

Antwort

der Landesregierung

auf die Kleine Anfrage Nr. 737
des Abgeordneten Volker Nothing (AfD-Fraktion)
Drucksache 7/1900

Bericht der Verbraucherzentrale Brandenburg 2019/20

Namens der Landesregierung beantwortet die Ministerin für Soziales, Gesundheit, Integration und Verbraucherschutz die Kleine Anfrage wie folgt:

Vorbemerkung des Fragestellers: In der Sitzung des Ausschusses für Soziales, Gesundheit, Integration und Verbraucherschutz des Landtages Brandenburg vom 12.08.2020 wurde über den aktuellen Bericht der Verbraucherzentrale Brandenburg diskutiert. Aus diesem ergeben sich einige weitere Fragen.

Vorbemerkung der Landesregierung: Die Fragen der Kleinen Anfrage betreffen den Jahresbericht der Verbraucherzentrale Brandenburg (VZB) 2019/2020. Die Verbraucherinformation, -beratung und -bildung durch die VZB ist ein wichtiger Bestandteil des Verbraucherschutzes und der Verbraucherpolitik des Landes.

Die VZB ist als eingetragener Verein ungeachtet der finanziellen Förderung durch das Land in ihrer Arbeit unabhängig von der Landesregierung. Im Rahmen der guten Zusammenarbeit mit der Landesregierung hat die VZB zu einzelnen Fragen gearbeitet.

Frage 1: Wie viel Prozent der Beratungsleistungen für „Wohnen und Energie“ drehten sich im Berichtszeitraum um Energiesparen und wie viel Prozent davon waren durch Finanznot der Verbraucher begründet?

Zu Frage 1: Im Jahr 2019 betrafen 35 % der Beratungsthemen den Bereich „Wohnen & Energie“; davon entfielen 64 % schwerpunktmäßig auf das Thema Energiesparen.

Aussagen über die konkreten wirtschaftlichen Verhältnisse der Ratsuchenden („Finanznot“ o. ä.) können nicht getroffen werden, da die VZB auch aus Gründen von Datensparsamkeit und Vertrauensschutz keine soziodemografischen Parameter von Verbraucherinnen und Verbrauchern erfasst.

Frage 2: Wie entwickelte sich die absolute Zahl der Verbraucher, welche aufgrund von Finanznot Beratungsleistungen zum Energiesparen in Anspruch nahmen während der letzten zehn Jahre?

Zu Frage 2: Auf Satz 2 in der Antwort auf Frage 1 wird verwiesen.

Frage 3: Wie viel Prozent der Beratungsleistungen im Bereich „Internet, Rundfunk & Telefon“ drehten sich im Berichtszeitraum um den Öffentlich-Rechtlichen Rundfunk?

Eingegangen: 02.10.2020 / Ausgegeben: 07.10.2020

Zu Frage 3: Im Jahr 2019 betrafen 20 % der Beratungsthemen den Bereich „Internet, Rundfunk & Telefon“. Davon entfielen 39 % auf das Thema Rundfunkbeitrag.

Frage 4: Wie hat sich die absolute Zahl der Beratungsleistungen, welche sich um den Öffentlich-Rechtlichen Rundfunk drehen, in den letzten zehn Jahren entwickelt?

Zu Frage 4: Die VZB nahm die Beratungstätigkeit zum Thema Rundfunkbeitrag in Zusammenhang mit dem Inkrafttreten des 15. Rundfunkänderungsstaatsvertrages am 01.01.2013 an. Die Zahl der Beratungen schwankt in der Langzeitbetrachtung je nach aktuellen Einflüssen. Nach Inkrafttreten des 15. Rundfunkänderungsstaatsvertrages wurden im Jahr 2013 2003 Beratungen durchgeführt, 766 Beratungen im Jahr 2014, 640 Beratungen im Jahr 2015 und 707 Beratungen im Jahr 2016. Nach der Änderung des Rundfunkbeitragsstaatsvertrages mit Wirkung im Jahr 2017 stieg die Beratungszahl auf 1083. Im Jahr 2018 wurden 955 Beratungen durchgeführt. Im Jahr 2019 betrug die Anzahl der Beratungen der VZB zum Thema Rundfunkbeitrag 959.

Frage 5: Bietet die Verbraucherzentrale auch Rechtsberatung von sog. Flüchtlingen und Asylbewerbern z. B. für Klagen gegen Asylbescheide, Hilfestellungen beim Antragsverfahren mit Zuwanderungsbezug oder andere Projekte mit Zuwanderungsbezug an?

- a) Wenn ja, wie viel Prozent aller Projekte machen Projekte mit Zuwanderungsbezug aus und wie viel Prozent der Gesamtausgaben der Verbraucherzentrale sind auf Projekte mit Zuwanderungsbezug zurückzuführen?
- b) Wie viel der Gesamtausgaben der Verbraucherzentrale sind konkret auf Rechtsberatungen von sog. Flüchtlingen und Asylbewerbern zurückzuführen?

Zu Frage 5: Die VZB hilft Verbraucherinnen und Verbrauchern insbesondere bei Konflikten mit Unternehmen. Die Beratungsthemen sind unter www.verbraucherzentrale-brandenburg.de/beratungsangebote zusammengefasst. Die VZB berät nicht zu Fragen des Asyl- oder Ausländerrechts.

- a) Bis Februar 2019 führte die VZB ein Projekt „Verbraucherberatung für Geflüchtete“ durch. Daran schließt an das aktuelle Projekt „Verbraucherschutz für Migrantinnen und Migranten“. Dieses fördert das MSGIV mit einer Projektzuwendung in Höhe von 120.000 €.
- b) Auf Satz 2 in der Antwort auf Frage 1 wird verwiesen.

Frage 6: War der Workshop zur Kinderernährung am 20.02.2019 ausschließlich für Migranten und wenn ja, warum stand er nicht für alle Menschen offen bzw. worin besteht bei einem derart allgemeinen Thema wie Kinderernährung die Notwendigkeit zu einem gesonderten Migrantenworkshop, obwohl auch im Sinne der Integration ein gemeinsamer Workshop, welcher auch für Einheimische offensteht, sinnvoller wäre?

Zu Frage 6: Veranstaltungen der VZB stehen allen Interessierten offen - unabhängig davon, ob mit oder ohne Einwanderungsgeschichte. Je nach Zielgruppe spricht die VZB in ihrer Kommunikation spezifisch an. Eine gesunde und ausgewogene Ernährung ist für die Entwicklung aller Kinder wichtig.

Frage 7: Wie verträgt es sich mit der durch die Ausführung von Staatsaufträgen gebotenen politischen Neutralität der Verbraucherzentrale, dass sie sogar offiziell Parteiveranstaltungen besucht und dort auftritt, wie z. B. am 23.02.2019 auf der Landesdelegiertenkonferenz der Grünen?

Zu Frage 7: Die VZB ist entsprechend ihrer Satzung ausschließlich den Interessen der Verbraucherinnen und Verbraucher verpflichtet. Ihre satzungsgemäße Aufgabe ist u. a. der Einsatz für die Interessen und Rechte von Verbraucherinnen und Verbrauchern evidenzbasiert unter Berücksichtigung des Allgemeinwohls bei Gesetzgebung, Verwaltung und Wirtschaftsorganisationen sowie bei Anbietern. Der Verein verfolgt keine parteipolitischen Ziele. Eine den Zielen der Verbraucherzentrale dienende Zusammenarbeit etwa mit Parteien, Vereinen, Organisationen oder Initiativen wird dadurch gleichwohl nicht ausgeschlossen.

Die VZB hat den Parteien, die den Verbraucherschutz in ihren Wahlprogrammen thematisierten, angeboten, das „Verbraucherzentrale-Digimobil“ sowie die verbraucherpolitischen Positionen der VZB z. B. auf den jeweiligen Landesparteitagen zu präsentieren. Dabei hat sie sich auf diejenigen Parteien konzentriert, die sich konkret für die Ausweitung des Beratungsansatzes „Videochatberatung im Digimobil“ im ländlichen Raum einsetzen. Im Ergebnis wurde die VZB mit ihrem „Digimobil“ alleinig vom Landesverband Brandenburg von Bündnis 90/Die Grünen zu seinem Parteitag im Februar 2019 in Fürstenberg/Havel eingeladen.

Frage 8: Um welche Art von „unseriösen Anbietern“ ging es bei den Gesprächen mit Google am 09.05.2019? Betraf dies auch Medienoutlets oder politische Organisationen und wenn ja, welche?

Zu Frage 8: Die VZB mahnt gezielt Unternehmen ab, klagt gegen diese und tritt für mehr Verbraucherschutz regelmäßig auch mit Anbietern in den Dialog. Relevante Inhalte und Erfolge kommuniziert die VZB z. B. in ihren Jahresberichten und tagesaktuell über ihre Homepage sowie über Pressemitteilungen:

<https://www.verbraucherzentrale-brandenburg.de/pressemitteilungen>. Die VZB ist Mitglied der „Initiative Transparente Zivilgesellschaft“ von Transparency International Deutschland e.V.

Frage 9: Hält die Verbraucherzentrale eine - abseits von Englisch - mehrsprachige Infothek für sinnvoll in Bezug auf das Erlernen der deutschen Sprache, also die Förderung von Integration, seitens der Migranten und wenn ja, worauf begründet sich diese Einschätzung?

Zu Frage 9: Das Erlernen der deutschen Sprache erfordert einen längeren Zeitraum, insbesondere, wenn es um das Verstehen von verbraucherrechtlich relevanten Texten geht, wie z. B. Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Im Rahmen ihrer grundsätzlichen Aufgabenwahrnehmung für den Verbraucherschutz nimmt die VZB Rücksicht auf besondere Bedürfnisse von Verbraucherinnen und Verbrauchern.

Frage 10: Welche konkrete Art der Rechtsberatung erfolgte am 26.09.2019 für Migranten? Ging es hier z.B. (auch) um Klagen gegen Asylbescheide oder verweigerten Familiennachzug?

Zu Frage 10: Auf die Antwort auf Frage 5 wird verwiesen.

Frage 11: Wie definiert sich laut Ansicht der Landesregierung „Medienkompetenz“ aus Sicht des Verbraucherschutzes?

Zu Frage 11: Die Fähigkeit, Medien den eigenen Bedürfnissen und Zwecken entsprechend zu nutzen und mit ihnen verantwortungsvoll umzugehen, charakterisiert die Medienkompetenz. Der Umgang mit und die Nutzung von Neuen Medien stellt neue Anforderungen, denn die Digitalisierung führt zu einem stetigen Wandel des Alltags der Menschen als Verbraucherinnen und Verbraucher. Die Entwicklung der Medienkompetenz betrifft aus Sicht des Verbraucherschutzes alle Menschen, Kinder und Jugendliche aber gleichwohl noch einmal in besonderer Art und Weise.

Frage 12: Was waren die konkreten Inhalte der Lehrkräftefortbildung zum Thema „Fake News“ am 05.12.2019 und welche konkreten Beispiele zu „Fake News“ wurden hier angeführt?

Zu Frage 12: Im Rahmen des medienfit-Programms des MBSJS führte die VZB eine Fortbildungsreihe für Lehrkräfte zur Verbraucherbildung durch. Folgende Verbraucherthemen wurden behandelt: Kosten- und Datenfallen beim Online Shopping, Werbung durch Influencer, Datenschutz in sozialen Netzwerken, Richtlinien des Urheberrechts, Entstehung und Rückverfolgung von „Fake News“. Im Rahmen der Fortbildung zu „Fake News“ am 05.12.2019 ging es um die Frage der Entstehung, Verbreitung und Rückverfolgung von „Fake News“ bzw. um die Quellenrecherche. Es wurden Begriffsdefinitionen zu „Gezielte Falschmeldung“, „Moderne Legende“ und „Köder“ erarbeitet. Ziel bleibt es, Schülerinnen und Schüler zur kritischen Mediennutzung sowie zu Informationsbeschaffung und Auseinandersetzung mit Verbraucherinformationen zu befähigen (im Sinne des Beschlusses „Verbraucherbildung an Schulen“ der Kultusministerkonferenz vom 12.09.2013).

Frage 13: Wie viele Zuhörer hatte der Podcast „Verbraucherzentrale - Hörbar!“ bezogen auf die letzten fünf Folgen durchschnittlich, wie oft erscheint dieser und wie lange dauert eine Folge durchschnittlich?

Zu Frage 13: Die Verbraucherzentralen-Podcasts sind ein bundeslandübergreifendes Gemeinschaftsprodukt. Die Folgen werden anlassbezogen und themenspezifisch hergestellt. Zielgruppe der Podcasts sind die Medien, die die Informationen in ihre Programme einbauen.

Einen wesentlichen Parameter der Reichweite des Verbraucherzentralen-Podcasts machen die Hörerzahlen der Medien aus, die das Angebot durch Verwendung der Tonspuren nutzen. Daher können über den Einsatz sowie die jeweiligen Hörerzahlen bundesweit nur die privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Auskunft geben. Die Länge der bisherigen Folgen liegt zwischen sieben und zwölf Minuten.

Die VZB bietet auf ihren Internetseiten www.verbraucherzentrale-brandenburg.de/hoerbar Podcast-Folgen an.