dass das Verbraucherbarometer, wenn es verlässliche und leicht miteinander zu vergleichende Daten aller 27 Mitgliedstaaten umfasst, den nationalen Entscheidungsträgern in den Bereichen Wettbewerb, Verbraucherfragen u. a. ausreichend vergleichbare Daten an die Hand geben und ihnen dabei behilflich sein soll, Störungen der nationalen Märkte, die zu Lasten der Verbraucher gehen, zu ermitteln;

35. fordert die Kommission auf, Richtgrößen zur Bewertung der Rahmenbedingungen für Verbraucher in allen Mitgliedstaaten zu erstellen und dabei die bestehenden Unterschiede in Bezug auf Verbraucherschutzgesetze und Konsumgewohnheiten berücksichtigen; bekräftigt, dass es wichtig ist, die Auswirkungen auf die Verbraucher in den einzelnen Ländern und die Rahmenbedingungen für die Verbraucher auf nationaler Ebene zu vergleichen, um bewährte Vorgehensweisen zu ermitteln und für einen verbraucherfreundlichen Binnenmarkt zu sorgen;

36. legt allen Mitgliedstaaten nahe, einmal jährlich eine allgemeine Marktüberwachung durchzuführen, um funktionsunfähige Märkte zu ermitteln, und vollständige Daten zu erheben, anhand deren die Kommission die Probleme, mit denen Verbraucher im Binnenmarkt konfrontiert sind, erkennen und vergleichen kann;

37. vertritt den Standpunkt, dass das Verbraucherbarometer nicht nur eine bessere Verbraucherschutzpolitik zum Ziel hat, sondern sich auf alle verbraucherrelevanten Politikbereiche beziehen muss, um so eine bessere Verankerung der Verbraucherinteressen in allen Bereichen der EU-Politik sowie eine Verankerung des Ziels eines dauerhaften Wachstums in der Verbraucherschutzpolitik zu erreichen; betont, dass das Verbraucherbarometer zudem zu einer breiteren Debatte über Themen der Verbraucherpolitik anregen sollte;

38. ersucht die Kommission, mit Hilfe der Mitgliedstaaten die Strategie einer besseren Vermittlung und größeren Verbreitung der Inhalte des Verbraucherbarometers zu entwerfen, unter anderem indem sie dafür sorgt, dass die Inhalte auf einschlägigen Websites leicht zugänglich und gut aufzufinden sind, und sie in angemessener Weise an Medien, nationale Behörden, Verbraucherschutzorganisationen und andere Interessengruppen weitergeleitet werden; erachtet es für notwendig, das Verbraucherbarometer weiterhin einmal jährlich als Broschüre zu veröffentlichen und in allen Amtssprachen der EU zur Verfügung zu stellen; fordert die Kommission und die Mitgliedstaaten auf, die Unionsbürger in ausreichender Form auf die Website „eYou Guide“ aufmerksam zu machen, die eigens von der Kommission eingerichtet wurde, um die Bürger über ihre Rechte aufzuklären;

Durchsetzung des gemeinschaftlichen Besitzstands im Verbraucherschutz

39. begrüßt die fünf prioritären Bereiche, die die Kommission in ihrer Mitteilung zur Durchsetzung des gemeinschaftlichen Besitzstands im Verbraucherschutz bestimmt hat;

40. hebt hervor, dass eine wirksame Umsetzung und Durchsetzung der EU-Verbraucherschutzvorschriften das Vertrauen der Verbraucher fördert und als wirkungsvolle Abschreckung von Unternehmen dient, die diese Regeln zu umgehen versuchen; fordert die Kommission auf, die Mitgliedstaaten bei der Umsetzung und Durchführung des gemeinschaftlichen Besitzstands im Verbraucherschutz aufmerksam zu beobachten und zu unterstützen; ersucht die Kommission in diesem Zusammenhang, Optionen zu prüfen, wie auf der Rechtsgrundlage von Artikel 169 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union der Stellenwert der Verbraucherschutzpolitik mit Hilfe von Maßnahmen erhöht werden kann, die die Politik der Mitgliedstaaten unterstützen und ergänzen, möglicherweise auch durch die Einrichtung einer Europäischen Verbraucheragentur;

Dienstag, 9. März 2010

41. stellt fest, dass der Grad der Durchsetzung der Verbraucherrechte in der EU bei weitem nicht homogen ist und dass in den meisten Ländern sowohl positive Aspekte als auch Schwachstellen zu verzeichnen sind; weist darauf hin, dass vorliegende Zahlen erhebliche Unterschiede zwischen den Mitgliedstaaten erkennen lassen, was die bereitgestellten Mittel für die Marktaufsicht und die Zahl der Prüfer angeht; fordert die Mitgliedstaaten mit Nachdruck auf, ihre Anstrengungen zu verstärken und die Mittel aufzustocken, um die Durchsetzung von Gesetzen zum Schutz der Verbraucher und zur Gewährleistung des Wettbewerbs im Einzelhandel sicherzustellen;
42. ist der Auffassung, dass verstärkte Marktaufsichts- und Durchsetzungsmechanismen und deren effiziente und umfassende Umsetzung zur Förderung des Verbrauchervertrauens entscheidend sind, da kaufreudige Verbraucher entscheidend für eine wirtschaftliche Erholung sein werden; vertritt den Standpunkt, dass den Behörden mehr Mittel zur Verfügung gestellt werden müssen, um rechtswidrige Praktiken zu untersuchen und diesen letztendlich Einhalt zu gebieten;
43. hebt hervor, dass sich Verbrauchermärkte rasch entwickeln, so dass die Durchsetzungsbehörden in der Lage sein müssen, die neuen wirtschaftlichen und technischen Herausforderungen für ihr Tätigkeitsfeld zu meistern, um in einem grenzübergreifenden Umfeld, wie es der Binnenmarkt ist, wirksam handeln zu können, und dass zu diesem Zweck gemeinsame Anstrengungen unternommen werden müssen, um so eine effektive und einheitliche Durchsetzung in der gesamten EU zu gewährleisten; ist der Ansicht, dass eine Überarbeitung des Regelungsrahmens ebenfalls erforderlich ist, um eventuelle Lücken zu schließen;
44. fördert die Errichtung unabhängiger Verbraucherschutzstellen in sämtlichen Mitgliedstaaten, die Informationen bereitstellen und Verfahren vor nationalen Gerichten anzustrengen, um die Interessen von Verbrauchern zu schützen; spricht sich deshalb für die Zusammenarbeit zwischen den bestehenden Verbraucherschutzstellen in allen Mitgliedstaaten aus;
45. fordert alle Mitgliedstaaten auf, die mit der Einsetzung eines eigenen Verbraucherbeauftragten verbundenen Vorteile zu prüfen; verweist darauf, dass eine solche Institution in einigen Mitgliedstaaten als außergerichtliche Instanz für die einvernehmliche Lösung von Verbraucherstreitigkeiten sowie als den Staat beratendes Organ betrachtet wird, das zur Behebung von Problemen beiträgt, die in seinen Zuständigkeitsbereich fallen;
46. teilt die Ansicht der Kommission, dass alternative Streitbeilegungsmechanismen wie Schlichtungs- und Schiedsverfahren oder eine außergerichtliche Streitbeilegung eine sinnvolle und attraktive Alternative für Verbraucher sein können, die einen Streit mit einem Gewerbetreibenden oder einem öffentlichen Erbringer von Dienstleistungen nicht informell regeln konnten; fordert die Mitgliedstaaten mit Nachdruck auf, die Entwicklung alternativer Streitbeilegungsmechanismen zur Stärkung des Verbraucherschutzes und möglichst umfassenden Einhaltung des Rechts zu fördern; betont aber, dass solche Mechanismen die gerichtlichen oder administrativen Durchsetzungsmechanismen ergänzen, jedoch nicht ersetzen sollten; ist außerdem der Auffassung, dass die Festlegung von verbindlichen Terminen und Fristen, innerhalb deren verschiedene Körperschaften und Unternehmen zu bestimmten Praktiken Stellung nehmen müssen, einen wesentlichen Vorteil für die Verbraucher darstellen könnte, die sich um die Beilegung eines Streits bemühen;
47. erinnert daran, dass es in diesem Bereich den vorliegenden Informationen zufolge erhebliche Unterschiede zwischen den Mitgliedstaaten gibt und dass die Rechtsdurchsetzungsverfahren verbesserungswürdig sind; erinnert daran, dass es derzeit in 13 Mitgliedstaaten Systeme der kollektiven Rechtsdurchsetzung gibt, und fordert die Kommission auf, dem von ihr am 27. November 2008 veröffentlichten Grünbuch über kollektive Rechtsdurchsetzungsverfahren für Verbraucher (KOM(2008)0794) so rasch wie möglich weitere Maßnahmen folgen zu lassen;
48. betont, dass Beamte und Justizbehörden eine angemessene Ausbildung und Schulung hinsichtlich der EU-Rechtsvorschriften für den Verbraucherschutz erhalten müssen;
49. stellt fest, dass die Überprüfung des Netzwerks für die Zusammenarbeit im Verbraucherschutz darauf hindeutet, dass der Umgang der Behörden mit grenzübergreifenden Fällen infolge Ressourcenmangels problematisch ist; fordert die Kommission auf, zu prüfen, wie angemessene Ressourcen für die Einhaltung der aktuellen Verpflichtungen nach der Verordnung über die Zusammenarbeit im Verbraucherschutz bereitgestellt werden können;
50. spricht sich für konzertierte Durchsetzungsmaßnahmen („sweeps“) aus, in denen nationale Behörden gleichzeitig eine flächendeckende Überprüfung eines vorgegebenen Sektors auf Einhaltung der EU-Vorschriften durchführen; betont, dass diese Maßnahmen häufiger (zweimal jährlich) auf der Grundlage einer einheitlichen Methodik in Kombination mit anderen Instrumenten durchgeführt werden sollten;

Dienstag, 9. März 2010

51. ist sich der rechtlichen Komplexität in Bezug auf die Veröffentlichung der Ergebnisse von Marktüberwachungs- und Durchsetzungsmaßnahmen sowie der Tatsache bewusst, dass Ermittlungsarbeit oft strengen Vertraulichkeitsregeln unterliegt; ist jedoch der Auffassung, dass die Kommission und die Mitgliedstaaten diese Ergebnisse bis hin zur Auflistung einzelner Unternehmen veröffentlichen sollten, wenn festgestellt wird, dass rechtswidrige Praktiken wiederholt angewandt werden; ist der Auffassung, dass dies für mehr Transparenz sorgen, die Arbeit der nationalen Durchsetzungsbehörden stärker in das Licht der Öffentlichkeit rücken und es Verbrauchern ermöglichen wird, eine sachkundige Wahl zu treffen;

52. fordert eine Verstärkung der Strukturen zur Marktüberwachung in sämtlichen Mitgliedstaaten, damit die auf deren Märkten angebotenen Erzeugnisse hohe Sicherheitsstandards erfüllen und fehlerhafte oder gefährliche Produkte zügig vom Markt genommen werden; fordert die Kommission auf, die Leitlinien für das Schnellinformationssystem RAPEX in regelmäßigen Abständen zu überprüfen und zu überarbeiten, um so dessen Funktionsfähigkeit zu verbessern;

53. fordert die Kommission in diesem Zusammenhang auf, die Umsetzung der Verordnungen zur Marktüberwachung, insbesondere der Verordnung (EG) Nr. 765/2008 durch die Mitgliedstaaten stärker zu überwachen und gegebenenfalls zügig Vertragsverletzungsverfahren einzuleiten;

54. unterstützt die Anstrengungen der Kommission, die neuesten Möglichkeiten der technischen Überwachung zu prüfen, um die globale Rückverfolgbarkeit von Produkten entlang der gesamten Lieferkette (z. B. anhand von RFID-Chips oder Strichcodes) zu gewährleisten; fordert die Kommission auf, dem Parlament ihre aktuellen Initiativen und jüngsten Erkenntnisse zum Aufbau eines globalen Rückverfolgungsnetzwerks darzulegen;

55. erinnert daran, dass das Netzwerk der Europäischen Verbraucherzentren einer angemessenen finanziellen Ausstattung bedarf, um das Vertrauen der Verbraucher stärken zu können, indem man sie über ihre Rechte unterrichtet und ihnen ein unkomplizierter Zugang zur Rechtsdurchsetzung im Falle grenzüberschreitender Käufe ermöglicht wird;

56. hebt hervor, dass angesichts der stetig zunehmenden Importe aus Drittstaaten in die EU den Zollbehörden eine große Bedeutung für den Schutz der Verbraucher vor unsicheren Importprodukten zukommt, was eine engere Zusammenarbeit zwischen Marktaufsichts- und Zollbehörden, aber auch zwischen den Zollbehörden der verschiedenen Mitgliedstaaten erforderlich macht;

57. hebt hervor, dass eine Zusammenarbeit auch mit Behörden und/oder Wirtschaftsteilnehmern außerhalb der EU erforderlich ist, um die Sicherheit der im Binnenmarkt gehandelten Waren sicherzustellen; unterstützt daher die Initiative der Kommission, die internationale Zusammenarbeit zu fördern und formale Vereinbarungen mit Durchsetzungsbehörden in Drittländern, insbesondere China, den USA und Japan, anzustreben; weist darauf hin, dass ein kontinuierlicher Dialog und der ständige Austausch von Informationen über die Produktsicherheit im Interesse aller beteiligten Parteien liegen und von zentraler Bedeutung für den Aufbau von Verbrauchervertrauen sind; fordert die Kommission auf, dem Parlament über ihren Dialog mit Drittstaaten in regelmäßigen Abständen Bericht zu erstatten;

*

* *

58. beauftragt seinen Präsidenten, diese Entschließung dem Rat und der Kommission sowie den Regierungen und Parlamenten der Mitgliedstaaten zu übermitteln.
