

Arbeit & Wirtschaft

Herausgegeben von AK und ÖGB

www.arbeit-wirtschaft.at

© ÖGB-Verlag/Michael Mazohl

Frohe Kunde

Schwerpunkt KonsumentInnenchutz

Coverstory:
König Kunde oder Konsumtrottler?

Einkaufen wird immer komplexer – und damit auch der KonsumentInnenchutz. 6

Interview:
Schlimme Tricks auf gesättigten Märkten

Buchautor Sepp Eisenriegler über Nachhaltigkeit und Ermächtigung von KonsumentInnen. 18

Reportage:
Zurückverfolgt zum Ursprung

Herkunftstransparenz? Eine Reise vom Discounter bis in den Stall. 28



Coverstory

Zur ambivalenten Geschichte des VerbraucherInnenschutzes zwischen Rechtlosigkeit und Regulierungssucht, Konsum und Konsumkritik sowie menschlichem Kaufverhalten.



Interview

Sepp Eisenriegler weiß so gut wie kaum jemand, warum es kein Zufall ist, dass günstige Waschmaschinen nach drei Jahren den Geist aufgeben und es keine Ersatzteile für den Staubsauger gibt.

Schwerpunkt

Sharing? Oder doch Dividing?

In der „Sharing Economy“ erscheint die Aufteilung von Verantwortung, sozialen Folgen und Profiten eher einseitig.

Modern Banking

Privatisierung, Krisen, Globalisierung und Digitalisierung bewirken dramatische Veränderungen im Bankensektor.

Ist Kaufen smarter?

Produkte haben oft ein rasches Ablaufdatum. Reparieren ist meist nicht nur smarter, sondern auch besser für die Umwelt.

Zurück zum Start

Wie vor gesundheitsschädlichen Produkten gewarnt wird und weshalb Produktrückrufe ernst zu nehmen sind.

12

14

16

22

Mit dem Einkauf die Welt verbessern

Woran erkennt man fair produzierte Angebote? Wo gibt es Mängel? Eine Umschau bei Lebensmitteln und Schuhen.

Punkte für gefälliges Verhalten

Bonitätsbewertungen entscheiden oft, ob man als VertragspartnerIn akzeptiert wird. Praxis und soziale Folgen des Scorings.

Das unsichere Netz

Immer mehr Alltagsgegenstände werden mit dem Internet vernetzt. Vorteile und Gefahren des „Internets der Dinge“.

Ungleichheit mit System

Im europäischen Online-Handel gibt es zahlreiche Schlagbäume. Die EU-Kommission reagiert nur zögerlich.

Geschäft mit der Verunsicherung

Ist eine private Vorsorge wirklich eine Alternative zur angeblich schlechter werdenden sozialen Absicherung?

26

34

36

38

40



28

Reportage

Wie transparent ist die Herkunft von Lebensmitteln? Wir haben den Test gemacht und Rindfleisch vom Discounter bis in den Stall zurückgeführt.

Standards

Historie:

Die Preistreibereibremse 4

Standpunkt:

Guter Konsum ist eine Verteilungsfrage 5

Statistik:

Die wichtigsten (Bio-)Gütesiegel 24

Gut zu wissen 42

Nicht zuletzt – von Gabriele Zgubic 43

Frisch gebloggt 44

Aus AK und Gewerkschaften 45

Man kann nicht alles wissen 46

Erklärungen aller grün markierten Worte.

Impressum

Redaktion „Arbeit&Wirtschaft“:
 Johann-Böhm-Platz 1, 1020 Wien,
 Tel.: (01) 534 44-39263 Dw.,
 Fax: (01) 534 44-100222 Dw.,
 Sonja Fercher (CvD),
 Sonja Adler (Sekretariat): 39263 Dw.
E-Mail: sonja.adler@oegb.at

Internet: www.arbeit-wirtschaft.at

Abonnementverwaltung und Adressänderung:
 Bettina Eichhorn, Philipp Starlinger,
 Johann-Böhm-Platz 1, 1020 Wien,
 Tel.: (01) 662 32 96-0
E-Mail: aboservice@oegbverlag.at

Redaktionskomitee:
 Bernhard Achitz, Lucia Bauer, Romana Brait,
 Gerhard Bröthaler, Adi Buxbaum, Sonja Fercher,
 Andreas Gjecaj, Elisabeth Glantschnig, Richard Halwax,
 Melissa Huber, Georg Kovarik, Florian Kräftner,
 Iris Krassnitzer, Sylvia Kuba, Sabine Letz, Pia Lichtblau,
 Markus Marterbauer, Martin Müller, Klaus-Dieter Mulley,
 Ruth Naderer, Martin Panholzer, Brigitte Pellar,
 Charlotte Reiff, Philipp Schnell, Georg Sever,
 Josef Thoman, Erik Türk, Christina Wieser,
 Gabriele Zgubic, Karin Zimmermann

Redaktionsmitglieder:
 Sonja Fercher (CvD), Sonja Adler (Sekretariat),
 Michael Mazohl (Artidirektion)
 Dietmar Kreutzberger (Grafik und Layout)

MitarbeiterInnen dieser Ausgabe:
 Sonja Fercher (CvD), Sonja Adler, Beatrix Beneder,
 Astrid Fadler, Sophia Fielhauer-Resei, Michael Heiling,
 Sandra Knopp, Irene Mayer-Kilani, Michael Mazohl,
 Brigitte Pellar, Charlotte Reiff, Christian Resei,
 Simon Schumich, Udo Seelhofer, Irene Steindl,
 Thomas Stollenwerk, Nina Tröger, Ulrike Weiß,
 Gabriele Zgubic, Daniela Zimmer

Herausgeber:
 Bundesarbeitskammer,
 1040 Wien, Prinz-Eugen-Straße 20–22, und
 Österreichischer Gewerkschaftsbund,
 1020 Wien, Johann-Böhm-Platz 1

Medieninhaber:
 Verlag des Österreichischen Gewerkschaftsbundes
 GmbH, 1020 Wien, Johann-Böhm-Platz 1,
 Tel.: (01) 662 32 96-39744 Dw.,
 Fax: (01) 662 32 96-39793 Dw.,
E-Mail: zeitschriften@oegbverlag.at,
Internet: www.oegbverlag.at

Hersteller: Verlag des ÖGB GmbH
Verlagsort: Wien
Herstellungsort: Wien

Preise (inkl. MwSt.):
 Einzelnummer: € 2,50;
 Jahresabonnement Inland € 20,-;
 Ausland zuzüglich € 12,- Porto;
 für Lehrlinge, Studenten und Pensionisten ermäßigtes
 Jahresabonnement € 10,-
 Bestellungen an den Verlag des ÖGB, 1020 Wien,
 Johann-Böhm-Platz 1, Tel.: (01) 662 32 96-0,
E-Mail: aboservice@oegbverlag.at

Offenlegung gemäß Mediengesetz, § 25:
www.arbeit-wirtschaft.at/offenlegung
 ZVR-Nr. 576439352 • DVR-Nr. 0046655
 ISSN (Print) 0003-7656, ISSN (Online) 1605-6493,
 ISSN (Blog) 2519-5492
 Die in der Zeitschrift „Arbeit&Wirtschaft“ wiedergegebenen Artikel entsprechen nicht notwendigerweise der Meinung von Redaktion und Herausgeber. Jeder/jede AutorIn trägt die Verantwortung für seinen/ihren Beitrag. Es ist nicht die Absicht der Redaktion, die vollständige Übereinstimmung aller MitarbeiterInnen zu erzielen. Sie sieht vielmehr in einer Vielfalt der Meinungen die Grundlage einer fruchtbaren geistigen Auseinandersetzung. Die Redaktion übernimmt keine Gewähr für unverlangt eingesandte Manuskripte. Nachdrucke, auch auszugsweise, nur mit Zustimmung der Redaktion und mit Quellenangabe.

Die Preistreibereibremse

Bis 1994 gab es im Rahmen der Sozialpartnerschaft eine freiwillige Beteiligung der Wirtschaft, um Preissteigerungen in Grenzen zu halten.

Vor fast genau 60 Jahren, am 27. März 1957, trat unter dem Vorsitz des Bundeskanzlers erstmals die „Paritätische Kommission für Preis- und Lohnfragen“ zusammen. Die ArbeitnehmerInnenvertretungen, die Wirtschaftskammer, die Landwirtschaftskammer und die Regierung beteiligten sich freiwillig. Die Initiative ging vom Österreichischen Gewerkschaftsbund aus, der in der wirtschaftlich schwierigen und neuen Situation nach dem Staatsvertrag verhindern wollte, dass die erkämpften Lohn-erhöhungen durch Preissteigerungen aufgefressen würden – zum Schaden der KonsumentInnen im beginnenden Aufschwung und damit der Volkswirtschaft. Im Gegenzug zur geforderten Regulierung von Preiserhöhungen erklärte sich die Gewerkschaftsseite dazu bereit, die Freigabe von Lohnverhandlungen mit der Arbeitgeberseite abzuklären.

Anfang 1957 verlangte der ÖGB in einem „Exposé“, das sich an die Bundesregierung, die Wirtschaftskammer und die Landwirtschaftskammer richtete, unter anderem:

Im laufenden Jahre sollte es auf dem Gebiete der Preisbildung möglich sein, folgende Ziele zu realisieren:

a) Die Letztverbraucherpreise für Mehl und Mehlprodukte ..., Zucker und für Milch sowie Milchprodukte bleiben unverändert erhalten;

b) ebenso werden die Preise für Speisefette ... und für Fleisch und Fleischwaren stabilisiert. ...;

d) Bei der in Aussicht genommenen Tarifregulierung ist auf die geringe finan-

zielle Leistungsfähigkeit der Arbeiterhaushalte Bedacht zu nehmen...

e) mit besonderer Aufmerksamkeit ist die Preisentwicklung bei Haushaltswaren zu verfolgen, die von der Textil-, Eisen-, Metall-, der Holz- und der chemischen Industrie erzeugt werden.

Die in diesem Exposé noch getrennt vorgeschlagenen „Paritätischen Kommissionen“ zur Überprüfung der Preisentwicklung und zur Freigabe von Kollektivvertragsverhandlungen wurden dann in einem Gremium zusammengefasst, für die Preisregulierung setzte die Vollversammlung der „Paritätischen“ noch in ihrer ersten Sitzung einen eigenen Unterausschuss ein. Dieser „Preisunterausschuss“ war grundsätzlich für alle Preiserhöhungswünsche aller österreichischen Unternehmen zuständig, soweit die Preise nicht von einer Gebietskörperschaft genehmigt oder amtlich reguliert wurden. In der Praxis hatte es der Unterausschuss allerdings vorwiegend mit inländischen Industrieprodukten zu tun.

Das Ergebnis der Kompromissfindung konnte sich durchaus sehen lassen: Die Steigerung der Lebenshaltungskosten fiel 1957 mit zwei Prozent sehr niedrig aus, die Reallohnsteigerungen waren für die



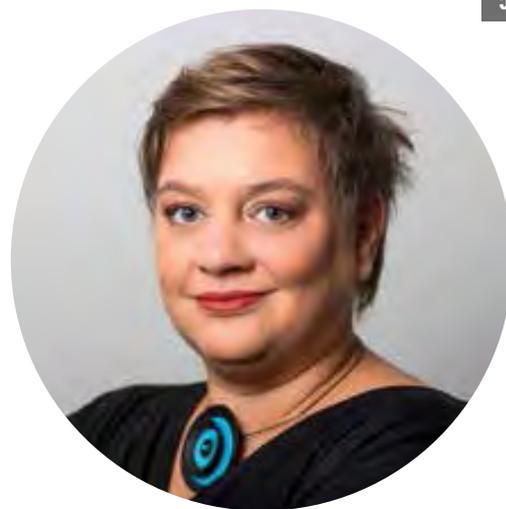
1955 setzte der ÖGB zunächst durch, dass die „Wirtschaftskommission“ der Nachkriegsjahre wieder einberufen wurde, um zu verhindern, dass die Preise den Löhnen davonrasen. Ihre gesetzliche Verankerung war nicht möglich, aber die Preiskontrolle auf freiwilliger Basis funktionierte Jahrzehnte.

ArbeitnehmerInnen spürbar. Allerdings bekämpften AnhängerInnen des absoluten freien Marktes das volkswirtschaftliche Regulierungssystem, und mit dem Vormarsch eines neoliberalen Politikverständnisses setzten sie sich ab den 1980er-Jahren immer stärker durch. 1994 wurde der letzte Erhöhungsantrag an den „Preisunterausschuss“ gestellt und 1998 endete die Tätigkeit der „Paritätischen Kommission“ mit Ausnahme ihres „Beirats für Wirtschafts- und Sozialfragen“ ganz.

Ausgewählt und kommentiert
von Brigitte Pellar
brigitte.pellar@aon.at

Guter Konsum ist eine Verteilungsfrage

Standpunkt



Sonja Fercher
Chefin vom Dienst
Arbeit&Wirtschaft

Zunächst muss ich etwas gestehen: Ich nutze eine inzwischen umstrittene Online-Plattform für Privatunterkünfte sehr gerne. Über sie habe ich nicht nur viele feine Unterkünfte gefunden, sondern auch spannende Menschen kennengelernt, die mich ihr Land auf sehr persönliche Weise entdecken ließen.

Neu ist das nicht, denn Privatzimmer haben auch in Österreich eine lange Tradition, Kontakt zu den Einheimischen inklusive.

Die entscheidende Frage ist: Zahlen alle Beteiligten ihre Steuern? Um dies zu gewährleisten, müsste die Politik auf eine intensivere internationale Kooperation setzen. Die aktuelle Entwicklung geht aber leider in eine gegenteilige Richtung.

Die Macht der KonsumentInnen

Zurück zur Plattform: Ihre Attraktivität lag für mich zweifellos darin, dass ich für mich leistbare Unterkünfte fand.

Viele Hotels sind nämlich erstens teuer und zweitens oftmals ihren Preis wahrlich nicht wert. Und dann habe ich oft in Wohnungen übernachtet, die sich meine „hosts“ nur durch die Vermietung leisten konnten: eine Alleinerzieherin; ein alleinstehender Mann, der seinem Sohn so weiter ein Zimmer bieten konnte; eine Frau, die „das Leben in

der Bude“ vermisste, nachdem ihre Kinder ausgezogen waren, weshalb sie ein Zimmer an Studierende vermietete und ein zweites an UrlauberInnen.

Dass ich auf solche AnbieterInnen stieß, liegt zweifellos an den Prioritäten, die ich bei meiner Suche setzte. Das ist die Macht bzw. auch die Verantwortung von uns KonsumentInnen. Nebenbei bemerkt: Viele kommerzielle AnbieterInnen zahlen ganz selbstverständlich ihre Steuern. Im Sinne der Fairness erwarte ich mir von dieser Plattform deutlich mehr Transparenz.

Grenzenlose Online-Welt hin oder her: Es sollte selbstverständlich sein, dass Unternehmen in jenem Land Steuern bezahlen, in dem sie Einnahmen verbuchen. Immerhin profitieren sie von der Infrastruktur des jeweiligen Landes. Gerade im Tourismus ist die Verkehrsinfrastruktur wesentlich, aber von der guten Wasserversorgung über gute Nahrungsmittel bis hin zur Gesundheit: All diese Leistungen, die eine Unterkunft attraktiver machen und damit dem Anbieter Provisionen beschere, werden von den SteuerzahlerInnen des jeweiligen Landes finanziert.

Zurück zum Thema „leistbar“: Natürlich ist es toll, wenn man möglichst wenig von seinem sauer verdienten Geld hergeben muss, um Produkte und Dienstleistungen in Anspruch nehmen zu können. Bloß verdienen auch die

HerstellerInnen und AnbieterInnen ihr Geld meist sauer, nicht zuletzt sollten ihre ArbeitnehmerInnen für ihre Leistungen entsprechend bezahlt werden. Von daher ist es ein zweischneidiges Schwert, wenn alles möglichst billig sein soll.

Auf die Spitze getrieben

Vorher würde ich aber gerne noch einen Haken schlagen: Es ärgert mich maßlos, wenn Menschen mit geringen Einkommen erklärt wird, sie müssten sich halt einschränken, dann würde sich sogar Bio ausgehen. „Früher hatte man viel weniger und musste auch zurechtkommen“, heißt es dann oft. Mit „Anspruchsgesellschaft“ gibt es sogar einen Begriff, mit dem man jene verunglimpfen kann, die auch vom Wohlstand profitieren wollen, den andere völlig selbstverständlich genießen.

Um es auf die Spitze zu treiben: Ansprüche dürfen also nur jene stellen, die übers nötige Kleingeld verfügen – und diese dürfen dann darüber richten, ob die Ansprüche jener berechtigt sind, die weniger gut situiert sind als sie? Zugleich ärgert es mich mindestens genauso, wenn Menschen völlig den Bezug dazu verloren haben, wie gut es ihnen geht. Es ist also zweifellos ein Spannungsfeld, bei dem sich einfache Urteile verbieten.

König Kunde oder Konsumtrottel?



Zur ambivalenten Geschichte des VerbraucherInnenschutzes zwischen Rechtlosigkeit und Regulierungssucht, Konsum und Konsumkritik sowie menschlichem Kaufverhalten.

Text: Beatrix Bener | Fotos: Michael Mazohl

Konsum und Kapitalismus gehören zusammen wie Pech und Schwefel: ohne Massenproduktion kein Massenkonsum. Wirtschaftswachstum wiederum braucht Konsumnachfrage, und diese wiederum steuert die Jobmaschine. So weit die wirtschaftspolitische Dimension. Und die individuelle Dimension: Der Großteil der Menschen „verbraucht“ zur Existenzsicherung Dinge und Dienstleistungen. Wer weder Grund noch Boden besitzt, muss alles kaufen. Damit wird der „Schutz“ der KonsumentInnen im Grunde sogar zur Überlebensfrage.

Auf der anderen Seite lebt Massenkonsum von Werbung, sprich auch davon, dass Bedürfnisse geweckt werden, von denen die KonsumentInnen vorher oftmals gar nicht wussten, dass sie diese überhaupt haben. Mögen sich die KundInnen in der Phase des Werbens noch als mächtige KönigInnen fühlen, so stellt sich bei manchen wohl nach dem Kauf das Gefühl ein, ein „Trottel“ gewesen zu sein: finanziell reingelegt und mit Problemen alleingelassen. Hersteller und KundInnen leben in einer wechselseitigen Abhängigkeitsbeziehung, aber nicht im Gleichgewicht. Um für eine Balance zu sorgen, gehen Staaten verschiedene Wege. Liberale Politik etwa

fordert einen starken KonsumentInnen-schutz mit harten Unternehmensstrafen. Wohlfahrtsstaatliche Politik wiederum vertraut stärker auf staatliche bzw. (Selbst-)Regulierung. Dahinter stehen verschiedene Bilder: jenes vom vernünftigen, rational entscheidenden Menschen oder jenes vom ohnmächtigen, leicht verführ- und manipulierbaren Menschen. „Rechte entwickeln sich mit der Gesellschaft, das ist auch im Konsumentenschutz so. Es ist eine Querschnittsmaterie, die geht in die Agrar- und Wettbewerbspolitik genauso hinein wie in ethische Fragen“, fasst Gabriele Zgubic, Leiterin der Abteilung Konsumentenpolitik der AK Wien, zusammen.

Vom Versorgungs- zum Erlebniskonsum

Die Anfänge des VerbraucherInnenschutzes in Österreich gehen auf die 1930er-Jahre zurück. Damals sollten stabile Preise für Lebensmittel und Mieten geregelt werden. Bis heute zählen diese Kategorien zu den Top-4-Haushaltsausgaben (siehe Grafik rechts). Die Versorgung mit ausreichenden, aber auch mit gesunden Nahrungsmitteln war das wichtigste Ziel in der Nachkriegszeit.

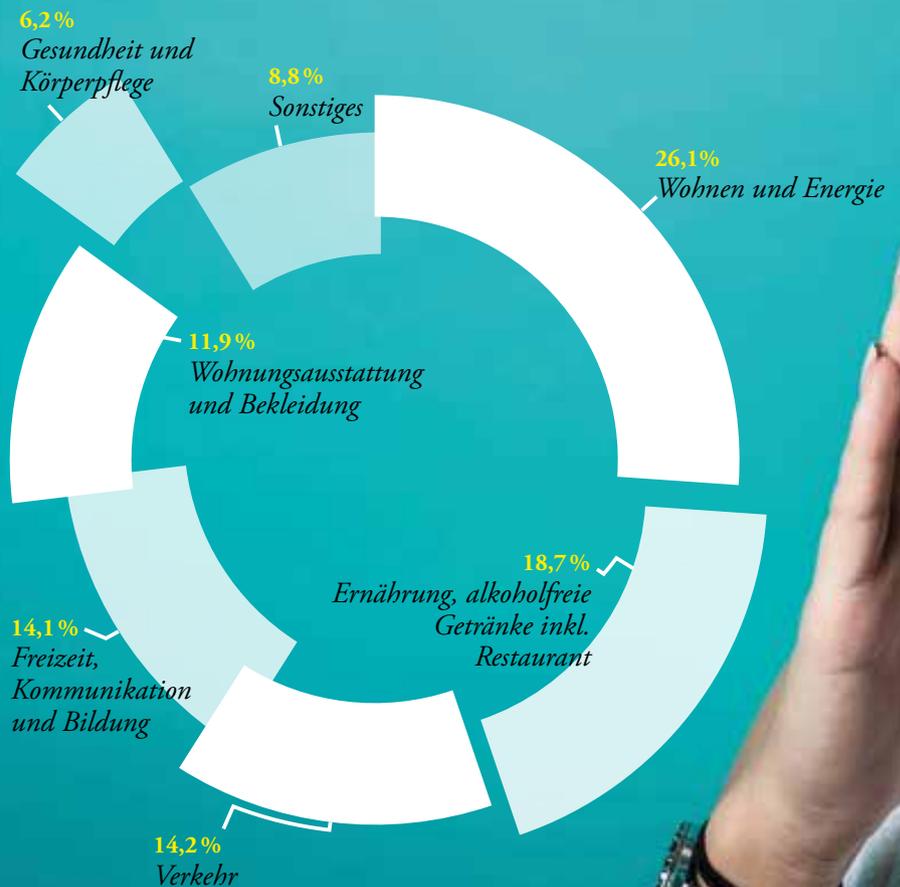
Der Wirtschaftsboom der 1960er-Jahre stärkte die Kaufkraft vieler – und damit entwickelte sich auch der Wunsch nach Konsum, der über die alltägliche Lebensführung hinausging. Die Konsumgesellschaft im modernen Sinn entstand: Das heißt, es geht nicht nur um den Nutz-, sondern auch um den Symbolwert eines Produktes, das Status und Prestige vermittelt. Einkaufen wird zur Freizeitbeschäftigung, Shopping soll ein Erlebnis sein.

Mit der Ausdehnung der Konsumzone wuchs auch die Konsumkritik: 1962 schrieb Vance Packard das Buch „Die geheimen Verführer“, das zum Klassiker der Werbekritik werden sollte, über manipulative Methoden der Reklame. Erst das Konsumentenschutzgesetz aus dem Jahr 1979 regelte in Österreich vieles, was heute selbstverständlich ist. Der Beitritt zur EU brachte weitere Fortschritte: die Verlängerung des Gewährleistungsrechts, mehr Transparenz bei Kreditverträgen und ein verbessertes Rücktrittsrecht. Beginnend mit

Was kauft Österreich?

Alle fünf Jahre erhebt die Statistik Austria die Haushaltsausgaben. Mit der Höhe des Einkommens verändert sich auch die Ausgabenstruktur der Haushalte: So verschieben sich die Anteile der Ausgaben bei Haushalten mit geringem Einkommen verstärkt zu den Grundbedürfnissen Ernährung und Wohnen, während einkommensstarke Haushalte mehr für Verkehr und Freizeit ausgeben.

Mit mehr als einem Viertel (26,1%) entfällt der größte Anteil der Haushaltsausgaben auf den Bereich „Wohnen, Energie“, davon 4,7% auf Energie. An zweiter Stelle stehen die Ausgaben für „Verkehr“ mit 14,2%; davon sind 13,5% auf den Bereich des privaten Verkehrs zurückzuführen.





den 1990er-Jahren waren Internet und Handy die dominanten Themen, die bereits weit in andere Politikbereiche ausstrahlten, etwa die Frage: Wie gefährlich sind Handystrahlen? Heute sind KonsumentInnenchutz-Argumente Teil der Unternehmensstrategie: Detaillierte Warnhinweise bzw. Vertragsvereinbarungen sollen Vertrauen wecken. Vieles davon ist für Laien unverständlich, statt Sicherheit empfindet man Ohnmacht. Nach einem ähnlichen Muster funktionieren viele Gütesiegel und Herkunftsbezeichnungen, statt Vertrauen stiften sie oftmals mehr Verwirrung und Unsicherheit.

Gestatten: Mein Name ist Konsument

1961 gründeten die Sozialpartner den VKI, den Verein für Konsumenteninformation. Irreführende Werbung, korrekte Preisauszeichnung und Deklarierungspflicht waren die Themen der ersten Ausgaben der VKI-Zeitschrift. Produkttests machten den „Konsument“ berühmt und einflussreich. In den Anfängen testete man sogar noch die Qualität und „Gesundheit“ von Zigaretten mit einer Abrauchmaschine. Nun wusste man, warum die Marke Jonny den Beinamen „Beuschelreißer“ trug, und als Folge produzierte die Austria Tabak die „Milde“, die leichteste Zigarette der Welt und es wurde die Deklarierungspflicht des Nikotin- und Teergehalts auf der Packung eingeführt.

In den 1980er-Jahren rücken Umweltthemen in den Vordergrund, vom Verschwinden der Glas- zugunsten der Plastikflasche bis hin zu Untersuchungen von chemischen Belastungen in Lebensmitteln. Der wachsende Wohlstand spiegelt sich in der Themenwahl: Urlaubsreisen, Flüge, Finanzdienstleistungen. Heute ist der „Konsument“ ein nicht mehr wegzudenkender Bestandteil der KonsumentInnendemokratie in Österreich. Über 3,5 Millionen Website-Zugriffe bestätigen das.

In Österreich liegt die Vertretung von KonsumentInneninteressen in den Händen der Sozialpartnerschaft, institutionell verankert in Arbeiterkammer und VKI. Beide kümmern sich um Beratung und Information und haben Klagsmöglichkeit. Selbst wenn es in den

Streitfällen häufig nur um kleine Geldbeträge geht, beeindruckt die Menge: Zwischen 2011 und 2014 erstritt der VKI durch Musterprozesse, Verbands- und Sammelklagen 55 Millionen Euro für geschädigte KonsumentInnen. Die Klagen richteten sich gegen falsche Zinsberechnungen, dubiose Geldgeschäfte, irreführende Beratung oder die über Jahre zu Unrecht kassierte Zehrscheingebühr.

Bei vielen Prozessen geht es um die Beispielwirkung oder auch darum, eine Rechtslücke aufzuzeigen. Ohne Möglichkeit, zu Gericht zu gehen, sind Verbraucherregelungen zahnlos. „Die Klagsmöglichkeit ist unsere Stärke, oft reicht eine Klagsandrohung, um Unternehmen zum Umdenken zu bringen“, stellt die AK-Juristin Zgubic klar. Der Großteil der Arbeit der AK liegt in der konsumentenpolitischen Interessenarbeit, in der Beratung und Information sowie der Klagstätigkeit. Rund 320.000 Anfragen werden österreichweit jährlich behandelt. Es betrifft Fragen zu Gewährleistungsrecht, Schadenersatz, Rücktritt, Bankdienstleistungen und Mietrecht.

Konsumarbeit

Konsumieren ist eine aufwendige Tätigkeit geworden. Da wollen zunächst Informationen eingeholt werden: Testauswertungen, Kommentare lesen, Kostenvoranschläge einholen und vergleichen. Als nächster Schritt kommt die Wahl: Welches Produkt passt am besten zu meinen Bedürfnissen und zu meinem Budget? Soll man kaufen, leasen oder sharen? Wäre vielleicht eine Ratenvereinbarung vernünftiger? Direkt im Geschäft kaufen oder besser im Webshop? Und später: Wie pflege ich das Ding richtig, um es in Schuss zu halten? Und ist es schrottreif bzw. veraltet: Wie entsorge ich Mobiltelefon oder Fernseher korrekt (siehe auch Interview, S. 18–21)?

Das ist Konsumarbeit und den Zeitaufwand leisten dafür oft Frauen, unbezahlt, versteht sich. Durch „Prosumation“ steigt dieser Aufwand. Ob Online-Banking, Zugtickets kaufen, Rechnung selbst ausdrucken, tanken, Obst abwiegen oder Einzelteile zu Möbeln zusammenbauen: Der Trend zum/zur „selbstproduzierenden“ Kunden/Kundin als

ausgelagertem Teil der Produktionskette geht weiter. Als digitale Crowd wird die Kundschaft zudem enger in Herstellungsprozesse eingebunden. Kommentare von UserInnen werden zum Zwecke der Marktforschung eingesetzt, inzwischen geht die Entwicklung bis hin zur Finanzierung alternativer Geschäftsideen durch Crowdfunding.

Konsumieren ist eine komplexe Form des Handelns. Es gibt Sicherheit, bietet Orientierung, schafft soziale Kontakte, stiftet Identität und ist eine „Kulturtechnik wie Lesen“. „Die Wahl der richtigen Pfeffermühle ist genauso ein Ausweis von Geschmack und Urteilskraft wie die Entscheidung für ein bestimmtes Buch“, meint der bayrische Kulturwissenschaftler Wolfgang Ullrich.

Die bunte Vielfalt an Waren belastet aber auch: „Konsumdruck kann eine Quelle für Burn-out sein und fördert die soziale Spaltung.“ Stress und Zeitdruck reduzieren rationale Entscheidungen und machen Marken als Leitwährung und Werbung als „Kaufhilfe“ wichtiger. „80 Prozent der Kaufentscheidungen sind emotional“, meint der Neuroökonom Martin Lindmann. Je mehr Wahlmöglichkeiten, desto schwieriger wird es, vernünftig zu entscheiden, weil das Aufnahmevermögen von Informationen stark beschränkt ist (die „magische“ Sieben). In diesem Sinn gab der britische Verbraucherschutzrat einem Bericht den Titel: „Warning: too much information can harm!“.

Politik mit dem Einkaufswagen

Der Gegenteilstrend zu einer immer komplexer werdenden Konsumwelt ist der Trend zum Selbermachen, zu „Do it yourself“-Plattformen wie Pinterest bis hin zum Konsumverzicht der MülltaucherInnen.

Wem Konsumverzicht zu radikal ist, schließt sich eventuell einem Kaufboykott an. Als erfolgreiches Beispiel dafür gelten die Proteste gegen den Ölkonzern Shell Mitte der 1990er-Jahre. „Konsumerismus“ heißt, durch aktives Kaufverhalten Unternehmen zu nachhaltigen Veränderungen zu motivieren. Lassen sich so die Arbeitsbedingungen im globalen Süden verbessern? Das „Ja“ liegt etwa der Clean-Clothes-Kampagne für

Näherinnen in Bangladesch zugrunde – allerdings erst nach dem Einsturz des **Rana Plaza** mit über 1.100 Toten. „Aber“ muss man wohl ergänzen, wenn man sich das Beispiel Waschnüsse vor Augen führt, die als ökologisches Waschpulver gelten. Der große Haken daran: Die stark gestiegene internationale Nachfrage führte dazu, dass indische Wäscherinnen diese nicht mehr bezahlen können und als Alternative auf billigere, schädlichere Waschmittel zurückgreifen.

So begrüßenswert es ist, wenn Unternehmen soziale Verantwortung (Corporate Social Responsibility) übernehmen und KundInnen bereit sind, für mehr zu bezahlen – Kontrolle und internationale politische Regulierung kann es nicht ersetzen.

Gläserne KonsumentInnen

Konsumententscheidungen werden immer komplexer und mit ihr wachsen die Anforderungen an den KonsumentInnenenschutz. Diese Entwicklung beschleunigt die Digitalisierung der Konsumwelt. Längst geht es nicht nur um Betrugspotenziale beim Online-Kauf, Haftungsfragen bei Plattformen wie Airbnb, Helpling oder Uber, sondern um die Gefahr des „gläsernen Konsumenten“.

Datenschutz-Fragen sind die Menschenrechtsfragen des 21. Jahrhunderts: Die Verbraucherschutz-Aspekte von Big Data, Internet der Dinge oder Wearables (tragbare Datenverbindungen) müssen erst grundlegend abgesteckt werden. Mit jedem Online-Besuch weiß der Computer-Algorithmus mehr von uns, schlägt uns passende Bücher und profilgerechte Werbung vor. Das braucht staatliche Mindestregelungen und Bildung. Seitens der Sozialdemokratie und der Arbeiterkammer gab es immer wieder die Forderung nach einem Unterrichtsfach KonsumentInnenenschutz, verbunden mit der unlängst angekündigten „digitalen Kompetenz“ bildet das eine starke Basis für selbstbewussten Konsum.

Schreiben Sie Ihre Meinung an die Autorin
beatrix@beneder.info
 oder die Redaktion
aw@oegb.at

Anfangs waren es geradezu paradiesische Zeiten. Übers Internet konnte man Produkte in anderen Ländern bestellen, wo sie billiger oder überhaupt erhältlich waren. Es entstanden Plattformen, auf denen man günstige Urlaube buchen konnte. Auf anderen Seiten konnte man die Erfahrungen anderer KonsumentInnen nachlesen und sich so eine Meinung über das Produkt oder die Dienstleistung bilden, die man ins Auge gefasst hatte. Probleme wurden auf einmal transparent – und es schien, als würden KonsumentInnen an Macht gegenüber Konzernen zurückgewinnen.

Diese schier grenzenlosen Möglichkeiten sollten jedoch nicht von Dauer sein. Das Netzwerk der Europäischen Verbraucherzentren (ECC-Net) hielt Ende Dezember 2016 fest: Rechtswidrige Geschäftspraktiken wie Geoblocking behindern die KonsumentInnen in der EU.

Wer blockiert VerbraucherInnen?

38 % der VerkäuferInnen von Gebrauchs- und Freizeitgütern

68 % der Anbieter von Online-Inhalten

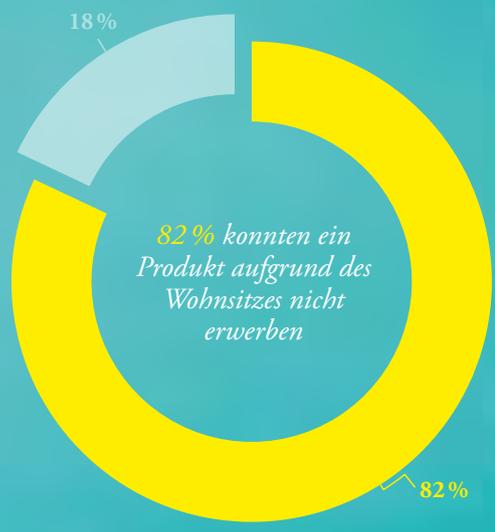
Wie blockieren sie?

5 % verhindern Zugang zur Website

10 % Re-Routing, um KundInnen auf Websites in Herkunftsländern umzuleiten

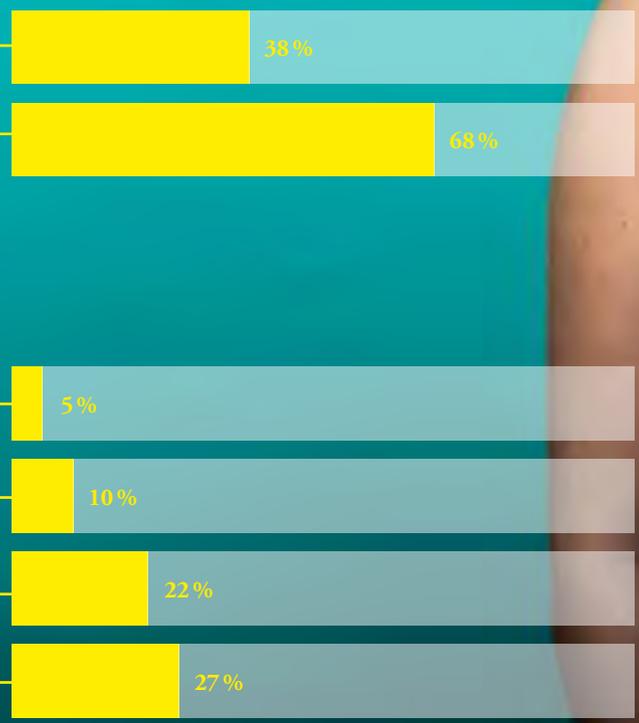
22 % akzeptieren keine Zahlungen aus dem Ausland

27 % verweigern die Lieferung ins Ausland



Die EU-Kommission wiederum hat Online-HändlerInnen befragt, ob und welche Methoden sie verwenden, um KonsumentInnen aus dem Ausland den Zugang zu ihren Angeboten zu erschweren.

Das Ergebnis: Geoblocking ist in der EU alltäglich.



Airbnb

€ 30.000.000
Unternehmenswert
(laut „Wall Street Journal“)

2016
Erste Gewinne*

34.000
Städte mit Angeboten*

60.000.000
Gäste im Jahr 2016*

Im Netz gibt es Beispiele für Plattformen, auf denen tatsächlich geteilt wird, ohne dass es eine direkte finanzielle Kompensation gibt. Eines davon ist Wikipedia. So manche Plattform, die so entstanden ist, verfolgt inzwischen beinhardt Profitinteressen.

Uber

€ 68.000.000
Unternehmenswert
(laut „Wall Street Journal“)

€ 2,2 Mrd.
Verluste im Jahr 2016
(laut „Cnet“)

524
Städte mit Uber im Jahr 2017
(200 Städte im Jahr 2014)*

Foodora**

400
Fahrradkuriere in Wien

€ 4
Honorar pro Stunde plus € 2 pro Lieferung erhalten sie als freie MitarbeiterInnen

Kein Equipment
Fahrräder, Kommunikationsmittel, Reparaturleistungen werden nicht bereitgestellt

54
MitarbeiterInnen hat Foodora Österreich

* eigene Angaben
** laut Standard

Sharing? Oder doch Dividing?

In der „Sharing Economy“ wird angeblich vieles geteilt. Die Aufteilung von Verantwortung, sozialen Folgen und Profiten erscheint jedoch eher einseitig.

Michael Heiling und Simon Schumich
Abteilung Betriebswirtschaft der AK Wien

Was hat der Personenbeförderungsdienst Uber mit der Vermietungsplattform Airbnb und den pinken Zustellboten von Foodora gemeinsam? Alle drei Unternehmen werden – teils selbst gewählt, teils zugeschrieben – in der sogenannten „Sharing Economy“ verortet. Ihnen ist gemeinsam, dass sie eigentlich nichts teilen.

Profitorientierung

Vielmehr handelt es sich um Unternehmen, die digitale Plattformen für Online-NutzerInnen anbieten, auf der oftmals selbstständige AnbieterInnen wie WohnungseigentümerInnen, Mietwagenunternehmen oder BotInnen mit AbnehmerInnen/Konsumierenden zusammen-

gebracht werden. Sie sind nur drei Beispiele für Plattformen, auf denen Ressourcen und Dienstleistungen an den Mann und die Frau gebracht werden, und zwar schnell und unkompliziert. Das soll den Konsum kostengünstiger, ressourcenschonender und nachhaltiger machen. Neben gemeinwirtschaftlich orientierten Modellen entstehen so auch sehr viele profitorientierte „Sharing-Economy“-Plattformen, bei denen wenig „geteilt“ wird.

Neu ist das Konzept der „Sharing Economy“ grundsätzlich nicht: Maschinenringe, Mitfahrzentralen, schwarze Bretter oder gemeinsame Landwirtschaftsprojekte gab es bereits vor der Digitalisierung. Und auch im Netz gibt es Beispiele für Plattformen, auf denen tatsächlich geteilt wird: Auf Wikipedia teilen inzwischen schon Abermillionen von Menschen ihr Wissen mit der ganzen Welt, ohne dafür eine direkte finanzielle Kompensation zu erwarten. Die

ursprüngliche Idee der Plattform Couchsurfing bot die Möglichkeit, Reisenden eine Übernachtungsmöglichkeit entgeltfrei zur Verfügung zu stellen, um auch selbst in den Genuss einer fremden Couch zu kommen, wenn man sich gerade auf Reisen befand. Gezahlt wurde ursprünglich nicht – mittlerweile hat sich die Plattform aber dazu entschlossen, Nutzungsgebühren zu verrechnen.

Bündelung fremder Ressourcen

Plattformen, auf denen Güter und Dienstleistungen gegen entsprechendes Entgelt zu haben sind, wie etwa Airbnb, Uber, Foodora, Deliveroo, CheckRobin, Helping, MyHammer, Clickworker etc., teilen offensichtlich nicht, und schon gar nicht aus Freigebigkeit. Vielmehr bündeln sie fremde Ressourcen und setzen diese profitorientiert ein. Daher wird auch der Begriff der „Sharing Economy“ kriti-

siert. Begriffe wie „Gig-Economy“ (genannt wie der einzelne, kurzfristige Auftritt im Showbusiness, genannt „Gig“), „Plattformökonomie“ und „Sharewashing“ (in Anlehnung an „Greenwashing“) könnten das Phänomen klarer umreißen. Unabhängig davon stellt sich die Frage, ob diese Unternehmen die Ressourcen von Arbeitenden/Dienstleistenden und alte Ordnungen auf Märkten schlagartig neu aufteilen.

Disruptive Verdrängungen

Airbnb ist die weltweit führende Web-Plattform im Online-Vermietungsmarkt und ein „Unicorn“. Dies ist kein Fabelwesen, sondern ein Unternehmen, das es nach relativ kurzer Zeit schafft, einen Unternehmenswert von mehr als einer Milliarde Dollar zu haben. Airbnb wurde 2008 in San Francisco gegründet und weist bis dato eine erstaunliche Wachstumsgeschichte auf. Die ursprüngliche Idee von Brian Chesky und Joe Gebbia war es, im Rahmen einer Design-Konferenz im Jahr 2007 eine kurzfristige Unterkunft anzubieten. Zu dieser Zeit konnten sich die beiden Zimmer-Buddies die Miete in ihrer Wohnung nicht leisten und offerierten drei Personen eine Luftmatratze und ein Frühstück in ihrem Wohnzimmer.

Das ist die Gründungslegende. Wenige Jahre später wurde Airbnb mit dem Kauf des britischen Portals Crashpadder zum globalen Marktführer der Online-Vermietungsvermittlung. Während im Sommer 2010 rund siebenundvierzigtausend Menschen über Airbnb übernachteten, kletterte die Gästeanzahl im Sommer 2015 laut eigenen Angaben weltweit auf fast 17 Millionen Gäste. Neben der Vermittlung von Privatpersonen bietet die Plattform nun auch Angebote für Geschäftsreisende und Unternehmen an. Der geschätzte Unternehmenswert von Airbnb betrug im Februar 2015 bereits 20 Milliarden US-Dollar. Zum Vergleich: Hilton hatte zu diesem Zeitraum einen Marktwert von 27,8 Milliarden Dollar, bei Marriott waren es etwa 23 Milliarden Dollar.

Da Airbnb als Plattform auf die Ressourcen des Wohnungsmarktes und der privaten AnbieterInnen zurückgreift, hat die FH Potsdam im Hinblick auf die Situation in Berlin eine umfas-

sende Datenwebsite mit dem Namen „AIRBNB vs. BERLIN“ veröffentlicht. Die Datenauswertung zeigt, dass „Sharing Economy“-Portale einige Berliner Kieze (z. B. Neuköllner Reuterkiez, Kreuzberger Graefekiez) verändert haben und somit zur Verknappung von bezahlbarem Wohnraum beitragen. Mit dem kolportierten ursprünglichen Gedanken der Plattform, dem Teilen von nicht genutztem Wohnraum mit BesucherInnen, hat das oft nicht mehr viel zu tun. Im Schnitt stellte ein/e Airbnb-NutzerIn 1,3 Inserate online und zehn Prozent der Airbnb-VermieterInnen in Berlin haben mehr als ein Zimmer bzw. eine Wohnung angeboten. Die Top-10-VermieterInnen bieten im Schnitt sogar 28 Wohnungen an. Das waren mehr Angebote pro NutzerIn als etwa in New York. So kann daraus geschlossen werden, dass die Plattform durchaus von Personen betrieben wird, die Gewinnabsichten anstreben, und dass in den gefragten Wohnvierteln auch die Mietpreise stark steigen.

Soziale Folgen?

Die Frage, wie es den Beschäftigten dieser Plattformen geht, ist oftmals schwer oder gar nicht zu beantworten – viele Plattformunternehmen fallen durch auffällig geringe Beschäftigtenzahlen auf. Ein Blick ins Firmenbuch verrät, dass Uber Österreich lediglich drei Angestellte hat, Airbnb existiert handelsrechtlich in Österreich überhaupt nicht. Wer in Wien ein Zimmer oder in Innsbruck eine Wohnung über Airbnb vermietet, geht zunächst lediglich eine Vertragsbeziehung mit Airbnb Irland ein. Foodora hat deutlich mehr Beschäftigte, nämlich 54. Wirft man einen Blick auf die Straßen und Radwege Wiens, so wirkt auch diese Zahl sehr klein.

Es ist dem Geschäftsmodell der Plattform **immanent**, dass es nur wenige Beschäftigte gibt, da ja Arbeitsleistungen oder Dienstleistungen nur kurzzeitig „on demand“ oder als „Gig“ geleistet und abgerufen werden. Bei den RadbotInnen werden Löhne von etwa 9 Euro die Stunde kolportiert. Die Plattform Helpling bot zuletzt Reinigungsdienstleistungen für 12,90 Euro pro Stunde inklusive aller Nebenkosten und Vermittlungsgebühr an.

Stichwort Helpling: Aus Österreich hat sich die Reinigungsplattform, deren Mutterunternehmen genau wie jenes von Foodora in Luxemburg sitzt, zurückgezogen. Der Rocket-Internet-Konzern in Berlin, der an Helpling und Foodora beteiligt war, vermeldet zurzeit Verluste. Und auch Uber schreibt der Agentur Bloomberg zufolge keine schwarzen Zahlen, expandiert aber weiter und macht nun auch in Österreich Foodora mit dem eigenen Speisenzustellungsdienst UberEATS Konkurrenz. Ob sich das „Geschäftsmodell Plattform“ für die EigentümerInnen als nachhaltig erweist, ist trotz astronomischer Marktbewertungen also noch offen. Für jene, die Arbeit leisten, bedeutet dieses Modell wohl auch Einkommensunsicherheit und eine Privatisierung von sozialen Risiken.

„Sharing“ braucht auch „Caring“

Die KonsumentInnenperspektive darf auch in der digitalen Plattformökonomie nicht losgelöst von fairen Marktbedingungen und fairen Arbeitsbedingungen gesehen werden. Obwohl die technischen Möglichkeiten alle Nutzungen offen lassen, geht es heute bei vielen prominenten Plattformen nicht um wirkliches „Sharing“, sondern vielmehr um den Versuch einer Neuaufteilung von Märkten und sozialen Folgekosten.

AIRBNB vs. BERLIN: Was sagen die Daten?
www.airbnbvsberlin.de

Schreiben Sie Ihre Meinung an die Autoren
simon.schumich@akwien.at
michael.heiling@akwien.at

oder die Redaktion
aw@oegb.at

BUCHTIPP

Simon Schumich:
**Sharing Economy:
Die Ökonomie des
Teilens aus Sicht der
ArbeitnehmerInnen**
ÖGB Verlag, 2016, € 29,90
ISBN: 978-3-99046-248-5



Bestellung:
www.arbeit-recht-soziales.at

Modern Banking

Privatisierungen, Krisen, Globalisierung und Digitalisierung haben auch hierzulande dramatische Veränderungen im Bankensektor bewirkt.

Astrid Fadler
Freie Journalistin

Anfang des Jahres meldete die **Sparda** Bank Hannover, dass in den meisten Filialen Einzahlungen mit Münzen nicht mehr möglich seien. Obwohl bisher ohnehin nur rund ein Prozent der Bareinzahlungen in Münzen erfolgte, ist diese Einschränkung ein weiteres deutliches Signal dafür, wie Banken ihre Dienstleistungen einschränken und bargeldloses Zahlen forcieren wollen.

Auch in Österreich sind Kundinnen mit ähnlichen Neuerungen konfrontiert: Zusatzkosten für Transaktionen am Schalter oder für Leistungen wie die händische Nachbearbeitung „schlecht lesbarer“ Überweisungen am Selbstbedienungsterminal und Ähnliches.

Große Umbrüche

Seit den 1990er-Jahren hat sich das österreichische Bankenwesen dramatisch verändert. Mehrere einst führende Banken wie die Länderbank, die Zentralsparkasse oder die Creditanstalt sind verschwunden bzw. haben sich zusammengeschlossen und wurden privatisiert. Die aus solchen Fusionen im Jahr 1991 entstandene Bank Austria etwa ist seit 2005 im Mehrheitsbesitz der UniCredit. Mittlerweile ist diese italienische Mutter deutlich angeschlagen. 2015 wurde bekannt, dass die Bank Austria ihr Personal (insgesamt 6.700 MitarbeiterInnen ohne Tochtergesellschaften) bis 2019 um 19 Prozent reduzieren muss. Filialen werden bzw. wurden bereits geschlossen oder zusammengelegt. Die Auswirkungen für die

KundInnen sind offensichtlich: erstens längere Wege zu den Filialen, was in Zeiten von Online-Banking „nur“ ältere, weniger mobile Menschen belastet. Zweitens noch mehr Automatisierung: Statt vor den Schaltern bilden sich die Warteschlangen jetzt vor den Selbstbedienungsterminals.

Die BAWAG wiederum, seit 2005 fusioniert mit der P.S.K., war im vergangenen Herbst auch deshalb in den Medien, weil sie rund 20.000 KundInnen mit billigen Konten mit Kündigung drohte, wenn diese nicht zu einem teureren Modell wechseln wollten. Beim kleinsten dieser neuen Kontomodelle (4,90 Euro monatlich) ist nur eine Transaktion pro Monat gratis. Jede weitere Automaten-Transaktion, auch Geld abheben, kostet 39 Cent. Damit ist das billigste neue Konto fast doppelt so teuer wie die alten Kontomodelle.

Fast zeitgleich wurde bekannt, dass der BAWAG-Chefetage ein Aktienoptionsprogramm über 189 Millionen Euro als Bonus zugesagt worden war. Erst nach dem Nein der EZB-Bankenaufsicht an die BAWAG-Eigentümer, die US-Fonds Cerberus und Golden Tree, wurden die Boni reduziert. Für Gabriele Zgubic, Leiterin Konsumentenpolitik AK Wien, ist dieses Vorgehen einfach kundInnenfeindlich: „Bis heute zeigte die BAWAG bei den Kontomodellen keinerlei Entgegenkommen.“ Konsumentenschutz-Minister Alois Stöger hat den VKI beauftragt, eine Verbandsklage einzubringen. Die Vorgangsweise der BAWAG sei klar gesetzeswidrig; aufgrund des Transparenzgebotes im Konsumentenschutzgesetz hätte die BAWAG im Änderungsangebot anführen müssen, welche konkreten Ent-

gelte und Leistungen sich in welchem Umfang ändern sollen. Tatsächlich wurde im Schreiben sogar der Eindruck erweckt, die VerbraucherInnen würden sich durch den Umstieg etwas ersparen.

Bankomaten-Schnitzeljagd

Ein Thema, das so gut wie alle betrifft, sind die Bankomatgebühren: In Österreich gibt es rund 8.800 Bankomaten, die meisten davon werden von den Banken selbst betrieben bzw. von der zu den Banken gehörenden Payment Services Austria (PSA) betreut. Die Kreditinstitute zahlen im Zwischenbankverkehr für Abhebungen Beträge, die den BankkundInnen nicht bekannt sind – aus der Branche ist zu hören, dass pro Transaktion rund 45 Cent anfallen. Zudem gibt es Drittanbieter, die ebenfalls in der Bargeldversorgung tätig sind, wie beispielsweise First Data. Deren Entgelte trägt üblicherweise die Hausbank. Der oder die KontoinhaberIn zahlt die Behebung über das Girokonto – entweder als Zeilengebühr oder pauschal über die Kontoführungsgebühr.

Im vergangenen Juli hat der US-Anbieter Euronet eine Bankomatgebühr in Höhe von 1,95 Euro für seine rund 96 Geräte eingeführt, die direkt an die EndkundInnen verrechnet werden. Das sorgte damals für große Aufregung und für die AK ist das alles andere als ein Sturm im Wasserglas. „In Zukunft werden Drittanbieter häufiger mitmischen und versuchen, die Kosten von Bankomat-Abhebungen direkt an die Kunden weiter zu verrechnen“, so Zgubic. „Die BAWAG etwa hat ihre Geschäftsbedingungen schon Ende 2015 entsprechend geän-



Banken haben in den vergangenen Jahren massiv Personal abgebaut und Filialen geschlossen. Außerdem werden immer mehr Dienstleistungen an die KundInnen selbst outgesourct. Die Suche nach einem Bankomaten kann mittlerweile geradezu zu einer Schnitzeljagd werden. Zugleich wird über Bankomatgebühren diskutiert.

© ÖGB-Verlag/Michael Mazohl

dert. Wir unterstützen den Vorschlag von Minister Stöger, Bankomatgebühren per Gesetz zu verbieten.“ Anders sieht dies im Übrigen Finanzminister Hans Jörg Schelling, ihm reicht eine Kennzeichnungspflicht. „Aber was nützen diese Informationen und die Wahlfreiheit, wenn irgendwann fast alle Bankomaten kostenpflichtig sind?“, fragt Zgubic.

Für die AK ist klar, dass KundInnen für Bankomat-Abhebungen ohnehin mit ihren Konten- oder Zeilengebühren bezahlen. „Es geht um das Vertrauen der BankkundInnen – ein Girokontovertrag ist eine Basisdienstleistung, die auch beinhaltet, dass sich KonsumentInnen ihr eigenes Geld abholen können – sie zahlen dafür vereinbarte Kontoführungsentgelte. Zusatzkosten einfach in Rechnung zu stellen ist aus mehreren Gründen nicht angemessen. Die Menschen sollen immer mehr Bankgeschäfte selbst erledigen, andererseits kassieren die Banken im Zahlungsverkehr kräftig ab.“

Basiskonto für alle

Immerhin trat im vergangenen September das sogenannte Verbraucherzahlungskontogesetz (VZKG) in Kraft, mit dem die EU-Richtlinie zu Zahlungskonten umgesetzt wurde: Banken müssen neue KundInnen jetzt besser informieren. Gebühren, die für ein Konto anfallen, sollen transparenter und die Entscheidung für das bestmögliche Angebot einfacher werden. Außerdem wurde das Recht auf ein Basiskonto festgeschrieben, womit etwa stark Verschuldeten, AsylwerberInnen oder Obdachlosen der (Wieder-)Einstieg ins Berufsleben erleichtert werden soll. Als

weiteren Schritt in Richtung europäischer Binnenmarkt regelt das VZKG außerdem den einfacheren Kontowechsel über Landesgrenzen hinweg.

Im Jahr 2014 wurden im Auftrag der AK Wien 1.035 Personen zum Thema „Welche Bank wünschen sich KonsumentInnen?“ befragt. Trotz mehrheitlicher Gesamtzufriedenheit wurden doch einige auffallende Unterschiede zwischen Wunsch und Wirklichkeit deutlich, etwa beim Thema Kredite. Hier gibt es in allen Punkten (z. B. Risikoaufklärung und Kostentransparenz) noch

erheblichen Verbesserungsbedarf. Der Wunsch der BankkundInnen nach einfachen, transparenten Kreditprodukten wird also noch unzureichend erfüllt.

Weitere Tipps und Infos:
tinyurl.com/jlmvz35
www.ak-bankenrechner.at

Schreiben Sie Ihre Meinung an die Autorin
afadler@aon.at
oder die Redaktion
aw@oegb.at

Tipps von ExpertInnen

» Wer bereits in die Bankomatgebühren-Falle getappt ist, sollte von seiner Hausbank die Refundierung der Gebühr fordern. Ein Musterformular finden KonsumentInnen auf der AK Homepage unter wien.arbeiterkammer.at.

» Die Kostenunterschiede für Gehaltskonten sind teilweise enorm. Prüfen Sie Ihre Gewohnheiten und vergleichen Sie die Kontopreise. Behalten Sie immer die Gesamtkosten für alle möglichen Zahlungsverkehrstransaktionen im Auge. Denn die Kontoführungsgebühr ist nur ein Preiselement.

» Pauschal ist nicht gleich pauschal: Prüfen Sie, ob tatsächlich alle oder nur ganz bestimmte Buchungen kostenlos sind.

» Schon seit 1. November 2009 verbietet das Zahlungsdienstegesetz

(ZDG) die Verrechnung von Strafgeldern für bestimmte Zahlweisen. Mittlerweile gibt es auch gleichlautende Urteile des OGH. Die Geldinstitute ignorierten hier zum Teil jahrelang das Gesetz. Auch bei Rückbuchungen von Überweisungen verrechnen Banken immer wieder hohe Spesen, wie einige Fälle aus der AK-KonsumentInnenberatung zeigen. Und das, obwohl Rückbuchungen gemäß Zahlungsdienstegesetz selbst nichts kosten dürfen. Nur für die Mitteilung der Nichtdurchführung darf ein kostenbasiertes Entgelt verlangt werden. Den Begriff Stornospesen kennt das ZDG überhaupt nicht.

» In vielen Fällen gibt es Verhandlungsspielraum bei den Zinsen für Überziehung und Guthaben. Reden Sie mit Ihrem/Ihrer BankberaterIn.

Ist Kaufen smarter?

Produkte haben heute oft ein rasches Ablaufdatum. Dabei ist Reparieren meist nicht nur smarter, sondern jedenfalls besser für die Umwelt.

Nina Tröger

*Konsumforscherin der Abteilung
für Konsumentenpolitik der AK Wien*

Amir ist deprimiert, er muss mit der Hand abwaschen, denn der Geschirrspüler hat gerade seinen Geist aufgegeben, dabei ist der erst vier Jahre alt. Auch sein elektrischer Rasierapparat wird demnächst hinüber sein, die Steckmodule sitzen schon recht locker und der Motor gibt bedenkliche Geräusche von sich – es wird wohl bald ein Neukauf nötig sein.

Reparieren kommt Amir nicht wirklich in den Sinn, das Gerät war ein No-Name-Produkt und billig. Den Geschirrspüler könnte man eventuell reparieren lassen, aber was wird das wohl kosten? Seine Frau Ella möchte ein neues Handy – ihr Smartphone ist zwar mit knapp 1,5 Jahren noch nicht sehr alt und sie ist recht zufrieden damit. Aber bald kommt ja ein neues Handy der gleichen Marke heraus, das schneller ist – hat sie neulich in der Werbung gesehen. Außerdem hat ihr Mobilfunkanbieter jetzt einen Vertrag dazu im Angebot. Zusätzlich wird das Betriebssystem auf dem jetzigen Handy schon seit geraumer Zeit nicht mehr aktualisiert – wer weiß, welche Apps bald nicht mehr funktionieren?

Umgang mit materiellen Gütern

Solche Situationen kennt sicher jede/r aus dem eigenen Alltagsleben – ständig stehen wir bewusst oder unbewusst vor Entscheidungen, wie wir mit unseren materiellen Gütern umgehen sollen. Auf

der einen Seite werden Produkte früher kaputt, als wir es uns eigentlich wünschen – dies betrifft oft Gebrauchsgüter im Haushalt wie Waschmaschine, Staubsauger etc. Hier ärgern wir uns besonders, da der Gebrauchsnutzen im Vordergrund steht: Die Geräte müssen funktionieren.

Bei anderen Produkten wie dem Smartphone, der Kleidung oder dem Auto ist auch der Zusatznutzen relevant: Das Produkt muss modisch sein und zu meinem Stil und meiner Identität passen. Solche Dinge werden daher sehr oft weggegeben, obwohl sie noch funktionieren – jedes Dritte laut einer englischen Studie aus dem Jahr 2004.

Rasante Entwicklungen

Bei elektronischen Geräten kommt hinzu, dass die technologischen Entwicklungen rasant sind, sodass Produkte nach immer kürzerer Zeit veralten. Die Entwicklung beim Fernseher beispielsweise verlief innerhalb weniger Jahre von Röhren- über Plasmabildschirme hin zu LCDs und LED-TVs. Damit nicht genug: Auch die Technik von SD über HD und Full HD bis hin zu **UHD** entwickelt sich ständig weiter. Nicht nur ästhetisch wirken Geräte dann schnell veraltet, weil sich das Design geringfügig verändert hat – auch die alten Technologien werden bald nicht mehr unterstützt und spätestens dann muss ein neues Gerät her. Bei der Software sind diese Spannen extrem kurz, sie wird meist nur für die aktuelle am Markt erhältliche Hardware aktualisiert. Dadurch werden Kon-

sumentInnen gezwungen, sich neue Geräte anzuschaffen: z. B. beim Notebook würden viele Programme sonst nicht mehr laufen oder ein Sicherheitsrisiko bergen.

Finanziell Schwache im Nachteil

All diese recht unterschiedlichen Phänomene werden unter dem Begriff der „geplanten Obsoleszenz“ verhandelt. Zum einen ist es ein großes Problem, dass Geräte immer kürzere Lebensspannen haben – wie auch das deutsche Umweltbundesamt in einer Studie festgestellt hat. Finanziell schwache Haushalte werden verstärkt belastet, vor allem wenn Billiggeräte gekauft werden (müssen), die tendenziell kürzer halten als Markenprodukte (obwohl Preis und Marke heute kaum mehr ein Indikator für Qualität sind). Weiters können viele dieser Produkte mittlerweile nicht mehr repariert werden.

Hersteller argumentieren meist mit dem Design-Aspekt – verklebte Geräte sind schmaler als verschraubte – oder der Einsatz von speziellem Werkzeug soll KonsumentInnen davor „schützen“, selbst Schaden am Gerät anzurichten. Beides kann jedoch nur als Affront gegen konsumentInnenfreundliche Nutzungsweisen ausgelegt werden. Zudem sind Reparaturen meist recht teuer und zahlen sich selten aus, denn gleichzeitig gibt es oft schon ein ähnliches neues Produkt, das besser und vielleicht billiger als eine Reparatur ist.

Recht erfolgreiche Initiativen wehren sich jedoch gegen die Entwicklungen: iFixit ist z. B. eine mittlerweile

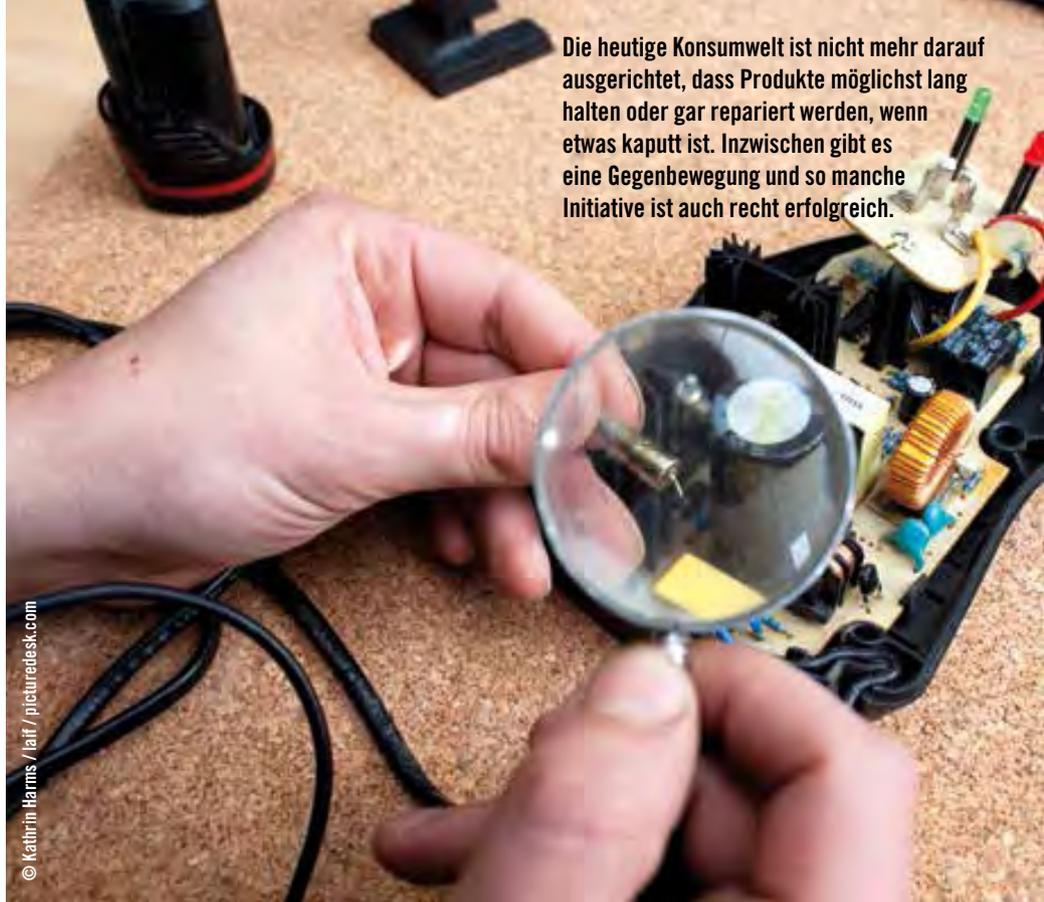
weltweite Gemeinschaft aus professionellen wie ehrenamtlichen HelferInnen, die Anleitungen von vielen elektronischen **Gadgets** zur Selbstreparatur ins Netz stellen. Repaircafés sind oftmals privat oder gemeinschaftlich organisierte Treffen, bei denen jede/r KonsumentIn mit defekten Geräten vorbeikommen kann. Ehrenamtliche Fachkräfte bieten Hilfe bei der Selbsthilfe und unterstützen die KonsumentInnen bei der Reparatur. Dies kann als Form des Empowerments gesehen werden und zeigt ein gesellschaftliches Bedürfnis nach langlebigen und reparierfähigen Produkten.

Ein kritischer Blick muss auf vermeintlich neue, vor allem smarte Innovationen geworfen werden. Bei den großen Elektronikmessen werden viele dieser Geräte vorgestellt, insbesondere Haushaltsgeräte werden „intelligent“: z. B. Kühlschränke mit integriertem Tablet und Innenkamera, wodurch man von unterwegs in den Kühlschrank sehen kann und weiß, was drin ist.

Risiken

Kritisch hinterfragt werden sollte, ob diese Geräte einen echten Mehrwert haben und den Alltag erleichtern. Unter Umständen machen sie den Alltag nämlich noch komplexer, von der großen Datenschutzfrage ganz abgesehen. Weiters bergen gerade solche Geräte durch den Einsatz neuer Technologien das Risiko, dass die Produkte noch schneller veralten als bisher, vor allem auch wegen der wartungsintensiven Software.

Schon jetzt zeigen Studien wie beispielsweise vom deutschen Umweltbundesamt, dass die Nutzungsdauer bei vielen Produkten wie Fernseher oder Kühlschränke in den letzten Jahrzehnten zurückgegangen ist. Mit smarten Geräten könnte sich diese noch um ein Vielfaches verkürzen – so wurden etwa laut AK-Studie gewöhnliche Tastenhandys im Schnitt 3,7 Jahre genutzt, während Smartphones nur 1,8 Jahre verwendet werden. Diese Konsumrealitäten und Trends belasten Umwelt, Haushaltsbudgets und auch die Gesellschaft. Bei Modeprodukten ist es oft wichtig, das neueste Ding zu besitzen, um nicht ex-



© Kathrin Harms / laif / picturedesk.com

Die heutige Konsumwelt ist nicht mehr darauf ausgerichtet, dass Produkte möglichst lang halten oder gar repariert werden, wenn etwas kaputt ist. Inzwischen gibt es eine Gegenbewegung und so manche Initiative ist auch recht erfolgreich.

kludiert zu werden. Vor allem junge Menschen, die auf der Suche nach ihrer Identität sind, sind diesem Risiko besonders ausgesetzt. Diese Entwicklungen können damit auch die soziale Ungleichheit verstärken.

Gefordert sind zum einen Hersteller: Sie müssen langlebige und reparierfähige Produkte konstruieren – und sollen mitbedenken, dass smart nicht immer smart ist. Ein EU-Ziel ist es etwa, Energiefresser zu reduzieren. Die **Ökodesign-Richtlinie** auf EU-Ebene geht in die richtige Richtung, vor allem, wenn diese jetzt im Rahmen des Kreislaufwirtschaftspakets neu unter die Lupe genommen wird. In diesem Rahmen wird auch die Verlängerung von **Gewährleistungsfrist** und Beweislastumkehr angestrebt – eine langjährige Forderung der AK.

Reparaturen attraktiver machen

Einen anderen Vorstoß wagte Schweden: Anfang 2017 wurde der Mehrwertsteuersatz auf Reparaturen halbiert. Gleichzeitig werden mittels einer „Chemiesteuer“ Haushaltsgeräte höher besteuert. Es ist ein interessanter Ansatz, jedoch muss noch an vielen anderen Schrauben gedreht werden. Reparieren muss (design-)technisch möglich und für KonsumentInnen zugleich ökonomisch reizvoll werden. Zudem müssen Produkte so gestaltet sein, dass sie langfristig attraktiv sind und nicht aus der Mode geraten.

misches reizvoll werden. Zudem müssen Produkte so gestaltet sein, dass sie langfristig attraktiv sind und nicht aus der Mode geraten.

Ausgrenzungsfahr

Auf einer gesellschaftlichen Ebene muss über Werte verhandelt werden: Was sagt es über eine Gesellschaft aus, bei dem der Besitz bestimmter Güter über soziale Zugehörigkeit entscheidet? Einen nicht zu unterschätzenden Anteil an Verantwortung trägt die Werbung. Werbung, die darauf abzielt, Produkte immer frühzeitiger auszutauschen, weil sonst die Gefahr der Exklusion droht, sollte eingeschränkt werden. Zugleich bräuchte es eine Regulierung, die sinnlose und umweltschädliche Produkte überhaupt nicht auf dem Markt zulässt. Wer muss wirklich das Wasser in der Dusche per Handy-App steuern oder benötigt eine smarte Bürste, die den Druck analysiert? Politisch müssten hier Grenzen gesetzt werden.

Schreiben Sie Ihre Meinung
an die Autorin
nina.troeger@akwien.at
oder die Redaktion
aw@oegb.at

Üble Tricks auf gesättigten Märkten

Arbeit&Wirtschaft: Sie werfen Elektrokonzernen vor, die Lebensdauer elektrischer Geräte absichtlich zu verkürzen. Sind wir Konsumentrottel, weil wir darauf reinfallen?

Sepp Eisenriegler: Der Titel des Buches soll nicht als Publikumsbeschimpfung verstanden werden. Es geht eher darum, welche Rolle Konsumentinnen und Konsumenten in diesem kapitalistischen System spielen. Eine wesentliche Rolle spielt die Werbung. Wir sind 5.000 Werbebotschaften pro Tag ausgesetzt. Sie versprechen Dinge auf emotionaler Ebene, die die Produkte niemals einhalten. Früher hat man Waschmaschinen für 30 Jahre gekauft, heute kauft man eine Waschmaschine für drei bis fünf Jahre. Das heißt: Die Lebensdauer ist um 90 Prozent reduziert worden. Das wird toleriert, weil es offensichtlich ganz normal ist. Die Werbung bestärkt uns darin mit Slogans wie „Geiz ist geil“, „Ich bin doch nicht blöd“ oder „Hau weg den Dreck“.

Werbung gab es früher auch schon ...

In den 1950er-Jahren hat man die Nachfrage nicht besonders befeuern müssen, man hat sich nur von der Konkurrenz unterscheiden wollen. Man hat damals noch informiert, meistens sogar richtig mit ein wenig Augenzwinkern. Aber damals wurden noch Produkte verkauft, die die Leute wirklich gebraucht haben und aus diesem Grund haben wollten. Heute werden Produkte auf den Markt gebracht, die mit einem enormen Marketingaufwand verkauft werden.

Ich bin nicht prinzipiell gegen Kapitalismus, aber er ist mittlerweile obsolet geworden. Auf gesättigten Märkten ist man nur mit schlimmsten Tricks

dazu in der Lage, wachsende Umsätze zu erzielen.

Die Geräte sind dafür deutlich billiger geworden ...

Das will ich nicht bestreiten. Aber das ist eine Preis-Lüge. Wenn man heute eine Waschmaschine für drei Jahre kauft, dann kostet die 300 Euro. Wenn man eine Waschmaschine für 20 Jahre kauft, dann kostet die 1.000 Euro. Ich kann mir in 20 Jahren also eine Waschmaschine um 1.000 Euro kaufen oder sieben Waschmaschinen um je 300 Euro. Im Endeffekt investieren Sie bei den Billigwaschmaschinen viel mehr.

Das klingt ein wenig so, als wären KonsumentInnen völlig unschuldig an der Wegwerfmentalität?

Nein, sie sind nicht unschuldig. Sie schauen nicht, was dahintersteckt. Auch aus einer gewissen Bequemlichkeit heraus. Auch die Hersteller sind nicht die bösesten in dem Spiel. Ein CEO eines internationalen Herstellers unterschreibt mit seinem Vertrag zugleich, dass er die Umsätze in den nächsten drei Jahren um 15 Prozent steigern muss. Wie soll er das machen in einem gesättigten Markt? Entweder man verkauft Produkte, die niemand braucht, mit enormem Marketingaufwand oder man verkürzt die Produktlebensdauer.

Ein Mitarbeiter eines Elektronikherstellers hat Ihnen versehentlich ein Dokument zugespielt. Darin ist die geplante Lebensdauer von elektrischen Produkten festgesetzt: 1 Jahr pro 100 Euro. Eine Waschmaschine um 300 Euro würde demnach drei Jahre halten. Können Sie das aus Ihrer Praxis bestätigen?

Ja, das können wir. Das gilt nicht für jede Marke und Type, aber für die große Menge der Billigwaschmaschinen trifft das zu. Wir haben aus unserer Praxis heraus die Erfahrung gemacht, dass erst bei ca. 600 Euro die Lebensdauer im Vergleich zum Preis progressiv ansteigt.

Worin unterscheiden sich qualitativ teure Waschmaschinen von günstigen?

Es werden bessere Materialien verwendet, richtig dimensionierte Bauteile – insbesondere Stoßdämpfer und Lager. Die Verarbeitung ist solide und es gibt keinen absichtlichen Einbau von Sollbruchstellen.

Bei Billigwaschmaschinen sind zum Beispiel die Stoßdämpfer typische Sollbruchstellen. Die gesamte Wirkung der Stoßdämpfer beruht auf zwei eingefetteten Schaumstoffstreifen. Nach zwei Jahren ist das Fett weg, nach zweieinhalb Jahren ist der Schaumstoff zerbröselnd und die stoßdämpfende Wirkung ist gleich null. Die Unwucht des Anschluders geht auf das Lager und das Lager gibt innerhalb eines halben Jahres den Geist auf. So kommt man auf die drei Jahre Haltbarkeit.

Fast alle neuen Waschmaschinen haben umweltschonende Öko-Programme. Ein Fortschritt?

Das ist der größte Blödsinn. Nur 16 Prozent der Verbraucher wählen diese Programme an. Wenn Sie das 60-Grad-Eco-Programm wählen, wird Ihre Wäsche durchschnittlich mit 30 Grad gewaschen. Da werden Sie also auch belogen. Um die Wäsche trotzdem wie bei einem 60-Grad-Programm sauber zu bekommen, wäscht die Maschine um ein bis zwei Stunden länger. Weil das so lange dauert, nutzt das

Wenn die günstige Waschmaschine nach drei Jahren den Geist aufgibt oder es keine Ersatzteile für den Staubsauger gibt, dann ist das kein Zufall. Kaum jemand weiß darüber so gut Bescheid wie Sepp Eisenriegler vom Reparatur- und Service-Zentrum in Wien. In seinem Buch „Konsumtrottel“ deckt er die Machenschaften von Konzernen und Handel auf und gibt Tipps für KonsumentInnen. Einige hat er im Interview verraten.

Interview: Irene Steindl | Fotos: Michael Mazohl

A photograph of Sepp Eisenriegler, an older man with grey hair, wearing a dark blue jacket and trousers, sitting on a wooden office chair in a workshop. He is leaning forward with his arms on his knees, looking towards the camera. In the foreground, a washing machine is disassembled, with its internal components like the motor, wiring, and drum visible. The background shows shelves filled with various tools and parts, typical of a repair shop.

Als Sepp Eisenriegler vor 20 Jahren das Reparatur- und Servicezentrum R.U.S.Z in Wien gründete, war er für viele ein sympathischer Spinner. Heute gilt er als Kämpfer und Vorreiter für eine Trendwende in der Gesellschaft. Mehr als 6.000-mal hat sich sein Buch „Konsumtrottel“ in wenigen Monaten verkauft. Die Themen sind nicht neu: eingebaute Sollbruchstellen in Elektrogeräten, manipulierende Werbebotschaften und profithungrige Konzerne. Neu ist nur die Haltung der KonsumentInnen, die sich dagegen wehren und Sepp Eisenriegler in seinem Kampf für „intelligentes Konsumieren“ begleiten.



„Der ideale Konsument ist einer, der sich nicht alles aufschwätzen lässt, der selber denkt und recherchiert, bevor er etwas kauft.“

kaum jemand. Wo ist hier also die Einsparung? Hersteller und Handel haben in den letzten Jahren Millionen von Waschmaschinen mit Eco-Programmen verkauft, mit dem Argument: „Wir können unseren Planeten nur durch energieeffiziente Haushaltsgeräte retten. Und außerdem erspart ihr euch was, weil die neuen Geräte weniger Strom brauchen.“ Die größte europäische Konsumentenschutzorganisation BEUC hat herausgefunden, was man sich durch die sogenannten A+++-Waschmaschinen tatsächlich erspart: weniger als 1,50 Euro pro Jahr. Also nichts.

Ein Buch kann die Welt nicht verändern. Was hoffen Sie damit zu erreichen?

Meine Hoffnung ist, die Leute ein wenig staunen zu machen ob der unseriösen Vorgangsweise von Herstellern und Elektrohändlern. In Wahrheit schafft der Elektrohändler den Herstellern an, wie lange oder wie kurz die Produkte halten sollen, die sie dann verkaufen. Natürlich gibt es viele Hersteller, die das schnelle Geld machen wollen und da mitspielen. Miele und Bosch-Siemens gehören da

nicht dazu. Aber viele andere schon. Wenn Leute diesen Aha-Effekt haben, sind sie bereit für das, was ich auf politischer Ebene mache.

Und zwar?

Ich sitze in einem neu gegründeten europäischen Normungsausschuss, beauftragt von der EU-Kommission, der Standards für materialeffizientes Produzieren von Elektrogeräten erstellt. Das ist eine sehr wichtige Maßnahme. Meine Angst, von den Industrielobbyisten niedergestimmt zu werden, ist scheinbar unbegründet. Einige Industrielobbyisten sagen: „Wir wissen eh, dass es so nicht weitergeht. Wir haben nur darauf gewartet, dass die EU Maßnahmen setzt, die für alle gelten. Alleine hätten wir nicht angefangen.“

Die Gesellschaft ist also bereit für eine Trendwende?

Genau. Den Beweis kann ich antreten. Das ist zwar immer noch ein Minderheitenprogramm, aber vor 15 Jahren bin ich auf meinen Projektkonzepten

wie „Mieten statt Kaufen“ noch sitzen geblieben.

Worauf sollte man beim Einkauf achten? Bleiben wir gleich beim Beispiel Waschmaschine.

Wenn Sie eine langlebige Waschmaschine haben wollen, müssen Sie nach der Verfügbarkeit von Ersatzteilen fragen. Wenn das bei Miele 15 Jahre sind und bei Bosch-Siemens zehn Jahre, dann werde ich wahrscheinlich eher zu solchen Produkten greifen, als wenn keine Ersatzteile zur Verfügung stehen. Bei allen billigen Staubsaugern, die wir getestet haben, ist es nicht mal geplant, Ersatzteile zur Verfügung zu stellen. Es gibt einfach keine. Die sind dafür gebaut, dass sie beim ersten Defekt weggeschmissen werden.

Mit den Reparaturen ist das ja so eine Sache: Oftmals heißt es: „Das zahlt sich nicht mehr aus.“

Das ist die nächste Abzocke. Sie lassen sich auf eine Reparatur ein und dann sagt Ihnen der Servicetechniker: „Das kostet

so und so viel, aber schauen Sie, da haben wir viel bessere neue Angebote.“ Weil er mit den Händlern unter einer Decke steckt. Wer im Großraum Wien etwas reparieren möchte, sucht sich am besten auf reparaturnetzwerk.at den passenden Mitgliedsbetrieb aus.

Es gibt 80 Mitgliedsbetriebe, die alle einem Ehrenkodex verpflichtet sind. Hier ist es gelungen, die wenigen weißen Schafe in ein Netzwerk zu bringen und die Herde an schwarzen Schafen draußen zu lassen.

Der Untertitel Ihres Buches lautet „... wie wir uns wehren“. Was können wir tun?

Sie können zum Beispiel die vielen Reparatur-Initiativen nutzen. In Österreich gibt es über 30 davon. Sie lernen also, selbst zu reparieren. Das ist der Hintergrund eines Reparatur-Cafés: die Ermächtigung von KonsumentInnen, sich diese alte Kulturtechnik des Reparierens wieder anzueignen.

Und wenn Sie mal einen Mixer, Fön oder Toaster aufgeschraubt haben und danach mit einem funktionierenden Gerät wieder weggehen, dann haben Sie zu dem Produkt eine ganz andere Beziehung. Da denken Sie nicht mehr daran, beim kleinsten Fehler das ganze Ding wegzuhauen.

Einerseits kämpfen Sie gegen Lobbyisten der Elektrokonzerne, andererseits gegen ein lange etabliertes Konsumverhalten. Trotzdem blicken Sie optimistisch in die Zukunft?

Ja, aus gutem Grund. Erstens werden die Wutbürger mehr, die sich über solche Machenschaften ärgern. Zweitens werden die Reparatur-Cafés immer mehr. Das ist in Wahrheit eine **Graswurzel-Bewegung**. Da sind mündige KonsumentInnen unterwegs, um Selbsthilfegruppen zu entwickeln.

Warum ich so optimistisch bin, hat den Grund, weil Ordnungspolitik wieder einmal zu funktionieren scheint. Abseits der großen EU-Themen ist das sehr ambitionierte Konzept der Circular Economy gut unterwegs. Wir schaffen in unserem Normungsgremium auf EU-Ebene die Grundlage, dass die

Öko-Design-Richtlinie von einer Energieeffizienz-Richtlinie zu einer echten Öko-Design-Richtlinie erweitert wird. Es werden also Kriterien zur Ressourceneffizienz verankert.

Meinen Sie mit Ressourcen zum Beispiel seltene Erden aus Afrika?

Ja. Wir sind der größte Wirtschaftsraum der Welt, aber wie kein anderer abhängig von Rohstoffimporten. Insbesondere die kritischen Rohstoffe, von denen man weiß, sie gehen in absehbarer Zeit zur



Ein wenig geschmeichelt fühlt sich der Unternehmer und Reparatur-Profi schon durch den Erfolg des Buches. Mehr als das ist er aber Anstoß, weiterzumachen. Nach Österreich ist jetzt die EU dran. Ideen für ein neues Buch sind bereits auf Lager.

Neige, kommen aus politisch instabilen Ländern. Um Versorgungssicherheit zu stärken, wurde die Circular Economy entwickelt.

Wie wirkt diese Circular Economy?

In Schweden hat zum Beispiel die rot-grüne Regierung einen Beschluss gefasst, dass man Reparaturen im Vergleich zu Neukäufen begünstigt.

Die Mehrwertsteuer auf Reparaturen wurde von 25 auf 12 Prozent reduziert. Für die Anfahrt, die Arbeitszeit

und die Vor-Ort-Reparatur werden die halben Kosten refundiert. Interessanterweise hat Bundeskanzler Christian Kern dasselbe für Österreich angekündigt. Das ist ja schon was! Wenn Reparieren billiger wird, dann haben wir eine gute Chance.

Reparaturen haben auch einen arbeitsmarktpolitischen Effekt ...

Natürlich. Das ist auch die Idee der Schweden. Die erwarten sich eine Zunahme an Beschäftigungsmöglichkeiten, insbesondere für Flüchtlinge.

Vielleicht hat deswegen der Bundeskanzler diese Idee aufgegriffen. Warum fördern sie jetzt die Reparatur für Schuhe, Textilien und Fahrräder? Weil es viele Flüchtlinge aus Syrien oder Afghanistan gibt, die das können. Was ist schöner, als so auch noch Integrationsaufgaben zu lösen?

Wie sieht für Sie der ideale Konsument, die ideale Konsumentin aus? Haben Sie ein Wort dafür analog zum Konsumtrottel?

Klar! Intelligenter Konsument! Das ist einer, der sich nicht alles aufschwätzen lässt, der selber denkt und recherchiert, bevor er etwas kauft. Und zwar nicht nur auf der Billigplattform geizhals.at.

Wird es künftig mehr intelligente KonsumentInnen geben?

Ja, zwangsläufig. Wir haben gar keine Chance, unser Konsumverhalten so fortzuführen, weil es die Wegwerfprodukte nicht mehr geben wird. Es sind alle für eine Circular Economy, auch die Hersteller.

Es gibt keinen Weg zurück. Wir werden 2025 wieder langlebige, reparaturfreundlich konstruierte Produkte am europäischen Markt haben. Die anderen wird es nicht mehr geben.

Reparatur- und Servicezentrum R.U.S.Z:

rusz.at

Schreiben Sie Ihre Meinung

an die Redaktion

aw@oegb.at



Der spektakulärste Rückruf der letzten Zeit betraf das Samsung Smartphone Galaxy Note 7: Bereits kurz nach der Markteinführung wurde ein Produktionsfehler bekannt, der beim Laden zu Überhitzung und teils sogar zur Explosion des Akkus führen kann.

Zurück zum Start

© GREG BAKER / AFP / picturedesk.com

Wie KonsumentInnen vor gesundheitsschädlichen Produkten zeitgerecht gewarnt werden und weshalb Produktrückrufe ernst zu nehmen sind.

Sophia Fielhauer-Resei, Christian Resei
Freie JournalistInnen

Erzählungen über diverse Fremdkörper in Lebensmitteln kursieren etliche. Zuletzt hat ein Münchener Mitte Jänner eine tote Maus in seinem Salat vorgefunden – gekauft bei einem Diskonter, eingeschweißt, „vorgewaschen und verzehrfertig“. Wie die Maus in die Plastikverpackung gelangen konnte, bleibt unklar.

Das produzierende Unternehmen gilt als Vorzeigebetrieb, auch bei der Überprüfung in der Causa Maus konnte durch die Lebensmittelkontrolle nichts beanstandet werden. Zurück bleibt der beschädigte Ruf des Produzenten und der Handelskette.

Plastik im Schokoriegel

Noch größeres Aufsehen erregte ein Plastiksplinter, den eine deutsche Konsumentin in einem Mini-Schokoriegel fand. Die Erstickungsgefahr wurde als

hoch eingestuft, im Februar 2016 musste der Konzern Mars (Masterfoods) Millionen Schokoriegel zurückbeordern – neben Deutschland waren weltweit 58 Länder, auch Österreich, betroffen. Zur Verunreinigung dürfte die Verschlusskappe einer Fabriksleitung, durch die flüssige Schokolade fließt, geführt haben. Die Wahrscheinlichkeit, auf eine verunreinigte Schokolade zu stoßen, ist allerdings noch geringer als ein Lottegewinn.

Information über Gefahren

Welche und weshalb Produkte aus dem Verkehr gezogen werden, erfahren österreichische KonsumentInnen über die AGES (Österreichische Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit GmbH). Dort leitet Ingrid Kiefer, Ernährungswissenschaftlerin und Gesundheitspsychologin, die Risikokommunikation.

Im Auftrag des Bundesministeriums für Gesundheit und Frauen (BMGF)

sowie des Landwirtschaftsministeriums informiert die AGES (www.ages.at) über Gefahren und Risiken. Kommuniziert die AGES im Auftrag des BMGF eine öffentliche Produktwarnung (bzw. informiert über Firmen-Produktrückrufe), ist die wesentliche Voraussetzung gegeben, dass es sich um eine gesundheitsschädliche Ware handelt.

Mittlerweile beziehen über 16.000 KonsumentInnen den AGES-Newsletter, mehr als 14.800 Menschen lassen sich von der AGES-App über Warnungen und Rückrufe informieren (Download über die Website).

Warnsystem kann Leben retten

Dass Produktwarnungen Leben retten können, ist keinesfalls übertrieben. Erinnerungen an das Jahr 2010 und den Listerien-Skandal werden wach. Damals war mit Listerien (Bakterien) verseuchter Käse aus der Oststeiermark in den Handel gelangt, in Folge starben sieben KonsumentInnen in Österreich und

Deutschland, andere erkrankten schwer. Mehrere Klagen wurden verhandelt, auch der Verein für Konsumenteninformation (VKI) vertrat Geschädigte.

Nicht immer sind es die Unternehmen (verpflichtende Eigenkontrollen), die eine Unregelmäßigkeit oder Gefahrenquelle finden und diese den Behörden melden.

Fremdkörper und Verunreinigungen können auch bei einer amtlichen Kontrolle oder durch die Meldung von VerbraucherInnen entdeckt werden. „Der Unternehmer und der Handel müssen sofort Gegenmaßnahmen treffen“, erklärt Ingrid Kiefer. „Das heißt, die Ware muss sofort aus den Regalen geräumt und vom Markt genommen werden.“ Üblicherweise wird an der Kasse oder im Schaufenster einer Handelskette auf einen Produktrückruf aufmerksam gemacht.

Um möglichst alle KonsumentInnen zu erreichen, spielen neben Veröffentlichungen durch den Hersteller oder Inverkehrbringen in Medien und auf der Firmen-Website auch der Produktwarnungs-Newsletter und die App der AGES eine große Rolle.

Wird eine Lebens- oder Futtermittelwarnung über das internationale Behörden-Warnsystem abgesetzt (und dieses Produkt auch nach Österreich geliefert), informiert die AGES-Kontaktstelle die Lebensmittelaufsichten der Bundesländer.

Wenn die Natur Streiche spielt

„Wenn wir uns die Rückrufe und Warnungen der letzten zwei Jahre ansehen, dann stehen die Lebensmittel mit 65 Prozent an erster Stelle“, erzählt die Risikokommunikations-Leiterin.

Bei Nahrungsmitteln sind es auch oft falsche Kennzeichnungen, die eine Produktwarnung nach sich ziehen. Kiefer: „Das kann etwa ein nicht ausgewiesenes Allergen sein: Ein Produkt wird als glutenfrei beschrieben, enthält aber Gluten. Von der Schädlichkeit ist nur ein Teil der Bevölkerung betroffen, trotzdem ist es wichtig, dass die Warnung weit gestreut wird und alle informiert werden.“

Dass auch immer wieder Bio-Lebensmittel betroffen sind, verwundert,

hat jedoch einen simplen Hintergrund: „Wir mussten 2015 vor relativ vielen Hirseprodukten mit Tropan-Alkaloiden warnen. Zur gleichen Zeit wurde nämlich der Stechapfelsamen reif, der normalerweise aussortiert wird, doch mit der Aussortierung gab es damals Probleme.“

Explosive Alltagsgegenstände

Beobachtet werden alle erdenklichen Produktgruppen von Lebens- und Arzneimitteln über Kosmetik, Bekleidung bis hin zu Spielzeug – seit 2015 auch der Sektor Freizeit und Sport oder Haushalt und Mobiliar.

Produktwarnungen finden sich rund ein halbes Jahr auf der AGES-Website. Auch auf das Samsung Smartphone Galaxy Note 7 wird aufmerksam gemacht. Der spektakulärste Rückruf der letzten Zeit: Bereits kurz nach der Markteinführung wurde ein Produktionsfehler bekannt, der beim Laden zu Überhitzung und teils auch zur Explosion des Akkus führen kann. Samsung startete eine Rückrufaktion.

Aufgrund der potenziellen Brand- und Explosionsgefahr hat auch die US-Luftfahrtbehörde (FAA) am 8. September 2016 die Empfehlung ausgesprochen, das Gerät während eines Fluges nicht in Betrieb zu nehmen oder an Bord aufzuladen. Eine Warnung der Europäischen Agentur für Flugsicherheit (EASA) folgte am Tag darauf. Nachdem auch einige Austauschgeräte des Galaxy Note 7 entflammt waren, stoppte Samsung die Produktion. Im Oktober 2016 gab die Firma das gänzliche Produktionsende bekannt. Der Imageverlust ist freilich gewaltig.

„Ein Ersatz für das Handy kann über Gewährleistung bzw. Schadenersatz angestrebt werden“, erklärt Martina Weiland-Pachali, Konsumentenschützerin der AKNÖ.

Die Produkthaftung umfasst Personen- und Sachschäden, die durch Fehler verursacht werden, die das Produkt beim Inverkehrbringen durch den Haftpflichtigen (im Regelfall der Hersteller) aufwies. Personenschäden werden uneingeschränkt ersetzt. Explodiert das Handy und verursacht es dabei einen Schaden in der Wohnung, muss mit ei-

nem Selbstbehalt gerechnet werden. Weiland-Pachali: „Im Rahmen der Produkthaftung bekomme ich für Sachschäden, die an einer vom Produkt verschiedenen Sache aufgetreten sind, erst jenen Schaden ersetzt, der 500 Euro übersteigt.“ Fällt die Schadenssumme geringer aus, haben KonsumentInnen schlicht Pech.

Eher selten werden Produkte von den Unternehmen aus dem Verkehr gezogen, wenn sie bei Tests schlecht abschneiden. Christian Kornherr, Leiter des Bereichs Untersuchungen beim Verein für Konsumenteninformation (VKI; www.vki.at): „Es kommt relativ selten vor, dass wir Produkte testen, die sich als nicht verkehrsfähig herausstellen und deshalb vom Markt genommen werden müssen.“ Allerdings wird bei den VKI-Tests auch immer wieder Bedenkliches gefunden, sei es ein Pilzbefall an Nüssen, ein Weichmacher in Spielzeug oder giftige Chrom-VI-Rückstände in Lederschuhen.

„Allein aufgrund unserer Tests gibt es noch keinen Produktrückruf, sondern nur dann, wenn auch die Behörden tätig werden“, erklärt Kornherr. Der VKI ist Teil der internationalen Testplattform **ICRT** (International Consumer Research and Testing), die unter anderem Kindersitze überprüfte – dabei fiel ein Sitz gar aus der Verankerung. Das Ergebnis wurde der Produktionsfirma kommuniziert, der Kindersitz freiwillig vom Unternehmen zurückgerufen.

Mehr Gewinn trotz Debakel

Interessant: Rückrufaktionen bringen Unternehmen zwar in Bedrängnis, treiben deshalb aber nicht zwangsläufig in den Ruin: Trotz des Galaxy-Debakels steigerte Samsung seinen Gewinn.

Produktwarnungen & Produktrückrufe
auf der AGES-Homepage:
www.ages.at/produktwarnungen

Schreiben Sie Ihre Meinung an die AutorInnen
resei@gmx.de
oder die Redaktion
aw@oegb.at

Die wichtigsten



Die AMA

Die Agrarmarkt Austria (AMA) ist eine Körperschaft öffentlichen Rechts. Ihre Aufgaben sind per Gesetz festgeschrieben, dazu zählen etwa die Qualitätssicherung und die Information der VerbraucherInnen. Mit ihren Zeichen gibt sie KonsumentInnen einen schnellen Überblick beim Einkauf. Im Verwaltungsrat der AMA sitzen jeweils drei VertreterInnen von Arbeiter-, Landwirtschafts- und Wirtschaftskammer sowie des Österreichischen Gewerkschaftsbundes.



AMA-Gütesiegel

Wofür steht es?

Es steht für Produkte aus Österreich und muss behördlich genehmigt werden. Bei Fleisch garantiert es, dass das Tier sein gesamtes Leben in Österreich verbracht hat. Auch Milch und Milchprodukte sowie Obst und Gemüse müssen zu 100 Prozent aus Österreich stammen.

Wofür steht es nicht?

Es steht nicht für Produkte aus biologischer Landwirtschaft!

Achtung!

Bei weiterverarbeiteten Produkten darf ein Drittel der Zutaten aus dem Ausland stammen, wenn diese nicht in Österreich wachsen (z. B. die Bananen im Bananenjoghurt).



AMA-Biozeichen mit Ursprungsangabe

Das AMA-Biozeichen mit Ursprungsangabe steht für Lebensmittel, deren Zutaten zu mindestens 95 Prozent aus biologischer Landwirtschaft stammen. Ihre Rohstoffe müssen außerdem zu mindestens 75 Prozent aus Österreich kommen.



AMA-Biozeichen ohne Ursprungsangabe

Das AMA-Biozeichen ohne Ursprungsangabe garantiert, dass die Rohstoffe des Produktes biologisch angebaut wurden.

Achtung!

Produkte mit AMA-Biozeichen ohne Ursprungsangabe müssen nicht aus Österreich stammen!

(Bio-) Gütesiegel

EU-Biosiegel

Das EU-Biosiegel steht für Produkte, die aus biologischer Landwirtschaft kommen. Es muss außerdem angeführt sein, aus welchen Ländern die Zutaten kommen:

- aus österreichischer Landwirtschaft, z. B. Trinkmilch
- aus EU-Landwirtschaft, z. B. Teigwaren
- aus EU-/Nicht-EU-Landwirtschaft, z. B. Trockenfrüchte



Bio Austria

Österreichischer Verband von ProduzentInnen, die sich der ökologischen und nachhaltigen Landwirtschaft verschrieben haben. Zu seinen Mitgliedern zählen 12.500 Bio-Bäuerinnen und -bauern – von 21.000 in Österreich.

Unter www.biomaps.at kann man Biobetriebe in der Nähe suchen.



Austria Bio Garantie

Die Austria Bio Garantie GmbH ist eine Bio-Kontrollstelle und kontrolliert österreichweit und auch international vom Bio-Bauern bis zum Verarbeiter/Händler von biologischen Produkten.



Mit dem Einkauf die Welt verbessern

*Fairer Handel: Woran erkennt man fair produzierte Angebote?
Wo gibt es Mängel? A&W hat sich bei Lebensmitteln und Schuhen umgesehen.*

Irene Mayer-Kilani
Freie Journalistin

Die Jagd nach Schnäppchen und Dumpingpreisen als Freizeitspaß? Die „Geiz ist geil“-Mentalität ist vorbei. Die Frage nach Qualität, Nachhaltigkeit und Produktionsbedingungen rückt zunehmend in den Mittelpunkt. Fakt ist: Um ein Produkt billig anbieten zu können, muss der Hersteller irgendwo sparen. Oft passiert dies bei der Qualität – mit dem Ergebnis, dass das neue Elektrogerät schon kurz nach Ablauf der Garantie den Geist aufgibt. Oder sich bei den neuen Schuhen „made in China“ nach kurzer Zeit die Sohle löst. Oder das Billigfleisch vom Discounter nach Pappe schmeckt.

Nachfrage nach Fairness

Gerade bei Nahrung steigt die Nachfrage nach ökologischen, nachhaltigen Produkten. Die Lebensmittelbranche hat in den letzten Jahren große Fortschritte in Richtung „Fairness“ gemacht. Gütesiegel wie etwa „Fairtrade“ geben KonsumentInnen die Sicherheit, dass bei unter dieser Marke verkauften Bananen, Rosen oder Kaffee die beteiligten Kleinbauernkooperativen, Plantagen und Unternehmen die vereinbarten Grundregeln einhalten.

Diese umfassen soziale, ökologische und ökonomische Mindestanforderungen, um eine nachhaltige Entwicklung der Produzentenorganisationen zu gewährleisten. Förderung von Gewerkschaften, geregelte Arbeitszeiten, Kinderarbeitsverbot, Förderung von Bio-

Ausbau sowie Verbot von Pestizid-Einsatz zählen ebenfalls dazu.

Der Einfluss der KonsumentInnen ist groß, wie kürzlich die „Fairtrade“-Aktion der „Bananen Challenge – machen wir aus ‚krummen Dingen‘ eine gerechte Sache“ zeigen konnte. Einen Monat lang waren KonsumentInnen aufgerufen, fair produzierte statt herkömmliche Bananen zu kaufen. Ecuador, Peru und die Dominikanische Republik zählen zu den wichtigsten Lieferantenländern. Die Arbeitsbedingungen auf Bananenplantagen sind katastrophal. Flugzeuge verteilen aus ihren Pestizid tanks hochgiftige Chemikalien wie das in der EU verbotene Calixin. Untersuchungen bestätigen die dramatischen Folgen für die Menschen vor Ort mit enorm hohen Krebsraten sowie Missbildungen bei Babys. Die Aktion war erfolgreich: Allein in Österreich wurden im Rahmen der Kampagne 9,9 Millionen fair produzierte Bananen verkauft.

Ein Argument gegen Bio-Produkte ist oft der höhere Preis, den sich nicht alle leisten können. Doch ein Preisvergleich zeigt, dass nicht jedes fair gehandelte Produkt so viel mehr kostet. Bei Kaffee etwa schlägt eine fair gehandelte Marke mit nur wenigen Cent pro Tasse zu Buche. Damit ist allerdings die Lebensgrundlage der Kaffeebauern und -bäuerinnen gesichert. Über 800.000 LandwirtInnen in 30 Ländern in Afrika, Asien und Lateinamerika profitieren von fairem Handel. „Fairtrade gibt den Bauernfamilien Hoffnung, den Kreis aus Unsicherheit und Armut zu durchbrechen“, betont Lee Byers, Kaffee-Experte von Fairtrade International.

Auch aus Umweltgründen ist rasches Handeln notwendig. Der aktuelle Bericht des „Climate Institute“ warnt vor den Risiken des Klimawandels und dessen Folgen für die Kaffeebohne: Bis 2050 könnte die bebaute Fläche für Kaffee nur noch halb so groß sein wie jetzt. Bis 2080 könnte die wilde Kaffeepflanze sogar komplett ausgestorben sein.

Etikettenschungel

Als KonsumentIn ist es oft schwierig, sich im Dschungel der als „fair, bio, ökologisch“ etikettierten Labels zu orientieren. Die Arbeiterkammer Wien hat einen Leitfaden zur Kaufentscheidung herausgegeben. Mit verschiedenen Gütesiegeln werden Lebensmittel aus biologischer Landwirtschaft, Lebensmittel aus artgerechter Tierhaltung, Lebensmittel aus fairem Handel sowie Produkte mit gehobener Qualität gekennzeichnet. Bekannte Labels sind etwa das AMA-Gütesiegel, das EU-Biosiegel, Landleibe, Gradwohl, Ja! Natürlich, um nur einige Kennzeichnungen zu nennen.

Vor allem die Herkunft der Lebensmittel spielt bei der Kaufentscheidung eine große Rolle. Verwirrend dabei ist, dass ein Etikett wie „Hergestellt in Österreich“ noch nichts über den Ursprung der Rohstoffe aussagt. Mit Gütezeichen und -siegeln will die AK nun bei den Kaufentscheidungen helfen. Um als Bio-Lebensmittel gekennzeichnet werden zu dürfen, sollten mindestens 95 Prozent der verwendeten Zutaten aus biologischer Landwirtschaft stammen, nur fünf Prozent konventionelle Zutaten sind erlaubt.



Eine Schuhfabrik in der chinesischen Provinz Guangdong, in der Schuhe für Marken wie Tommy Hilfiger hergestellt werden. Es ist eine von vielen chinesischen Firmen, die ihre Produktion nach Äthiopien auslagern, um angesichts der steigenden Löhne im eigenen Land Kosten zu sparen.

Bei der richtigen Kaufentscheidung hilft auch der von der entwicklungspolitischen Organisation Südwind zusammengestellte „Shopping Guide“. Politische Rahmenbedingungen, die einen fairen statt freien Handel und gerechte Steuern fördern, sind ausschlaggebend. Doch auch als KonsumentInnen hat man einen zentralen Einfluss auf die Arbeits- und Lebensbedingungen von ArbeiterInnen und BäuerInnen weltweit. „Wenn wir immer nur sehr viele und billige oder manchmal leider auch teure Produkte kaufen und nicht auf ihre soziale und ökologische Qualität achten, werden auch die Konzerne keinen Anlass für Verbesserungen sehen“, betonen Südwind-AktivistInnen.

Faire Schuhe?

Während in der Lebensmittelbranche das Öko- und Fairness-Bewusstsein schon auf einem guten Punkt ist, hinkt die Bekleidungsindustrie nach. Besonders düster ist die Situation auf dem Schuhsektor. Die Arbeiterkammer ließ Schuhhersteller unter die Lupe nehmen. Das ernüchternde Ergebnis: Soziale Verantwortung kennt man in dieser Branche kaum. Die Clean-Clothes-Kampagne hat im Auftrag der AK sieben österreichische Schuhfirmen zu „Fairness“ befragt. Das ernüchternde Ergebnis: Vier Unternehmen haben geantwortet und zeigen damit ein Mindestmaß an Transparenz. Die heimischen Schuhunternehmen kümmern sich allerdings nicht wirklich darum, wie es um Arbeitsrechtsverletzungen, gerechte Löhne oder Sicherheit in den Produktionsstätten steht. Auch die Firmenweb-

sites schweigen darüber – die Information der KonsumentInnen bleibt meist auf der Strecke.

Seit 2015 werden im Rahmen des EU-Projekts „Change your Shoes“ – bei dem das soziale Engagement von insgesamt 29 führenden Schuhherstellern untersucht wurde – Verbesserungen in der Produktion gefordert. Im Fokus stehen Umwelt- und Sozialstandards, die es in der globalen Lieferkette besser umzusetzen gilt. Politik und Unternehmen sind hier gleichermaßen gefordert, um für Veränderungen zugunsten der Menschen und ihrer Rechte in der Lieferkette zu sorgen.

Wie, wo und wie viel produziert wird, bleibt auch nach dem Projekt „Change your Shoes“ weitgehend unklar, die Firmen lieferten zum Teil sehr spärliche Informationen. Deutlich wurde leider, dass sich österreichische wie europäische Schuhfirmen kaum mit den Arbeitsbedingungen auseinandersetzen – Nachweise über unabhängige Überprüfungen sind Mangelware. Nur eine von 16 europäischen Firmen beschäftigt sich mit der Frage, ob die ausgezahlten Löhne auch für ein Existenzminimum reichen. „Der Mindestlohn liegt leider oft darunter“, analysiert Nina Tröger von der AK Wien.

Nur zwei Prozent für NäherInnen

Pro Jahr werden weltweit 22 Milliarden Paar Schuhe produziert. Der Großteil davon wird in Europa verkauft, gefolgt von China und den USA. Laut Schätzungen der Wirtschaftskammer kaufen ÖsterreicherInnen sechs Paar Schuhe im Jahr.

„Nur zwei Prozent des Verkaufspreises bekommen NäherInnen für die Herstellung. Informationen über die Produktionsbedingungen sind kaum erhältlich“, kritisiert Michaela Königshofer von der entwicklungspolitischen Organisation „Südwind“, die sich an der Clean-Clothes-Kampagne beteiligte.

Positive Entwicklungen

Vereinzelt sind positive Aspekte zu sehen: Einige Schuhunternehmen produzieren zum Teil noch in Österreich und haben eigene Produktionsstätten. Paul Green hat laut eigenen Angaben in seinem Werk in Kroatien einen Betriebsrat. Think! hat als Erstes einen Schuh hergestellt, der mit dem österreichischen Umweltzeichen ausgezeichnet wurde. Hartjes wiederum zahlt nach eigenen Angaben in den Produktionsländern zusätzlich ein 13. und 14. Monatsgehalt.

Bis zur Umsetzung aller Ziele – angefangen von besseren Löhnen, Sicherheit am Arbeitsplatz in Gerbereien und Fabriken sowie Transparenz für KonsumentInnen, wie ihre Schuhe produziert wurden – ist es leider noch ein weiter Weg. Dafür ist gutes Schuhwerk erforderlich.

AK-Leitfaden durch Gütesiegel
am Lebensmittelsektor:

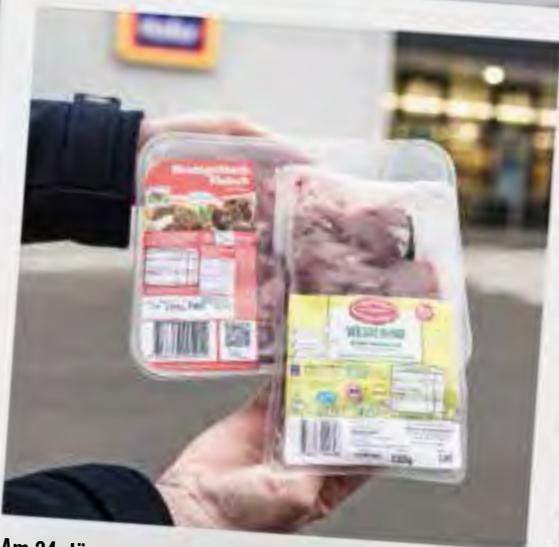
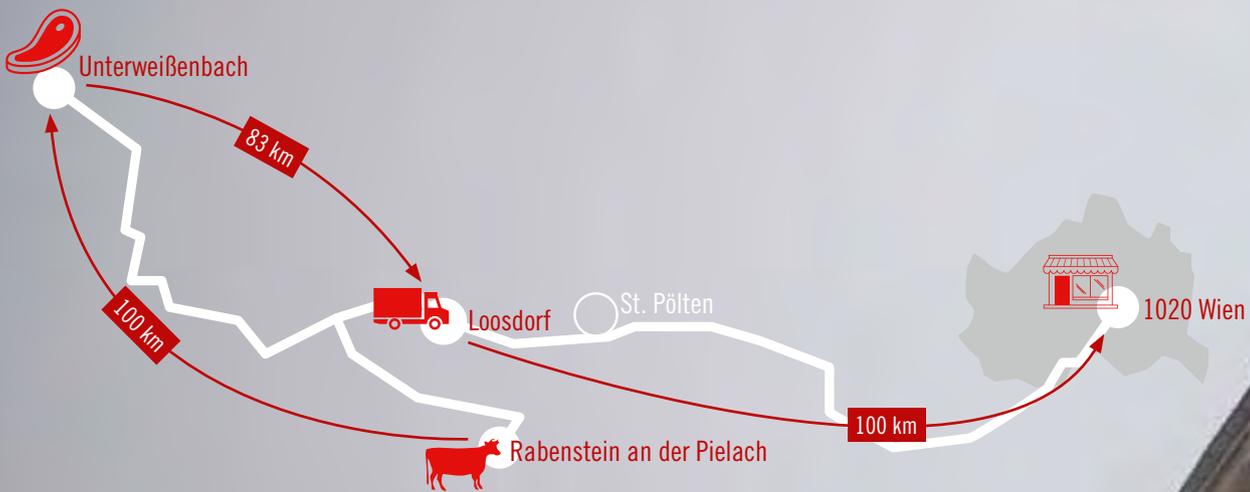
tinyurl.com/jyue27e

tinyurl.com/j3er7c5

www.suedwind.at/handeln/shopping-guides

Schreiben Sie Ihre Meinung an die Autorin
irene_mayer@hotmail.com

oder die Redaktion
aw@oegb.at



Am 24. Jänner 2017 kaufen wir in der zur ÖGB-Zentrale nächstgelegenen Hofer-Filiale diese beiden Packungen Fleisch. Mit dem Auto geht es direkt zum Bio-Bauer.



Von Rabenstein an der Pielach aus geht es 4 km hinauf auf den Berg. Die Straße wird enger, die Steigung höher, der Schnee mehr, Sicht und Grip verschwinden.

Zurückverfolgt zum Ursprung

Wie transparent ist die Herkunft von Lebensmitteln? Wir haben den Test gemacht und Rindfleisch vom Discounter bis in den Stall zurückverfolgt.

Text: Thomas Stollenwerk | Fotos: Michael Mazohl

In Kooperation mit BIORAMA, dem Magazin für nachhaltigen Lebensstil

Bei Lebensmitteln ist Transparenz wichtig. Das spürt man spätestens dann, wenn wieder einmal ein Lebensmittelskandal für Schlagzeilen sorgt – und den Blick darauf lenkt, welchen Weg unsere Nahrung nimmt, bevor wir sie in einem perfekt beleuchteten Supermarktregal finden. Was können interessierte und bewusste KonsumentInnen eigentlich über Produkte in Erfahrung bringen? Das wollten wir wissen.

In einer Wiener Supermarktfiliale kaufen wir Fleisch. Zweimal frisch und aus dem Kühlregal, zweimal vom Rind, zweimal aus Österreich. Das erste Produkt: Rindgulasch-Fleisch geschnitten. Kilopreis: 9,98 Euro. Das Vergleichsprodukt: Weiderind Rinder-Gustowürfel. Kilopreis: 19,99 Euro. Auf beiden Verpackungen klebt ein Etikett mit Informationen zur Herkunft. Das muss so sein. Denn seit dem Jahr 2002 muss auf der Verpackung von Rindfleisch, das in der EU verkauft wird, eine Herkunftsbezeichnung aufgedruckt sein. Es sei denn, das Fleisch wird in verarbeiteter Form oder unverpackt verkauft, also zum Beispiel als Tiefkühlschnitzel oder in der Gastronomie. Auf der Verpackung von frischem Fleisch aus dem Supermarkt müssen KonsumentInnen allerdings nachlesen können, wo die verarbeiteten Tiere aufgezogen und geschlachtet wurden. Seit dem Jahr 2015 gilt dies im Übrigen auch für Fleisch von Schwein, Schaf und Geflügel. Für die genaue Rückverfolgbarkeit sorgt eine sogenannte Partie- oder Chargennummer.

Die Chargennummer ist auf beiden Vergleichsprodukten schnell gefunden. Beim günstigeren Fleisch ist gleich daneben ein QR-Code aufgedruckt. Scannt man ihn mit dem Smartphone, gelangt man noch im Supermarkt zur Website frischfleisch.at. Diese soll Aufschluss über die Herkunft des Rindfleisches geben. Betrieben wird die Seite von der



Vor Ort treffen wir die Tochter des Hofes mit ihrer Oma an. Die beiden führen uns spontan durch den Betrieb.



Der Bio-Hof Janker ist im Lieferantenpool der Bio-Fleischerei Sonnberg, in dem sich der Landwirt angemeldet und vertraglich zur Einhaltung umfassender, auch durch die IFS-Zertifizierung bestimmter Qualitätsstandards verpflichtet hat. Sonnberg verfügt über einen eigenen Vieheinkauf, von ca. 600 Bauern werden Tiere abgenommen.

Grazer Norbert Marcher GmbH. Der Marktführer vertreibt Fleisch unter verschiedenen Markennamen und verarbeitet nach eigenen Angaben jährlich das Fleisch von 110.000 Rindern und 800.000 Schweinen. Von welchem Hof das gekaufte Fleisch stammt, verrät die Website allerdings nicht. Dort sieht man lediglich eine Österreich-Karte, auf der Teile Niederösterreichs, des Burgenlands, Kärntens und die komplette Steiermark dunkelgrün eingefärbt sind. Von hier könnte das Fleisch also stammen. Konkret in Erfahrung bringen kann man nur, dass es in den Villacher Walcher Fleischwerken zerlegt wurde.

Das Bio-Fleisch hingegen verrät mehr über seine Herkunft. Auf der Verpackung ist neben der Partienummer der Name des Bauern angegeben: Michael Janker, 3203 Rabenstein an der Pielach. Also setzen wir uns ins Auto und fahren ins Mostviertel. Im verschneiten Rabenstein ist der Hof von Michael Janker

nach einer Nachfrage im örtlichen Bio-Laden schnell gefunden. Als wir ihr das Fleisch präsentieren, das wenige Stunden zuvor in einer Wiener Supermarktfiliale gekauft wurde, ist die Tochter des Hauses ziemlich überrascht. Sofort wird ein Handyfoto gemacht.

Weidehaltung

Rund vierzig Rinder werden auf dem Hof der Familie Janker in einem offenen Stall gehalten. Das heißt: Die Tiere können jederzeit ins Freie, um frisches Weidegras zu fressen. Im Winter bekommen die Tiere nichts anderes zu fressen als Heu. „Ich bin **silagefrei**“, erklärt Michael Janker. Weidehaltung nennt man das, und nur diese Form der Haltung erlaubt es, das Fleisch im Handel als Bio-Weiderind zu vermarkten. Die Jankers führen ihren Hof schon seit über zwanzig Jahren als Bio-Betrieb. „Es wird ja immer wieder behauptet, die Welt könnte nicht durch Bio-Landwirt-

„Im Schnitt arbeite ich für den Betrieb wohl mehr als 40 Stunden pro Woche. Aber man macht die Arbeit ja nur, weil man sie gern macht.“

Michael Janker, Bio-Bauer

schaft ernährt werden. Das kann ich mir nicht vorstellen, wenn ich gleichzeitig höre, dass ein Drittel der Lebensmittel weggeworfen wird. Lebensmittel sind meiner Meinung nach zu billig“, erklärt Janker seine landwirtschaftliche Überzeugung. Seit er den Hof von seinen Eltern übernommen hat, führt er ihn nicht mehr als Vollerwerbs-Landwirt. Im Hauptberuf arbeitet er als Installateur, seine Frau arbeitet für eine Bank. In Summe kommt dadurch einiges an Arbeit zusammen: „Im Schnitt arbeite ich für den Betrieb wohl mehr als 40 Stunden pro Woche. Aber man macht die Arbeit ja nur, weil man sie gern macht.“ Die Einnahmen aus der Landwirtschaft fließen zum Großteil zurück in den Betrieb. Anders sind Investitionen in moderne Technik kaum möglich. Das Heu wird in Jankers Kuhstall automatisch vom darüberliegenden Speicher hinab zu den Tieren transportiert. Und auch das Ausmisten passiert automatisiert. „Nur durch diese zeitsparenden Entlastungen lässt sich der Hof in der Form betreiben. Das kostet natürlich Geld“, erklärt der Landwirt, der zugleich eingesteht: „Unser Betrieb ist schon recht bequem.“



Arbeitsschritte im Überblick

 **Landwirtschaft**

 **Viehtransport**



 **Lebendbeschau Tierarzt**

 **Schlachtung**

 **Totbeschau Tierarzt**

 **Klassifizierung**

 **Abhängen**

 **Gastrozuschnitt**

 **Feinzerlegung**

 **Verpackung**

 **Transport Zentrallager**



 **Transport Filiale**



 **Verkauf**

Nach knapp zwei Stunden und 120 km erreicht ein Lebetiertransport aus Rabenstein an der Pielach die laut Eigendefinition größte 100-Prozent-Bio-Fleischerei Österreichs, Sonnberg Biofleisch. Geschäftsführer Manfred Huber ist selbst Quereinsteiger – erlernt hat er den Beruf des Textiltechnikers.

Alle paar Wochen werden einige der Jungrinder vom Hof Janker abgeholt. Für ein Tier von 280 bis 320 Kilogramm erhält der Landwirt zwischen 1.500 und 1.600 Euro. Dann geht es per Lebendtiertransport ins 100 Kilometer entfernte Unterweißenbach zur Firma Sonnberg Biofleisch. Der Schlachtbetrieb ist auf der Verpackung ebenfalls angegeben.

Auf die Nummer kommt es an

In Unterweißenbach steht Manfred Huber in einem modernen Gebäude zwischen Rinderhälften, die an Fleischerhaken vom Fördersystem herabhängen, und erklärt seine Unternehmensphilosophie. Der Geschäftsführer von Sonnberg Biofleisch hat den Betrieb in den vergangenen Jahren zu einem großen Player im Handel mit Fleisch aus ökologischer Landwirtschaft gemacht. Damit ist er in der Region kein Exot, denn im Mühlviertel wird rund ein Drittel der Höfe nach Bio-Kriterien bewirtschaftet.

„Die Einzeltierzerlegung ermöglicht die Zurückverfolgung.“

Manfred Huber, Geschäftsführer Bio-Fleischerei Sonnberg

Huber erklärt, wie es möglich ist, dass auf einer Packung Kurzbratfleisch aus dem Kühlregal die Adresse des Kuhstalls angegeben wird: „Die Einzeltierzerlegung ermöglicht die Zurückverfolgung.“ Jedes Tier trägt eine Nummer am Ohr. In der Verarbeitung wird die Nummer als Schlachtkörperetikett direkt aufs Fleisch gepinnt. Letztlich ermöglicht es diese Nummer, dass auf dem fertig verpackten Produkt der Bauernhof und die Ortschaft aufgedruckt werden können. In der konventionellen – also Nicht-Bioproduktion – werden nicht einzelne Fleishteile, sondern Chargen nummeriert. So kann nach der Zerteilung nicht mehr das einzelne Tier oder der einzelne Bauernhof, sondern nur noch ein Gebiet ermittelt werden.

Hubers Offenheit ist in der Fleischbranche nicht unbedingt eine Selbstverständlichkeit. Denn sie hat nicht den besten Ruf. Die intensive Tierhaltung und die weltweit rasant wachsende Nachfrage nach billigem Fleisch verursachen hohe

Die Basis der Zurückverfolgung ist die sogenannte Einzeltierzersetzung.

Bei der Verarbeitung von Chargen hingegen, wie in der konventionellen Fleischproduktion üblich, kann nur aufgrund des Einkaufs nachvollzogen werden, welche Tiere aus welchen Gebieten in einer Charge enthalten sind, nicht der einzelne Bauernhof.



Umweltkosten, gehen zulasten des Tierwohls und schaffen an vielen Stellen eine Konkurrenz zwischen Lebensmittel- und Futtermittelproduktion.

Dass immer mehr Fleisch durch immer weniger große Player des Lebensmitteleinzelhandels vermarktet wird, unterwirft ein traditionsreiches Handwerk einem rasanten Strukturwandel. Das hat Folgen, auch für die Beschäftigten in der Fleischbranche. Vor allem die deutsche Fleischbranche mit ihren riesigen, exportorientierten Schlachtbetrieben sorgte in den letzten Jahren für immensen Preisdruck in Europa. Durch geringe Lohnkosten für die zahlreichen Beschäftigten aus Polen, Bulgarien und Ungarn konnten die deutschen Großschlächter zwischenzeitlich gewaltige Preisvorteile gegenüber den Schlachtern aus anderen EU-Staaten erreichen. Das haben auch österreichische Betriebe und Beschäftigte gespürt.

Laut Österreichischem Gewerkschaftsbund hat sich der Preisdruck für Beschäftigte in österreichischen Schlachthöfen zum Beispiel darin niedergeschlagen, dass Überstunden nicht vergütet wurden oder dass Urlaubs- und Weihnachtsgeld nicht ausbezahlt wurde. Schichtarbeit, unbezahlte Überstunden, unvereinbare Wochenendarbeit – darüber klagen auch ehemalige MitarbeiterInnen der Walcher Fleischwerke auf einer Online-Bewertungsplattform für Arbeitgeber. In vielen Betrieben wurden außerdem FacharbeiterInnen durch ungelernte Kräfte ersetzt. Die Einführung

des Mindestlohns in Deutschland hat die Situation zuletzt allerdings entspannt. Am unattraktiven Image der Fleischbranche hat sich jedoch wenig geändert. „Dass jemand von sich aus Fleischer wird, das ist heutzutage schon sehr selten“, weiß auch Manfred Huber zu berichten.

Betriebsrat „in Diskussion“

In Unterweißenbach setzt man nicht zuletzt deshalb auf Transparenz, und zwar im wahrsten Sinne des Wortes. „Gläserne Produktion“ bedeutet hier: große Fenster, Offenheit gegenüber BesucherInnen und interessierten Nachfragen. Obendrauf

gibt es einen Schaubetrieb namens „Bio-Wurst-Erlebnis“, inklusive „Speckhimmel“ und „Kuhglockenrondell“. Ob Tiere und Mitarbeite-

rInnen gleichermaßen von der transparenten und ökologischen Produktionsweise profitieren, wollen wir wissen.

Die „Top-Leute“ unter den über 70 MitarbeiterInnen an den zwei Produktionsstandorten in Unterweißenbach würden zwischen 1.600 und 2.300 Euro netto verdienen, erklärt Huber. Ungelernte kämen auf 1.200 bis 1.600 Euro Nettogehalt. Einen Betriebsrat hat das Unternehmen nicht. „Dafür sind wir einfach zu schnell gewachsen“, meint Huber. Mit dem örtlichen Bauunternehmer habe er sich allerdings schon darüber ausgetauscht, wie es sich mit einem Betriebsrat zusammenarbeiten lässt: „Die arbeiten sehr gut zusammen. Es muss nur für beide Seiten passen.“

„Dass jemand von sich aus Fleischer wird, das ist heutzutage schon sehr selten.“

Manfred Huber, Geschäftsführer
Bio-Fleischerei Sonnberg

Die transparente Produktion von Lebensmitteln: Es gibt sie also. Wer bereit ist, etwas tiefer ins Portemonnaie zu greifen, kann beim Discounter Produkte kaufen, deren ProduzentInnen bereit sind, sich auf die Finger schauen zu lassen. Damit einher geht auch ein Qualitätsversprechen. Was für Fleisch gilt, gilt in ähnlicher Weise für Eier und Milchprodukte. Und auch bei Obst und Gemüse bestimmen die VerbraucherInnen mit, welche Form der Landwirtschaft sie mit ihrer Wahl im Supermarkt unterstützen.

KonsumentInnen entscheiden

In der Produktion von Lebensmitteln gibt es zwei Modelle, die miteinander konkurrieren. Die kleinteilige, bäuerliche Landwirtschaft, heute meist mit Bio-Zertifikat; und die industrielle Landwirtschaft, die unter immensem Effizienzdruck arbeitet – zulasten der Transparenz, oft zulasten der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer und zulasten von LandwirtInnen, die den Weg des schnellen Wachstums nicht mitgehen wollen oder können. Landwirt Michael Janker bringt den Einfluss der Verbraucherinnen und Verbraucher in dieser Situation auf eine simple Formel: Was im Regal liegt, das entscheiden die KonsumentInnen.

Der Autor Thomas Stollenwerk ist Chefredakteur des Magazins BIORAMA. Diese Reportage entstand in einer Koproduktion mit dem Magazin.

Schreiben Sie Ihre Meinung an den Autor
stollenwerk@biorama.eu

oder die Redaktion
aw@oegb.at

Von der Geburt bis in die Verpackung: Jedes Tier trägt die ZZU-Nummer (Zurück zum Ursprung) zuerst am Ohr, in der Verarbeitung als „Schlachtkörperetikett“ direkt auf das Fleisch gepinnt. Letztendlich ermöglicht diese Nummer, dass am „Einlegeetikett“ am fertig verpackten Produkt Bauernhof und Ortschaft aufgedruckt werden können. Auf der Website der Marke gibt es dazu Porträts der landwirtschaftlichen Betriebe.

„Für uns ist die ZZU-Etikette ein gelebter Prozess, für die Mitarbeiter ändert sich dadurch praktisch nichts“, erklärt Huber. Dieser gelebte Prozess ist mit einer strengen Logik hinterlegt, die EDV-gestützt „jedem sagt, was er zu tun hat“, im positiven Sinn gemeint. Eigene Qualifizierungsmaßnahmen gibt es dafür nicht. Das sei Teil der Lehrausbildung, die einen hohen Stellenwert genießt.

Das zeigten auch die Lehrlingswettbewerbe im vergangenen Jahr. In Oberösterreich gab es für die Sonnberg-Lehrlinge einen zweiten und einen dritten Platz, österreichweit den fünften und den sechsten. „Der Beruf hat Zukunft – aber vor allem deshalb, weil ihn immer weniger Menschen erlernen möchten“, so Huber.



Die Fleischerei befindet sich an der Landesstraße direkt im Ort Unterweißenbach. Das schnelle Wachstum des Unternehmens ist auch dem Gebäude mit seinen Aufstockungen anzumerken. Über 70 MitarbeiterInnen beschäftigt Huber insgesamt, die Zahl ist ständig im Wachsen begriffen.

Betriebsrat gibt es (noch) keinen, seit die Arbeitszeitflexibilisierung ein Thema geworden ist, ist ein Betriebsrat aber in Diskussion. Dazu wäre ein Betriebsrat sogar hilfreich für ihn, meint Huber, denn ohne Betriebsrat gibt es keine Betriebsvereinbarung, „ich müsste mir das sonst mit jedem einzeln ausmachen“.



Punkte für gefälliges Verhalten

Bonitätsbewertungen entscheiden immer öfter darüber, ob man als VertragspartnerIn akzeptiert wird. Eine Studie untersuchte Praxis und soziale Folgen des Scorings.

Daniela Zimmer

Abteilung Konsumentenpolitik der AK Wien

Sie haben die richtigen Facebook-FreundInnen, teilen mit ihnen die richtigen Seiten und posten Erwünschtes? Glückwunsch, Sie hätten gute Chancen, einen Kredit zu bekommen. Jedenfalls in China, wo Social-Media-Analysen der Kreditvergabe vorausgehen.

Abhängig von der Punktezahl, dem „Citizen Score“, kommen chinesische KonsumentInnen leichter an günstige Kredite oder an Reisevisa. Die Daten kann jede/r einsehen.

Bis 2020 möchte China laut „Wall Street Journal“ diese BürgerInnenbewertung landesweit einführen. Verwaltungsübertretungen und psychologische oder politische Auffälligkeiten hätten dann Konsequenzen: Wunschschule für die Kinder ade, freie Zug- und Hotelwahl eingengt und längere Wartezeiten bei Behörden. Es handelt sich somit um eine Bonitätskontrolle gesteigert bis zur vollständigen Vermessung menschlichen Verhaltens.

Test bestanden oder durchgefallen?

Wer meint, dass sich so etwas nur in einem autoritären Land wie China abspielen könnte, irrt. Wissen ist Macht – auch hierzulande. Kreditgeber, Versicherungen, Leasingfirmen, Anbieter von ratenfinanzierten Geschäften oder einfach Firmen, die mit KundInnen eine längerfristige Vertragsbeziehung eingehen (z. B. Telefon- und Internetdienste, Vermietung, Ausbil-

dungslehrgänge): Sie alle versuchen seit jeher, die Risiken eines Geschäftsabschlusses abzuschätzen und zu verringern. Noch nie zuvor wurde dabei aber so viel Aufwand getrieben. Firmenintern wird über komplexen Bewertungsmodellen für KundInnen gebrütet und Dienstleister werben für ihre Datenberge und Analysewerkzeuge, um das Bedürfnis von Unternehmern nach besserer Absicherung zu wecken.

Was ist denn nun Scoring? Der Begriff kann, angelehnt an den Sport, mit „Punktevergabe“ übersetzt werden. Scorings sind mathematische Verfahren zur Bewertung von Verhalten. Mit Hilfe von Fakten und statistischen Werten soll möglichst zuverlässig das Verhalten von KundInnen vorhergesagt werden. So wird die Wahrscheinlichkeit berechnet, mit der KundInnen ihre Zahlungspflichten erfüllen bzw. verletzen werden, ob sie sich den Vertragsabschluss leisten können, pünktlich zahlen und dem Unternehmen lange treu bleiben werden.

Alles, was man über die potenziellen VertragspartnerInnen weiß oder aufgrund statistischer Zuschreibungen zu wissen glaubt, fließt in den Score und damit in die unternehmerische Entscheidung ein: bei der Zusage oder Verweigerung eines Vertrages, bei der Festlegung von Preisen, Zinsen oder Konditionen.

Undurchschaubar auch in Österreich

Für Banken gilt die Sorgfaltspflicht nach dem Bankwesen- und Verbraucherkreditgesetz. Sie müssen die Bonität von

KreditnehmerInnen prüfen. Allerdings handeln die AkteurInnen (die kreditgebende Wirtschaft, Wirtschaftsauskunfteien und viele weitere Unternehmen, die Bonitätschecks durchführen) dabei überaus intransparent. VerbraucherInnen wissen oft nicht einmal, dass Scoring durchgeführt wird, kennen ihren Score nicht und haben keine Möglichkeit, den Bewertungsprozess infrage zu stellen. Gleichzeitig nimmt die Menge der für Scoringzwecke durchkämbaren Daten durch die Digitalisierung rasant zu.

Sämtliche Lebensumstände

Doch ist das wirklich neu? „Schwarze Listen“ gibt es immerhin schon seit den 1960er-Jahren. Sich auf die Selbstauskünfte der KonsumentInnen, die Erfahrungen von BankmitarbeiterInnen und Warnlisten über säumige SchuldnerInnen und gemeldete Insolvenzen zu verlassen: Das war gestern.

Heute geht man über simple Negativdatensammlungen weit hinaus. Nicht mehr die bisherige Zahlungsmoral steht im Fokus, sondern sämtliche Lebensumstände einer Person. Es wird nicht nur zurückgeblickt, sondern auch vorausgeschaut. Ist in der Praxis schon die Rückschau fehleranfällig, so gilt das für Prognosen umso mehr.

Ganze Bevölkerungsgruppen werden statistisch klassifiziert und (aus-)sortiert. Hinzu kommt der internationale Trend, Scorings mit sensiblen Informationen anzureichern, die nicht für Bonitätsbewertungen gedacht sind,

Heutzutage entscheidet nicht mehr nur die bisherige Zahlungsmoral darüber, ob man als kreditwürdig eingestuft wird. Vielmehr werden sämtliche Lebensumstände einer Person in die Bonitätsbewertung miteinbezogen. Und es wird nicht nur zurückgeblickt, sondern es werden auch Prognosen für die Zukunft angestellt. Dieses System ist nicht nur fehleranfällig, fragwürdig ist auch, inwieweit der Datenschutz respektiert wird.

wie etwa Facebook-Einträge. Es ist besorgniserregend, dass heute grundsätzlich alle Verhaltensmerkmale einer Person von Interesse sind, unendlich viele statistische Annahmen in die Bewertungen einfließen können, Bewertungen hochgradig automatisiert vorgenommen werden, von Menschen nur schwer beeinflussbar sind und sich die verfügbaren Datenmengen dramatisch vergrößert haben. So kann von Handy-Standortdaten auf den Lebenswandel geschlossen werden (Mobilität, Beziehungsverhalten, Nachtruhe).

Der Lebensstil ermöglicht statistische Aussagen darüber, ob Sie in drei Jahren noch einen Arbeitsplatz und einen gemeinsamen Ehehaushalt haben werden. Dies wiederum beeinflusst die Wahrscheinlichkeit, ob eine Schuld zurückgezahlt werden kann, so die Annahme.

Soziale Folgen

Vor dem Hintergrund einer globalisierten Marktwirtschaft, prekären Arbeitsverhältnissen und einer starken Individualisierung verändert sich die Beziehung zwischen Anbietern und KonsumentInnen. Nun wird versucht, die daraus entstehenden Unsicherheiten nach Versicherungslogik zu umgehen. Soziale Interaktion tritt in den Hintergrund und macht kühlem Risikomanagement Platz.

Anstelle von Anstrengungen, gesellschaftliche Ungleichheiten zu beseitigen, wird ihre finanzmathematische Kalkulation verfeinert. Es lässt sich ein

Trend zur übertriebenen Absicherungsgesellschaft beobachten, wenn Onlinehändler bei „Allerwelts“-Bestellungen zu Bonitätschecks greifen.

Rechtliche Probleme

Dabei führen statistische Klassifizierungen realer Menschen unvermeidbar zu ethischen und rechtlichen Problemen: Die vielen Facetten der Wirklichkeit lassen sich nicht in Zahlenwerten ausdrücken. Mit Scorings ist die Gefahr stereotyper Diskriminierung verbunden. Dies illustriert etwa der Fall eines gut situierten Angestellten, dem eine Kreditkarte verweigert wurde, weil er am falschen Ort (in der Nähe einer Wohnhausanlage mit sozial schwachen MieterInnen) wohnt.

Den VerbraucherInnen ist in der Regel nicht bekannt, wo Scoring eingesetzt wird, geschweige denn, welches Verfahren angewendet wird, welcher praktische Ablauf dahintersteckt, welche Variablen verwendet und wie diese gewichtet werden. Meist erfahren Betroffene nicht einmal ihren tatsächlichen Score.

Die komplexen Modelle haben den Anschein wissenschaftlicher Exaktheit. Aber selbst unternehmensintern gibt es immer nur wenige Personen, die die Berechnungen nachvollziehen oder in sie eingreifen können. Die Verschiebung der Entscheidungsgewalt vom KundInnenbetreuungspersonal zur Technik wird mit der Objektivierung der Entscheidung (schein-)legitimiert. Im Regierungsübereinkommen wurden Regeln fürs Scoring vereinbart.

Denn die Tätigkeit von Wirtschaftsauskunfteien ist nur dürftig geregelt. Aufgrund der hohen Intransparenz der Branche wird das Ausmaß des Regulierungsbedarfs nur in Ausnahmefällen sichtbar.

Eine präzise Regulierung und Aufsicht über Scoring wäre aber aus Sicht der KonsumentInnen wichtig: Betroffene sollten über die Faktoren, die in ihre Bonitätsbewertung einfließen, informiert werden. Berechnungsmethoden sollten durch unabhängige Aufsichtsstellen auf ihre wissenschaftliche Haltbarkeit geprüft werden.

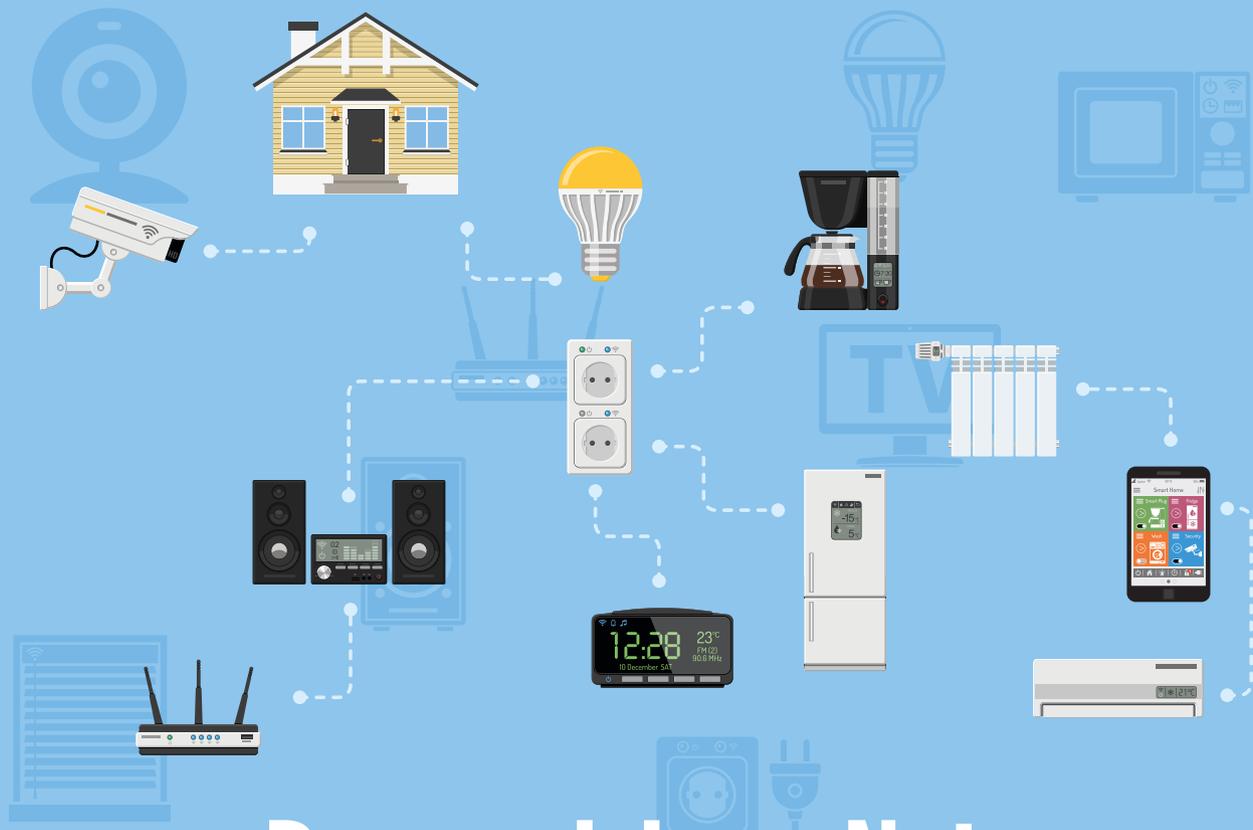
Einschränkungen

Die Datensammlung muss sich auf unmittelbar bonitätsrelevante Daten beschränken. Daten, die zweckfremd erhoben wurden (z. B. Facebook-Informationen), dürfen nicht in Scoring-Modellen verarbeitet werden. Dienste, die zum grundlegenden Lebensstandard von Menschen in Österreich gehören, sind von umfassenden Bonitätsbewertungen auszunehmen.

Studie „Credit Scoring in Österreich“:
tinyurl.com/j8av298

ARGE DATEN:
 „Wege aus der Scoringfalle“:
tinyurl.com/jlaatge

Schreiben Sie Ihre Meinung an die Autorin
daniela.zimmer@akwien.at
 oder die Redaktion
aw@oegb.at



Das unsichere Netz

© ÜB-B-Verlag/Michael Mazohl

Haarbürsten, Puppen, Pkws: Immer mehr Alltagsgegenstände werden heute mit dem Internet vernetzt. Über Vorteile und Gefahren des „Internets der Dinge“.

Sandra Knopp und Udo Seelhofer
Freie JournalistInnen

Biokompost, Kräuter, Salat und Tomaten: Auf den ersten Blick sieht es aus wie ein ganz normales Hochbeet. Den Unterschied beim „Smartbeet“ macht die technische Ausstattung aus. Die Pflanzen werden mittels eines Tanks bewässert, den ein Computer steuert. Das Beet sendet Informationen über Wassertank und Luftfeuchtigkeit an die Cloud. Die BesitzerInnen werden per App oder SMS benachrichtigt: „Bitte den Tank auffüllen.“

Das Smartbeet ist eine Erfindung des Wieners Manfred Czujan. „Mein Geschäftspartner und ich wohnen beide im Zentrum von Wien und haben uns mehr Grün gewünscht. Die Bewirtschaftung soll autark und ökologisch sein.“ Ab April geht das Smartbeet in Produktion.

27 Beete werden im Auftrag eines Unternehmens aufgestellt.

Smarte Unterstützung

Das Smartbeet ist Teil des „Internets der Dinge“, kurz IoT (Internet of Things). Das Online-Brockhaus-Lexikon definiert dieses folgendermaßen: „Im Internet der Dinge werden Objekte intelligent und können über das Internet untereinander Informationen austauschen. Ziel ist es, die virtuelle mit der realen Welt zu vereinen.“

Eine Haarbürste, die via WLAN die Haarstruktur analysiert. Ein Regenschirm, der sich per SMS meldet, falls er vergessen wird, oder ein Mistkübel, der sich auf Sprachbefehl öffnet: Innovationen wie diese wurden im Jänner auf der Elektronikmesse CES in Las Vegas präsentiert. Smarte Geräte erfassen indi-

viduelle Bedürfnisse. „Ein entscheidender Nachteil ist, dass alles nur möglich ist, indem sehr viel mehr Informationen zum Alltagsverhalten verarbeitet werden“, betont Martin Schallbruch, stellvertretender Direktor des Digital Society Institute der ESMT Berlin. Viele Funktionen können nur verwendet werden, wenn Datenzugriff erlaubt wird.

Cyberkriminalität 2.0

Gerade was den Schutz persönlicher Daten betrifft, hat das IoT Aufholbedarf. Schallbruch kritisiert, dass viele Produkte ohne ausreichende Sicherheitsstandards herauskommen. „Sie reifen, wie Tomaten am Markt, beim Benutzer nach.“ Die Cyberkriminalität umfasst den Diebstahl von Passwörtern und Kreditkartendaten, die Übernahme von Sicherheitssystemen bis zu Erpressung. Computerdaten wer-

den verschlüsselt und Lösegeldforderungen gestellt. „Die Daten kriegt man aber nicht wieder“, beobachtet Schallbruch. „Schützen kann sich nur, wer regelmäßig Back-ups erstellt.“ Beim Kauf rät er, nach Update-Funktionen und Firewall zu fragen und ob sich das Standardpasswort verändern lässt. Aufgrund des immer höheren Komplexitätsgrades liegt die Verantwortung für die Sicherheit laut Schallbruch bei Herstellern, Internetanbietern und dem Staat, der gesetzliche Rahmenbedingungen schaffen müsse.

Silicon Valley in Oberösterreich

Kollerschlag im Bezirk Rohrbach: Jalousien richten sich nach dem Gang der Sonne und regeln so die Raumtemperatur, das Smart Home warnt vor Gefahren, bestimmt Lichtstimmung und Musik. Es werden nur Räume beheizt, die gerade genutzt werden. Klingelt es an der Tür, wird das am Smartphone angezeigt. Das Mühlviertler Unternehmen Loxone entwickelt seit 2009 Smart Homes, die NutzerInnen alltägliche Handgriffe abnehmen. Die Geräte steuert ein zentraler Miniserver im Haus, der über ein eigens entwickeltes Betriebssystem samt Firewall funktioniert. „Unsere Kunden entscheiden selbst, ob sie das Haus mit dem Internet verbinden wollen. Sie sind dann mittels Firewall und Passwort gesichert“, betont Loxone-Geschäftsführer Martin Öller. Wer das nicht will, kann „offline“ bleiben, dafür aber nicht von außen zugreifen.

Vom Mühlviertel nach Wien-Brigittenau: Smart-Home-Anwendungen wie Zugangs- und Heizungskontrolle erhöhen nicht nur den persönlichen Komfort, sondern unterstützen auch motorisch behinderte Menschen. Christoph Veigl ist stellvertretender Leiter der Abteilung Smart Homes und Assistive Technologies an der FH Technikum. „Das umfasst vernetzte Dinge, die mittels Augensteuerung oder Messung von Gestik und Mimik bedient werden“, so Veigl. Es geht um größtmögliche Flexibilität. Er sieht den Datenschutz im IoT als zentral an – und dass möglichst früh ein Bewusstsein dafür geschaffen wird. Amazon, Google, Microsoft und Co setzen auf digitale Haushaltsassistenten, die nicht nur mittels Sprachbefehl Geräte steuern,

sondern auch NutzerInnenfragen beantworten oder ein Taxi rufen. Die Puppe „Cayla“ etwa beantwortet Fragen und erzählt Geschichten. Bedient wird sie via App und Bluetooth. Ein Passwort ist nicht notwendig, kritisiert der Verein für Konsumenteninformation (VKI). Gespräche könnten belauscht und die Puppe gar umprogrammiert werden. Die Daten werden zu Marketingzwecken verwendet. „Es fehlt die ausdrückliche Zustimmung der Eltern. Diese Aufzeichnungen verletzen die Intimsphäre“, betont Johann Maier, Vorsitzender des Datenschutzrates.

Er nennt ein weiteres Beispiel aus dem Jahr 2015. So stand in einer Lizenzvereinbarung von Samsung-Fernsehern: „Bitte seien Sie sich bewusst, dass Ihre gesprochenen Worte aufgezeichnet und an Drittanbieter übertragen werden.“ Was diese damit machen, liege nicht in der Verantwortung des Konzerns. Der Experte geht davon aus, dass viele Geräte nicht nur über Sprachaktivierung, sondern auch über Webcams verfügen, was weitere datenschutzrechtliche Baustellen schafft. Es stellt sich also die Frage, wem die ermittelten Daten gehören, wie sie verwendet werden dürfen und ob sie gar als Beweismittel vor Gericht eingesetzt werden können. Ein weiterer Kritikpunkt am Internet der Dinge ist für Maier, dass Unternehmen KundInnen aufgrund der gesammelten Daten unterschiedlich „gut“ behandeln könnten. Ein Beispiel wäre etwa eine Prämienreduktion bei besserer Fitness.

Zukunft von IoT

IoT wird in Zukunft auch Anwendung bei Autos und Textilien finden. So arbeiten Google und Levi's aktuell am Project **Jacquard**. Die smarte Jacke interagiert mit dem Smartphone und gibt so etwa Standortdaten durch. RadfahrerInnen können das Smartphone in der Tasche lassen. Mit der Jacke sollen sich aber auch Musik und Lautstärke regeln lassen. Sport-BHs, die die Herzfrequenz messen, Mikrofone am Hemdkragen oder Jacken mit Heizelementen: Smart Textiles gelten als das „nächste große Ding“.

Wie sich auf der Elektronikmesse CES im Jänner aber auch zeigte, liegt der Fokus vieler Hersteller auf dem auto-

nomen fahren. Der Elektronikkonzern Bosch war mit einem Showcar vor Ort. Die Vision: Bereits ab 2020 können AutofahrerInnen nebenbei anderen Beschäftigungen nachgehen, etwa Videos ansehen. Ab 2025 soll sich das Auto in eine „Oase der Ruhe“ oder ein „rollendes Esszimmer“ verwandeln können. Die Fahrzeuge sind mit dem Smart Home verbunden. Für Martin Schallbruch bleibt beim autonomen Fahren ein Sicherheitsrisiko. „Eine Horrorvorstellung ist, dass solche Autos von Hackern gekapert werden können.“ Das sei durchaus realistisch, so sei es bereits bei Tests gelungen, das Fahrzeug mittels Entertainment-System fremdzusteuern. „Die höchstmögliche Sicherheit muss vor Zulassung Grundvoraussetzung sein“, fordert Schallbruch.

Die VerbraucherInnen selbst sind nicht nur in Fällen wie diesem auf das Bewusstsein der Hersteller angewiesen. ExpertInnen fordern, dass es etwa eine Mindesthaltbarkeitsdauer bei Geräten gibt, in der verpflichtend Sicherheitsupdates angeboten werden. Andere wünschen sich im IoT ein Sicherheitsgütesiegel. Sicher ist, dass die smarten Geräte günstiger werden und in viele Haushalte einziehen. KonsumentInnenschützer Johann Maier betont, dass das Bewusstsein der VerbraucherInnen in Bezug auf Datenschutz und Sicherheit erhöht werden müsse. Wer Sicherheit wünscht, meint er, werde finanziell darin investieren müssen.

Der Erfinder des Smartbeets, Manfred Czujan, tüftelt bereits an der nächsten Entwicklung in der Welt der vernetzten Dinge: Er hat einen smarten Gartentisch entwickelt. „In der Mitte des Holztisches befindet sich ein Beet, aus dem die Gäste angebaute Kräuter zum Essen pflücken können.“ Der Tisch wurde mithilfe geflüchteter Menschen gebaut. „Smart“ machen den Tisch auch Steckdosen für Laptops mittels Solarstrom und ein autonomer Wassertank.

Schreiben Sie Ihre Meinung an die AutorInnen
sandra.knopp@gmx.at
udoseelhofer426@msn.com
 oder die Redaktion
aw@oegb.at

Ungleichheit mit System

*Im europäischen Online-Handel gibt es zahlreiche Schlagbäume.
Die EU-Kommission reagiert nur zögerlich.*

Daniela Zimmer

Abteilung Konsumentenpolitik
der AK Wien

Europa sei ein digitaler Nachzügler gegenüber Asien und den USA, wetterte EU-Kommissionspräsident Jean-Claude Juncker im Jahr 2014. Der EU-Binnenmarkt sei nicht fit für das digitale Zeitalter, die 28 nationalen Märkte müssten zu einem einzigen zusammengeführt werden. Nur sieben Prozent der KMU böten ihre Waren und Dienstleistungen grenzüberschreitend an. Das müsse sich ändern: „Der Binnenmarkt muss endlich online gehen!“

Am Kern vorbei

Mit dieser Maxime sollten die zurückhaltende Wirtschaft und die verunsicherten KonsumentInnen optimistisch gestimmt werden, dass der digitale Binnenmarkt „mit einem Beitrag von 415 Milliarden Euro Arbeitsplätze schaffen sowie Investitionen und Innovationen ankurbeln wird“. Im September 2016 zog der Kommissionspräsident eine neuerliche Bilanz, die sich allerdings nicht gerade wie eine Erfolgsstory anhörte: „52 Prozent der grenzüberschreitenden Einkäufe werden blockiert. Nur 59 Prozent der Europäer haben Zugang zu schnellem Breitband – dabei würden 90 Prozent aller Arbeitsplätze bald digitale Kompetenzen erfordern.“ Daraufhin bloggte **Jan Philipp Albrecht**, grüner Europaparlamentarier und profiliertes Schützer digitaler NutzerInnenrechte: „Anti-Geoblocking-Maßnahmen, die Videos komplett aussparen, gehen am Kern des Problems vorbei. Die vorgeschlagenen

Schritte gegen diskriminierende Preisgestaltung in Onlineshops sind begrüßenswert, aber es handelt sich nur um Trippelschritte.“ Sehen wir uns also die Trippelschritte einmal näher an.

Geoblocking kennen viele InternetnutzerInnen von Mediatheken. „Dieser Film ist in Ihrem Land nicht verfügbar“, heißt es dann. Doch nicht nur in diesem Bereich werden solche Länderblockaden eingesetzt. Bei der Online-Buchung eines Urlaubspakets bei einem Freizeitpark in Frankreich wählte eine bulgarische Verbraucherin aus Versehen das Vereinigte Königreich als ihren Wohnsitz aus. Sie bemerkte bald darauf ihren Irrtum und wählte stattdessen Bulgarien aus. Die Verbraucherin erfuhr, dass es einen Preisunterschied von fast 40 Prozent gab und sie 500 Euro mehr als britische VerbraucherInnen zahlen sollte.

Während seines Urlaubs in einem österreichischen Skigebiet entdeckte ein deutscher Verbraucher, dass der Kartenpreis für Skilifte für TouristInnen viel höher war als für Einheimische. Mehr als 500 Beschwerden aus dem Jahr 2016 zeigen, dass EU-BürgerInnen noch immer aufgrund ihrer Staatsangehörigkeit oder ihres Wohnsitzes diskriminiert werden.

Die gerügten Händler blockieren den Zugang zu ihren Websites, nutzen automatisches Re-Routing zu anderen Websites, verweigern die Lieferung oder wenden andere Preise oder Vertragsbedingungen an. Die meisten Beschwerden wurden übrigens von KonsumentInnen aus Österreich, Italien und Irland gemeldet. In mehr als zwei Dritteln der Fälle beschwerten sie sich über die grenzüberschreitende Ungleichbehandlung beim

Kauf von elektronischen Waren, Haushaltsgeräten, Fahrzeugen, Kleidung, Büchern und Musik. 25 Prozent der Beschwerden betrafen Dienstleistungen im Tourismus, etwa von Freizeitparks. Bei über fünf Prozent ging es um Mietwagenfirmen. Die EU-Dienstleistungsrichtlinie verbietet die ungleiche Behandlung auf Basis von Staatsangehörigkeit oder Wohnsitz ohne objektive Gründe. Ziel des EU-Vorschlags zum Geoblocking ist es, die Grenze zwischen gerechtfertigter und ungerechtfertigter Ungleichbehandlung besser abzustecken. Dies soll die Rechtssicherheit und -durchsetzung verbessern. Doch es gibt viel zu weitreichende Ausnahmen vom Verbot ungerechtfertigter Ungleichbehandlung. Deshalb ruhen die Hoffnungen auf dem EU-Parlament, das hoffentlich noch massive Verbesserungen beschließen wird.

Wesentlicher Schwachpunkt

Der wesentliche Schwachpunkt des momentanen EU-Vorschlags lässt sich am besten an einem Beispiel illustrieren. So greifen viele Anbieter auf Re-Routing zurück. Das bedeutet beispielsweise, dass man zwar auf die estnische Seite eines Anbieters gehen kann, von dort aus aber automatisch auf die österreichische Seite umgeleitet wird, auf der das Produkt eventuell teurer ist. Die KundInnen erfahren davon nichts, weil sie von einem österreichischen Internetanschluss aus keinen Zugang zur estnischen Seite haben. Die EU-Kommission schlägt nun vor, dass die NutzerInnen in Zukunft auch Zugang zur estnischen Seite mit den dortigen Preisen haben sollen. Von Vorteil ist dies für sie

aber nicht, sondern vermutlich vielmehr Anlass zum Ärgern: Die KundInnen können nun zwar die Preise vergleichen, aber sie haben kein Recht, ein Produkt auch in jenem Land zu kaufen, wo es am günstigsten angeboten wird. Im Fachjargon ausgedrückt: Der Vorschlag sieht keinen Vertragsabschlusszwang vor.

Eingeschränkte gleiche Bedingungen

Ein weiterer Schwachpunkt: Wegen der Staatsangehörigkeit bzw. des Wohnsitzes dürfen zwar vordergründig keine unterschiedlichen Kaufbedingungen gelten, allerdings gilt dieser Grundsatz nur für vier Situationen:

- » Anbieter bieten Lieferungen in das betreffende Land an.
- » KundInnen holen die Bestellung selbst ab.
- » Es werden elektronische Dienste genutzt (an denen allerdings keine UrheberInnenrechte bestehen dürfen).
- » KundInnen möchten Dienste vor Ort nutzen wie beispielsweise Skilifte oder Vergnügungsparks.

Abgesehen vom eingeschränkten Anwendungsbereich dürfen die Anbieter also weiterhin „gezielte Angebote“ zu unterschiedlichen Preisen und Bedingungen an Zielgruppen richten. Sie müssen die Einschränkungen ihres Angebots allerdings auf behauptete Marketingstrategien stützen – und nicht auf die Nationalität der KundInnen oder deren Wohnsitz. Nachweisschwierigkeiten sind vorprogrammiert – und eine Durchsetzung der Ansprüche rückt erneut in weite Ferne. Schließlich darf ein Einhalten der Verordnung keinesfalls als Anzeichen gewertet werden, dass der Anbieter seine Aktivitäten auf alle Mitgliedstaaten ausrichtet. Er kann sich die Länder weiterhin aussuchen, in die er freiwillig liefert. Fazit: Es gibt mehr offene Fragen denn je ...

Noch komplizierter wird es, wenn es um die Gewährleistungen geht, die über die Ländergrenzen hinweg schwer durchzusetzen sind. Deshalb will die EU-Kommission auch diese Rechte sowie andere vertragliche Aspekte wie Vertragsänderungen oder Vertragsbeendigungen für den Kauf digitaler Güter regeln. Mit anderen Worten: Es soll eigene Spielregeln für Software, Apps, Audio-, Video- und Bilddateien geben. Der Anwendungsbe-



Quelle: ECC-Net (2016)

reich, so KritikerInnen unisono, wäre aber schon im Verhandlungszeitpunkt nicht mehr zukunftstauglich. „Smart Goods“, also die Kaffeemaschine mit eingebetteter Software und Internetanbindung, die in die Kategorie des „Internets der Dinge“ fallen, werden damit nur unzureichend erfasst.

Transparenz Lichtjahre entfernt

Viel Beifall gab es hingegen dafür, dass der Vorschlag nicht nur den Kauf digitaler Inhalte gegen Geld erfasst, sondern auch den Kauf gegen die Preisgabe persönlicher Daten. Diese originelle wie zeitgemäße Bedachtnahme auf nur vordergründig „kostenlose“ Dienste führt zu erheblichen Ungereimtheiten und Widersprüchen zur ab 2018 geltenden EU-Datenschutz-Grundverordnung. So ist völlig unklar, welche vertragsrechtlichen Folgen ein datenschutzrechtlicher Widerruf zur Verwendung der persönlichen Daten auslöst. Dazu müsste jeder Anbieter offenlegen, welche Daten für die Vertragserfüllung benötigt werden und welche Datenarten der „Bezahlung“ dienen. Von dieser Transparenz ist das Internet aber noch Lichtjahre entfernt. Im ungünstigsten Fall droht außerdem eine völlige Rechtszersplitterung durch verschiedenste Gewährleistungsregeln für den Online- und Offlinehandel sowie für physische und digitale Waren.

Video- und Musikportale oder Streamingdienste schätzen KonsumentInnen nicht nur als Freizeitbeschäftigung daheim. Ob PendlerInnen, Erasmus-Studierende, UrlauberInnen oder Geschäftsreisende – alle sollen bei vorübergehen-

den Auslandsaufenthalten künftig Zugriff auf ihre abonnierten Online-Inhalte von Spotify, Netflix, Amazon Video und Co haben. Wurde dafür nicht in Euro bezahlt, sondern in den neuen Währungen „persönliche Daten“ oder „zielgerichtete Werbung“, wird es den Anspruch auf grenzüberschreitenden Zugang der Inhalte nur geben, wenn der Anbieter den Wohnsitzstaat des Abonnenten oder der Abonentin überprüft.

Das ist zwar begrüßenswert, bloß braucht es im Gegenzug klare Spielregeln und einen stärkeren Datenschutz. Für KonsumentInnen muss etwa nachvollziehbar sein, wann ein temporärer zu einem dauerhaften Auslandsaufenthalt wird. Die dafür erforderliche Verhaltens- und Standortüberwachung durch die Online-Anbieter muss aus Gründen des Datenschutzes minimiert werden. Vor allem ein Tracking von IP-Adressen versetzt DatenschützerInnen in Unruhe, da die Daten auch zweckwidrig weitergenutzt werden könnten. Das EU-Parlament bevorzugt keine zeitliche Begrenzung für die Portabilität, dafür aber eine fixe Liste, welche Überwachungsformen zulässig sind. Man wird sehen, ob InternetnutzerInnen zusätzliche Binnenmarktfreiheiten mit weniger Datenschutz bezahlen müssen.

Schreiben Sie Ihre Meinung an die Autorin daniela.zimmer@akwien.at oder die Redaktion aw@oegb.at

Geschäft mit der Verunsicherung

Die Pensionsdebatten lassen viele zu privater Vorsorge greifen. Doch sind sie wirklich eine Alternative zur angeblich schlechter werdenden sozialen Absicherung?

Ulrike Weiß

Konsumentenschutz Arbeiterkammer
Oberösterreich

Jahrzehntelang vertrauten die ÖsterreicherInnen dem staatlichen Pensionssystem und wurden nicht enttäuscht. Trotzdem zweifeln viele am **Umlageverfahren**, obwohl die Finanzkrise herbe Verluste bei den privaten Vorsorgeprodukten brachte. Die Werbebotschaften der Versicherungswirtschaft feuern die Verunsicherung an und machen glauben, dass Altersarmut nur mit einer privaten Vorsorge zu verhindern sei. Junge Menschen binden sich an Langzeitverträge und Eltern und Großeltern schließen bereits für Neugeborene Versicherungsverträge ab. Die geschürte Angst vor dem sozialen Abstieg im Alter lässt die Kassen der Versicherungs- und Finanzunternehmen klingeln.

Reale Bedingungen unberücksichtigt

Völlig unberücksichtigt bleiben in der Diskussion um die private Altersvorsorge die realen Lebensbedingungen. Junge Menschen benötigen zuerst Ersparnisse für ihre Ausbildung, die Schaffung von Wohnraum und die Gründung einer Familie. In den erwerbstätigen Jahren bleibt in vielen Familien nach Abdeckung der Wohn- und Lebenshaltungskosten wenig übrig, um noch regelmäßig eine private Vorsorge zu besparen. Da mit der Zeit die Ausbildung der Kinder abgeschlossen und der Kredit für Haus oder Wohnung abbezahlt ist, reduzieren sich die Ausgaben im Alter. Warum also sollten wir bereits in jungen Jahren für das Alter vor-

sorgen, anstatt für Ausbildung und Wohnraum zu sparen?

Nicht selten laufen private Pensionsvorsorgeverträge parallel zu Kreditverträgen. Das ist unwirtschaftlich, da die zu zahlenden Kreditzinsen naturgemäß über der Guthabenverzinsung liegen. Viel sinnvoller ist es, nach Möglichkeit etwas zur Seite zu legen und bei Bedarf darauf zuzugreifen. Je kostengünstiger die gewählte Sparform ist, umso mehr Ertrag bleibt. Und je flexibler das Finanzprodukt ist, desto geringer der finanzielle Nachteil bei Zugriff im Bedarfsfall.

Am Beispiel der Zukunftsvorsorge zeigt sich, dass die staatliche Förderung kein Garant für ein gutes Vorsorgeprodukt ist. Bei ihrer Einführung im Jahr 2003 wurde sie als der große Wurf verkauft. Die staatliche Förderung, die sich die Versicherten übrigens über Steuergelder selbst bezahlen, und die Garantie des Rentenkapitals zum Vertragsende ließen die Verkaufszahlen in die Höhe schnellen. Nicht zuletzt deshalb, weil die staatliche Prämie von anfangs 9,5 Prozent von den KonsumentInnen als Jahreszinssatz verstanden wurde und nicht als Zuschuss zur jährlichen Einzahlung.

Keine Wertsteigerung

Die Kombination aus Wertpapierspekulation und Kapitalgarantie verursacht hohe Kosten und führte aufgrund der stetig sinkenden Aktienkurse dazu, dass viele der Verträge ausgestoppt wurden. Die Aktienanteile mussten zur Absicherung der Veranlagung laufend reduziert wer-

den, was eine Wertsteigerung ausschloss. Das Recht zur Vertragsauflösung vor Ablauf der gesetzlichen Mindestbindfrist bekamen die VertragsinhaberInnen trotzdem nicht. Wirklich gelohnt hat sich diese Vorsorge wohl für die Wenigsten. Und statt dieses Vorsorgeinstrument im Sinne der AnlegerInnen zu reformieren, wurde 2012 die staatliche Förderung halbiert und beträgt seither nur mehr 4,25 Prozent.

Verlustrisiken

Auch fondsgebundene Lebensversicherungen wurden und werden als Vorsorgeprodukte angepriesen. Während sich viele InhaberInnen einer solchen noch von den Verlusten durch die Finanzkrise zu erholen versuchen, werden schon wieder neue Verträge dieser Art vertrieben. Dabei besteht grundsätzlich ein vom Fonds abhängiges Verlustrisiko, welches bis zum Totalverlust gehen kann. Erfahrungsgemäß ist den betroffenen KundInnen dieses Risiko sehr oft nicht bewusst.

Um dem Wunsch nach Sicherheit Rechnung zu tragen, statten die Anbieter fondsgebundene Lebensversicherungen mit Kapitalgarantie, Höchststandsgarantie oder garantierten Mindestauszahlungen aus. Wie bei der staatlich geförderten Zukunftsvorsorge kostet diese Sicherheit auch hier: je höher das Verlustrisiko, desto höher die Garantiekosten. Zusätzlich sind diese Produkte besonders unflexibel, da die Garantien nur zum Laufzeitende gelten. Und Kapitalgarantien sichern in der Regel nicht das eingezahlte Kapital, son-

dern nur den sogenannten Sparanteil, also jenen Teil der Prämie, der nach Abzug der Kosten veranlagt wird. Manche Anbieter versuchen sich nun aus der Haftung zu stehlen, indem Fondswechsel angeboten werden und ganz nebenbei Garantien wegfallen. Dies zeigt, dass auch Garantieprodukte nicht die gewünschte Sicherheit in der Vorsorge bieten.

Bleibt die klassische Rentenversicherung mit laufender Einzahlung und lebenslanger Rente. Doch auch sie ist aufgrund der hohen Vertragskosten und dem aktuellen Garantiezinssatz von 0,5 Prozent nicht attraktiv. Selbst wenn der Vertrag über viele Jahre bespart wird, ist aus heutiger Sicht von Verlusten auszugehen, da zuerst die erheblichen Abschlusskosten und die laufenden Verwaltungskosten erwirtschaftet werden müssen. Besonders hoch sind die Verluste, wenn die Verträge vorzeitig gekündigt werden. Wer dennoch eine Rentenversicherung abschließt, sollte daher sicherstellen, dass der Vertrag eingehalten werden kann.

Für eine lebenslange garantierte Rente muss nicht unbedingt eine klassische Rentenversicherung inklusive Einzahlungsphase abgeschlossen werden. Alternativ kann jede beliebige Sparform gewählt werden und der ersparte Betrag zum gewünschten Auszahlungsbeginn in eine Lebensversicherung mit sofort beginnender Rentenzahlung eingebracht werden. Bei diesem Modell können Sparformen mit höherem Ertrag, geringeren Kosten und/oder größerer Flexibilität gewählt werden. Voraussetzung ist diszipliniertes Sparen.

Immer abenteuerlicher

Schlechte Erfahrungen mit herkömmlichen Vorsorgeprodukten und die Niedrigzinssituation führen dazu, dass immer abenteuerlichere Finanzdienstleistungen angeboten werden: Beteiligungen an und **nachrangige Darlehen** für Unternehmen versprechen hohe Erträge, jedoch sind die Risiken sehr hoch. Ob und wie hohe Erträge ausgezahlt werden, hängt vom Erfolg des jeweiligen Unternehmens ab. Durch Verluste können Beteiligungen auf null schrumpfen und manche Verträge beinhalten sogar eine **Nachschuss-**

pflicht. Wer glaubt, sein Geld bei nachteiliger Entwicklung noch rasch abziehen zu können, der irrt: Lange Vertragsbindungen oder Kündigungsfristen verhindern das meist. Aktuell sehr beliebt sind auch Gold- und Edelmetallsparpläne. Sie sind aufgrund der hohen Kosten und der großen Kursspannen bei kleiner Stückelung meist unrentabel. Selbst bei seriöser Veranlagung in Gold ist das grundsätzliche Kursrisiko zu beachten.

Wie also sollen wir vorsorgen und wofür? Es macht für jede/n Einzelne/n Sinn, Reserven zu schaffen für unerwartete Ereignisse und Zeiten mit geringerem Einkommen – nicht vorrangig für die Pension, sondern für Weiterbildung, Kindererziehungszeiten, Arbeitslosigkeit, Krankheit und sonstige Auszeiten. Ein simples Sparbuch ist der erste Schritt, denn alles Sparen ist Vorsorge. Bei größeren Summen lohnt es sich, unterschiedliche Produkte, Institute und Laufzeiten zu wählen und nicht alles auf ein Pferd zu setzen.

Der ideale Zeitpunkt für eine Pensionsvorsorge ist nicht möglichst früh, sondern dann, wenn das Geld dafür zur Verfügung steht. Und es muss kein langfristiger, kostenintensiver und

unflexibler Vertrag sein. Wichtig ist, dass die Sparform der Lebenssituation, den finanziellen Möglichkeiten und der individuellen Risikobereitschaft entspricht.

Solidarsystem weiterentwickeln

Die individuelle Herausforderung bei der privaten Vorsorge ist es, klar und gezielt zu kalkulieren und sich nicht von der allgemeinen Pensionshysterie und den gewinngetriebenen Werbebotschaften blenden zu lassen.

Die gesellschaftliche Aufgabe der Arbeiterkammer zur kollektiven Vorsorge wiederum besteht darin, die Voraussetzungen für gute Aus- und Weiterbildung zu schaffen, Arbeit und Vermögen fair zu verteilen und ein effizientes und solidarisches Sozialsystem weiterzuentwickeln.

AKOÖ-Online-Anlageberater:
ooe.konsumentenschutz.at

Schreiben Sie Ihre Meinung an die Autorin
weiss.u@akooe.at
oder die Redaktion
aw@oegb.at

Gut zu wissen

Geoblocking oder Re-Routing: Was hinter diesen Begriffen steckt, worauf NutzerInnen achten sollten und wo sie sich informieren können.

IP-Adresse: Beim Surfen im Web erhält jeder Rechner eine IP-Adresse, die Abkürzung „IP“ steht für Internetprotokoll. Man könnte diese Adresse mit einem Kennzeichen vergleichen: Mit ihr ist jeder Computer, jedes Tablet und jedes Smartphone weltweit eindeutig identifizierbar.

Geoblocking: Viele Anbieter blockieren den Zugang für KonsumentInnen aus dem Ausland. KonsumentInnen können dann zum Beispiel nicht in jenem Online-Shop bestellen, in dem das Produkt am günstigsten angeboten wird, sondern nur im eigenen Land. Oftmals bekommen sie die Preise aus anderen Ländern niemals zu Gesicht (siehe „Re-Routing“).

Als Argument für Geoblocking könnte man unterschiedliche Lohnniveaus ins Feld führen, die unterschiedliche Preise innerhalb der EU rechtfertigten.

Immerhin ist es nicht einzusehen, dass ein vergleichsweise besser verdienender EU-Bürger im billigeren Webshop eines anderen EU-Landes mit einem niedrigeren Lohnniveau einkauft – und damit vielleicht sogar die dortigen Preise zum Nachteil der dort lebenden Menschen beeinflusst. Dazu sei angemerkt, dass Online-Händler bisweilen sogar das Gegenteil betreiben.

Dagegen spricht, dass es sich dabei um eine Diskriminierung aufgrund des Wohnortes oder der Staatsbürgerschaft handelt. Der VKI wiederum spricht von einem „knallharten Protektionismus“ durch Online-Händler.

Re-Routing: Das bedeutet, dass man automatisch zu einer anderen Website weitergeleitet wird. Bei grenzüberschreitend tätigen Online-Händlern heißt das, dass man dann immer im Online-Shop des eigenen Landes landet. Inzwischen wird man meist gebeten, dieser Umleitung zuzustimmen. Lehnt man ab, kann man im Online-Shop des ursprünglich ausgewählten Landes surfen. Allerdings hat man nur das Recht auf Windowshopping, denn KonsumentInnen in der EU haben kein Recht darauf, die Produkte auch auf der Seite im EU-Ausland zu kaufen. Anbieter umgehen dies beispielsweise dadurch, dass sie in den länderspezifischen Shops nur Lieferungen in das jeweilige Land anbieten.

Cookies: Ein Cookie ist eine Datei, in der das Verhalten und Surfen von NutzerInnen protokolliert und gespeichert wird. Dieses Protokoll wird als Information an den Anbieter geschickt. Praktisch können Cookies sein, wenn man Produkte in einen Warenkorb legt, man aber noch eine Nacht darüber schlafen möchte, bevor man zuschlägt. Cookies sorgen dafür, dass die Produkte noch im Warenkorb sind, wenn man die Seite nach dieser Nachdenkpause wieder aufruft. So praktisch dies ist, so anfällig ist es für Missbrauch.

Cookies werden für viele verschiedene Funktionen eingesetzt, unter anderem zum Verfolgen des Surfverhaltens. Für den Computer sind Cookies an sich nicht gefährlich, es sind weder Viren, noch können sie Schadsoftware installieren. Auch werden sie

nicht ausschließlich für Werbezwecke verwendet.

Eine EU-Richtlinie sieht vor, dass Website-Anbieter die NutzerInnen darüber informieren müssen, welche personenbezogenen Daten erhoben und für welche Zwecke sie verwendet werden. In Österreich geht man allerdings davon aus, dass NutzerInnen durch ihre Browsereinstellungen – dort kann man die Verwendung von Cookies ablehnen – bereits ihre Zustimmung gegeben haben. Es ist jedenfalls sinnvoll, Cookies regelmäßig zu entfernen.

Beratung und Information

AK-KonsumentInnenschutz:

Telefonische Beratung und Terminvereinbarung (8–12 Uhr):
01/501 65-209
tinyurl.com/hpmgc8j

Verein für Konsumenteninformation (VKI):

Mariahilfer Straße 81
1060 Wien
Telefon: 01/588 77-0
Fax-Beratung: 01/588 77-71
E-Mail: konsument@vki.at

Saferinternet.at

www.saferinternet.at

Internet-Ombudsmann

www.ombudsmann.at



Nicht zuletzt

von

Gabriele Zgubic

Leiterin der Abteilung
Konsumentenpolitik der AK Wien

Starke Stimme nötig

Seit ihrer Gründung kümmert sich die Arbeiterkammer auch um die KonsumentInnen. So richtete die AK bereits im Jahr 1923 einen Ausschuss für Volksernährung und Konsumenteninteressen ein. Nach 1945 wurde eine Einkaufsberatung aufgebaut sowie der Verein für Konsumenteninformation als sozialpartnerschaftliche Einrichtung gegründet. Heute ist die AK die zentrale Anlaufstelle in KonsumentInnenschutzfragen.

Gesellschaftspolitische Dimension

Dennoch gibt es immer wieder Stimmen, die die Aufgaben der AK ausschließlich auf die Vertretung der ArbeitnehmerInnen reduzieren bzw. einen Keil zwischen ArbeitnehmerInnen- und KonsumentInneninteressen treiben wollen.

Dahinter stecken einerseits Bestrebungen, den KonsumentInnenschutz in Österreich bzw. speziell die AK zu schwächen. Andererseits steht dahinter ein eindimensionales Bild, das KonsumentInnen auf die Kaufhandlung am **Point of Sale** reduziert. In der KonsumentInnenpolitik muss aber die gesamte Lebensrealität eines Menschen berücksichtigt werden: die Erwerbs- und Haushaltstätigkeit, das soziale Umfeld und die Einbettung in ein Wertesystem.

Es geht nicht nur um Preis und Qualität eines Produktes oder einer Dienstleistung, sondern auch darum, unter welchen Bedingungen und mit

welchen Auswirkungen diese produziert bzw. angeboten werden.

Aktive KonsumentInnenpolitik erhebt somit Anspruch auf umfassende Gestaltung der gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und des Verhältnisses von Staat, Markt und BürgerInnen. Die AK ist die einzige Institution, die ihre Mitglieder ohne Rollenparzellierung umfassend in all ihren Interessen vertritt – und genau das ist auch ihre Stärke.

Der größte Brocken an den Haushaltsausgaben ist Wohnen. Aufgrund der seit Jahren über der Inflation liegenden Mietensteigerungen ist die Sicherung leistbaren Wohnraumes durch eine mietenbegrenzende Mietrechtsreform ein Gebot der Stunde. Zugleich darf der soziale Wohnbau nicht durch Unterfinanzierung und Privatisierung geschwächt werden.

Der digitale Wandel bringt Vorteile, aber auch neue Probleme, insbesondere im Datenschutz. Der und die Einzelne muss die Verfügungsgewalt über seine/ihre eigenen Daten zurückerlangen. Die Lebensweise darf nicht zur wirtschaftlichen Klassifizierung (Scoring) und Diskriminierung führen. Die zunehmende Marktmacht einzelner digitaler Unternehmen sowie Internetbetrug müssen bekämpft werden.

Seit den Pensionskürzungen vor rund 15 Jahren boomen private Pensionsvorsorgeprodukte. AK-Studien zeigen: Gewinner waren bislang vor allem die Versicherungen. Es ist daher not-

wendig, das staatliche Pensionssystem als den wesentlichen Garanten für die Altersabsicherung zu gewährleisten. Massenschäden wie **Alpine** oder **Schiffsfonds** zeigen: Wirksame Instrumente für die Durchsetzung von Ansprüchen vieler Geschädigter durch Sammelklagen sind dringend notwendig.

Für den KonsumentInnenschutz hat die EU viele Verbesserungen gebracht. Allerdings setzt die Kommission immer stärker auf Vollharmonisierung. Dies bedeutet letztlich eine Nivellierung nach unten. Österreichische Schutzniveaus kommen unter Druck, wie die Vorschläge zu Vertragsstandards im Telekommunikationsbereich deutlich zeigen. Daher: Nationale hohe Standards müssen weiterhin möglich sein.

Ebenbürtiges Gegengewicht

Der VKI spielt eine zentrale Rolle im KonsumentInnenschutz. Die AK wird weiterhin Verantwortung für den VKI tragen. Die Finanzierung ist aber nicht nur Sache der AK. Daher ist eine langfristige Absicherung durch die öffentliche Hand notwendig. Die AK spielt eine wichtige Rolle als Markt- und Preiswächter, geht gegen gesetzwidrige Klauseln oder unfaire Geschäftspraktiken vor und bietet individuelle Unterstützung an. Als starke Institution ist sie ein ebenbürtiges Gegengewicht zur Macht der Unternehmen und des Staates. Und das ist nötiger denn je.

GELD IST NICHT ALLES: BEISPIEL BRASILIEN

In der brasilianischen Sozialpolitik wurde zuletzt vor allem ein Konzept zur Armutsbekämpfung umgesetzt, das auch die neoliberal dominierte Weltbank forciert: an Bedingungen geknüpfte Geldleistungen (Conditional Cash Transfers). So bekommen über das Programm Bolsa Familia über 13 Millionen arme Familien Unterstützung. Hunger und extreme Armut wurden bekämpft und die Teilhabe der Armen am Massenkonsum ermöglicht.

Beim Aufbau neuer Infrastruktur gibt es dagegen nur wenig Erfolg. Die reaktionären Kräfte, die Brasilien seit Mai 2016 regieren, stärken ausgrenzende und hierarchisch strukturierte Institutionen und Infrastrukturen: hoch subventionierte private Medienkonzerne, autofreundliche Verkehrskonzepte, Privatschulen und Privatkrankenkassen. Bei Einrichtungen wie öffentlichen Schulen oder Krankenhäusern wird hingegen gekürzt.

Staatliche Geldtransfers allein ermöglichen kein gutes Leben für alle. Vielmehr ändert sich nichts an Gesellschaftsstrukturen, in denen öffentliche Angebote nur in schlechter Qualität verfügbar sind und nur von Menschen in Anspruch genommen werden, die sich nichts anderes leisten können.

Lesen Sie mehr: tinyurl.com/zs68fee

KOLLEKTIVVERTRÄGE IN EUROPA

Nach dem Zweiten Weltkrieg galten starke Gewerkschaften und umfassende Kollektivvertragssysteme als Garanten für eine relativ **egalitäre** Einkommensverteilung und Vorbedingung für nachhaltiges und inklusives Wachstum. Zuletzt ist in der EU allerdings eine Sichtweise vorherrschend, die Löhne und Kollektivverträge vor allem als Problem für die Wettbewerbsfähigkeit ansieht. Im Rahmen der neuen europäischen **Economic Governance** haben neoliberale Ansichten an Einfluss gewonnen und zu politischen Empfehlungen geführt, die in einigen Ländern weitreichende Eingriffe in die nationalen Kollektivvertragssysteme begründet haben. Es kam in einigen europäischen Ländern zu einem beachtlichen Rückgang von Flächenkollektivverträgen und ihrer Bindungswirkung. Zu beobachten sind in Süd- und Osteuropa deutliche Rückgänge der Reallöhne und ein Anstieg der Lohnungleichheit.

Ein Ausweg aus der Krise in Europa kann aber nur gelingen, wenn die Ungleichheit verringert wird und die Realeinkommen der Mehrheit der Menschen steigen. Dazu braucht es ein alternatives Wohlstandsmodell mit nationaler Umsetzung und europaweiter Koordinierung. Ein Schritt in diese Richtung ist die Kampagne des Europäischen Gewerkschaftsbunds unter dem Motto „Europe needs a pay rise“, mit der nationale Gewerkschaftsstrategien zur Stärkung der Lohn- und Kollektivvertragspolitik europaweit koordiniert werden sollen.

Lesen Sie mehr: tinyurl.com/zwy25xd

WIEN UND DIE GENTRIFIZIERUNG

Über Gentrifizierung in europäischen Großstädten kann man schon länger lesen, aber wie sieht die Situation in Wien aus? Gentrifizierung meint grob gesagt Prozesse, bei denen sich entweder durch Zuzug bestimmter Gesellschaftsgruppen oder Investitionen in bauliche Strukturen Miet- und Kaufpreissteigerungen ergeben, die letztlich eine Verdrängung von einkommensschwächeren Gruppen zur Folge haben.

In Wien federte ein starker sozialer Wohnbau und ein im internationalen Vergleich entspannter Wohnungsmarkt viele negative Entwicklungen ab. Kaum eine andere Stadt besitzt ähnlich große kommunale Wohnbaubestände: Nur etwa ein Drittel der Bevölkerung lebt in privaten Mietwohnungen und unterliegt damit allenfalls der Gentrifizierung. Dennoch muss auch in Zukunft der soziale Wohnbau gestärkt werden, um neoliberale Tendenzen einzubremsen. Weiters sollten Investoren einen Teil der sozialen Verantwortung tragen und beispielsweise verpflichtet werden, einen Teil von Neubauten oder Nachverdichtungen sozial verträglich zu vermieten.

Lesen Sie mehr: tinyurl.com/jm5tgwc

Der **blog.arbeit-wirtschaft.at** ist die digitale Ergänzung zur Printausgabe der „A&W“. Frisch gebloggt zeigt einige Highlights, die kürzlich online zu lesen waren. Die Artikel in voller Länge sowie jede Menge anderer spannender Artikel finden sich unter

blog.arbeit-wirtschaft.at.

Hier einige besonders lesenswerte Beiträge:

- » Warum Geld umverteilen allein keinen Systemwandel ermöglicht (Andreas Novy)
- » Europaweite Stärkung der Kollektivvertragssysteme gefragt (Thorsten Schulten, Guy Van Gyes und Torsten Müller)
- » Gentrifizierung in Wien? Eine Annäherung (Katharina Hammer und Judith Wittrich)

Wenn Ihnen ein Blogbeitrag gefällt, belohnen Sie uns und die Autorinnen und Autoren doch damit, dass Sie den Beitrag per Facebook, Twitter, E-Mail oder – ganz klassisch – per Mundpropaganda an interessierte Menschen weitergeben!

Wir freuen uns, wenn Sie uns abonnieren:

blog.arbeit-wirtschaft.at

Sie finden uns auch auf Facebook:
facebook.com/arbeit.wirtschaft

Aus AK und Gewerkschaften

AK:

Schutzpaket für WärmekundInnen!

Der Fern- und Nahwärmemarkt ist intransparent. Die AK ist für eine Regulierung wie bei Strom und Gas.

Mehr Transparenz und eine stärkere Regulierung des Fern- und Nahwärmemarktes: Das fordert die Arbeiterkammer anlässlich der Präsentation einer Studie zu Energiearmut von E-Control und Statistik Austria. „Während es für Strom- und GaskundInnen mit finanziellen Schwierigkeiten Schutzregeln gibt, fehlen diese gänzlich für die WärmekundInnen. Diese Ungleichbehandlung von EnergiekonsumentInnen ist nicht zu rechtfertigen“, sagt Dorothea Herzele, Energieexpertin der AK Wien.

Der Markt ist intransparent, es ist kaum möglich, Informationen über Preise und Vertragsbedingungen zu erhalten. Dabei wird mittlerweile fast jede vierte Wohnung (24 Prozent) in Österreich mit Nah- oder Fernwärme versorgt. Eine Studie im Auftrag von AK und Kli-

ma- und Energiefonds stellte Preisunterschiede von bis zu 60 Prozent fest.

Nur ein behördlich geführter Preismonitor kann die Transparenz erhöhen und Preisvergleiche ermöglichen, ähnlich dem Spritpreisrechner oder dem Preismonitor der E-Control. Wie bei Strom und Gas sollte es Mindestanforderungen zu den Wärme-Rechnungen und Info-Materialien geben.

Besonders schwierig ist es für WärmekundInnen, wenn sie Zahlungsschwierigkeiten haben, denn das kann teuer werden: Für Mahngebühren können bis zu 15 Euro anfallen, kommt es zur Abschaltung, kann das bis zu 148 Euro kosten. „Für einkommensschwache Haushalte können diese Kosten ein Desaster werden und die Spirale der Energiearmut nach unten beschleunigen.“

Die Unterbrechung der Wärmeversorgung ist auch gesundheitsbedrohend, vor allem in Haushalten mit kleinen Kindern oder alten Menschen“, sagt Herzele. Deshalb fordert die Energieexpertin, dass es wie bei Strom und Gas eine qualifizierte Mahnung vor einer Abschaltung der Wärmeversorgung geben soll, wenn zum Beispiel eine Rechnung nicht bezahlt wurde. Eine Abschaltung vor Wochenenden oder Feiertagen muss untersagt werden – wie bei anderen leitungsgebundenen Energieträgern. Für die Nebenkosten wie eine Mahnung sollte es eine Höchstpreisregelung geben. Derzeit kann eine Ab- und Wiederanschaltung bis zu 140 Euro kosten, bei Strom/Gas sind es maximal 30 Euro.

Die Studie zu Energiearmut:
tinyurl.com/hekfx3z

AK:

Online-Lizenz zum Bestpreis?

Test von Preisagenten zeigt: Um beim Online-Shopping zu sparen, braucht man Zeit und Wissen.

Im Internet kommt es immer öfter vor, dass sich Preise von Produkten im Laufe von wenigen Tagen oder Wochen erheblich ändern. „Für Konsumenten und Konsumentinnen wird es immer schwieriger, die Preise für ihr Wunschprodukt zu vergleichen“, sagt AK-Konsumentenschützerin Daniela Zimmer. Abhilfe versprechen zahlreiche, kostenlose Online-Services, die etwa unter der Bezeichnung Preisagenten, Preistracker oder Preisalarm auf Preisvergleichs- oder Online-Versandportalen als Browser-Erweiterung oder App angeboten werden. Die AK hat 17 verschiedene solcher Zusatz-Tools untersucht. Das Ergebnis: Vorsicht ist geboten. Preisagenten beobachten Preisschwankungen bei verschiedenen Shops und benachrichtigen KundInnen automatisch, wenn der gewünschte – oder ein niedrigerer – Preis für ihr Wunschprodukt erreicht wird. Für das ausgewählte Produkt kann man den Preisverlauf ansehen, um

die Preisentwicklung oder Muster bei der Preisfestlegung erkennen zu können.

Einen umfassenden Marktüberblick kann man sich nicht erwarten, gibt Zimmer zu bedenken: „Die Service-Anbieter entscheiden aber alleine darüber, welche Online-Shops sie listen.“ Die Anzahl an Angeboten, die in die Preisbeobachtung miteinbezogen wird, unterscheidet sich maßgeblich, bei den untersuchten Diensten waren es zwischen fünf (Browser-Add-on) und 294 (Preissuchmaschine). Es bleibt intransparent, ob überhaupt eine angemessene Vielfalt an Angeboten miteinbezogen wurde und wie aktuell die Daten sind. Nachteilig ist auch, „dass Konsumenten und Konsumentinnen oft nicht sofort den Endpreis inklusive Versandkosten erkennen können. Die Versandkosten hängen davon ab, wie bezahlt wird – etwa per Nachnahme, Vorkassa, PayPal oder Kreditkarte“, so Zimmer.

Ein exemplarischer Test bei vier gängigen Produkten (drei Smartphones und eine Kompaktkamera) zeigt ernüchternde Ergebnisse. So werden zuweilen viele Treffer angezeigt, jedoch sind diese nicht immer hilfreich. Sie beinhalten zwar mitunter zahlreiche Modellvarianten – aber auch solche, die gar nicht gewünscht sind. Die verlinkten Händler liefern nicht immer nach Österreich und wenn doch, dann mit hohen Versandkosten (bis zu 25 Euro für eine Kompaktkamera). Oder als Produkt zum Bestpreis wird ein anderes Modell als das Gesuchte angeführt. Das Fazit: Wer es nicht sehr eilig hat, kann mithilfe von Preisagenten mitunter wirklich Geld sparen. Allerdings sollte man sich informieren, welcher Preisagent am sinnvollsten ist und wie man das Tool am besten bedient.

Tipps:
tinyurl.com/z9asn8n

Man kann nicht alles wissen ...

Albrecht, Jan Philipp: deutsch-französischer Politiker der Grünen, geb. 1982; seit 2009 EU-Parlamentarier, der Jurist gilt als Datenschutzexperte. (Seite 38)

Alpine: Salzburger Baufirma, die 2013 Insolvenz anmeldete und deren Anleihen in den Jahren davor trotz bereits bekannter finanzieller Schieflage von österreichischen Banken in großem Stil auch an KleinanlegerInnen verkauft wurden. Zum Zeitpunkt der Emissionen war der Baukonzern bereits in finanzieller Schieflage, wie sich später herausstellte. Die AK strengte dazu Sammelklagen der Geschädigten gegen mehrere Banken an. (Seite 43)

Buddy: Kumpel; Partner zur gegenseitigen Absicherung etwa beim Tauchen; Plural: Buddies. (Seite 13)

CES (Consumer Electronics Show): Internationale Technik- und Elektronikmesse, die seit 1967 alljährlich im Jänner in Las Vegas stattfindet. (Seite 36)

Climate Institute: 1986 in Washington gegründete Forschungseinrichtung, die sich als Erste nur mit dem Klimawandel beschäftigt. (Seite 26)

disruptiv: zerstörend, etwas Bestehendes verdrängend. (Seite 13)

Economic Governance: Hier: wirtschaftspolitische Steuerung der EU; im Zuge der Finanz- und Wirtschaftskrise waren die gegenseitigen Abhängigkeiten der Staaten deutlich geworden. Als Reaktion darauf wurde die (nicht unumstrittene) neue wirtschaftspolitische Steuerung der EU entwickelt, die sich auf drei Grundpfeiler stützt: straffere Wirtschaftsagenda der Mitgliedstaaten mit engerer Überwachung durch die EU; Maßnahmen zur Erhaltung der Stabilität in der Eurozone sowie zur Sanierung des Finanzsektors. (Seite 44)

egalitär: auf politische/soziale Gleichberechtigung ausgerichtet. (Seite 44)

ESMT (European School of Management and Technology) Berlin: 2002 von 25 deutschen Unternehmen und Verbänden gegründete private Hochschule, die neben Berlin auch einen Campus in Köln hat. (Seite 36)

Gadget: technischer Gegenstand mit neuartigen Funktionen. (Seite 17)

Gewährleistung: Die Gewährleistung betrifft Mängel, die zum Zeitpunkt der Waren- oder Werkübergabe bereits vorhanden waren, auch wenn man diese erst später bemerkt. Der Händler muss die Ware austauschen oder kostenlos reparieren. Für Lieferwege, Arbeitszeit, Ersatzteile etc. dürfen keine Kosten verrechnet werden. Die Gewährleistungsfrist beträgt zwei Jahre ab Übergabe bei beweglichen Dingen (z. B. bei Büchern, Geräten, Autos) und drei Jahre bei unbeweglichen Sachen (Haus, Zentralheizung etc.). Beim Kauf von gebrauchten beweglichen Waren kann die Gewährleistungsfrist auf ein Jahr verkürzt werden – wenn das zwischen VerkäuferIn und KäuferIn extra ausgehandelt wird.

Im Unterschied dazu handelt es sich bei der Garantie üblicherweise um eine besondere vertragliche Zusage, bei Mangelhaftigkeit eines Produktes dieses zu reparieren, auszutauschen oder sonst Abhilfe zu schaffen. (Seite 17)

Graswurzel-Bewegung: politische oder gesellschaftliche Initiative, bei der Ideen an der Basis (= aus der Bevölkerung) entstehen. (Seite 21)

Greenwashing: „Grünwaschen“ – angelehnt an den englischen Begriff whitewash (schönfärben) und an die Farbe Grün als Symbol für Natur- und Umweltschutz. (Seite 13)

ICRT (International Consumer Research and Testing): 1990 gegründete, internationale Dachorganisation zur Verwaltung von gemeinschaftlich durchgeführten vergleichenden Warentests, Markt- und Produktrecherchen. Der Sitz befindet sich in London mit einem Außenbüro in Brüssel. Die rund 40 Mitglieder sind Verbraucherorganisationen, die in ihren Veröffentlichungen keine Produktwerbung betreiben und unabhängig sind. ICRT führt jährlich etwa 50 große gemeinschaftliche Tests durch. www.international-testing.org (Seite 23)

immanent: innewohnend, innerhalb einer Grenze verbleibend. (Seite 13)

Projekt Jacquard: Das Projekt, bei dem elektronische Bestandteile in Textilien eingewebt werden, ist benannt nach dem französischen Weber Joseph-Marie Jacquard. Er erfand 1805 eine Vorrichtung, mit deren Hilfe man jeden Kettfaden an der Webmaschine steuern konnte. Die Jacquard-Webstühle waren die ersten, die mithilfe von Lochkarten ermöglichten, dass beliebig komplizierte Musterungen ins Gewebe eingewebt werden konnten. (Seite 37)

Nachrangiges Darlehen: Darlehen, das im Falle einer Insolvenz in dem Sinne nachrangig behandelt wird, als es erst nach den anderen Verbindlichkeiten bedient wird. Die Rückzahlung an die Darlehensgeber erfolgt daher erst, nachdem alle anderen (nicht nachrangigen) Gläubiger (z. B. Lieferanten, Banken) in voller Höhe ausbezahlt wurden. Das damit verbundene höhere Risiko der nachrangigen Darlehen wird in der Regel durch einen gegenüber „normalen“ Krediten höheren Zins oder eine zusätzliche Gewinnbeteiligung vergütet. (Seite 41)

Nachschusspflicht: Verpflichtung von GesellschafterInnen oder GenossenschafterInnen, bei Bedarf anteilsmäßig das bestehende Gesellschaftskapital zu erhöhen bzw. für entstandene Verluste zu haften. Diese Pflicht kann sich aus dem Gesetz, der Satzung oder dem Gesellschaftsvertrag ergeben. (Seite 41)

Ökodesign-Richtlinie: EU-Richtlinie für die Festlegung von Anforderungen an die umweltgerechte Gestaltung energieverbrauchsrelevanter Produkte (z. B. verpflichtende Energieverbrauchsangabe). Die Richtlinie, der zuerst die Glühlampen „zum Opfer fielen“, wurde seit 2005 etappenweise immer

wieder verschärft bzw. auf weitere Produktgruppen ausgedehnt. Während es anfangs hauptsächlich um direkt energiebetriebene Produkte ging, werden von der Richtlinie jetzt alle Waren erfasst, die Einfluss auf die Energieeffizienz haben, wie etwa Dämmstoffe. Die jeweiligen Durchführungsverordnungen für die einzelnen Produkte greifen unmittelbar, direkt und ohne Übergangsfrist in den Mitgliedstaaten. Werden die Mindestanforderungen nicht erfüllt, darf das betreffende Produkt im EU-Binnenmarkt nicht mehr in Verkehr gebracht werden. (Seite 17)

Point of Sale (PoS): Verkaufsort, Geschäftslokal. (Seite 43)

Rana Plaza: Im April 2013 in Bangladesch eingestürztes, neunstöckiges, zum Teil illegal errichtetes Gebäude, das fünf Textilfabriken beherbergte. Das bis heute größte Unglück in der Geschichte der Textilindustrie forderte 1.138 Menschenleben und über 2.000 Verletzte und steht symptomatisch für die desolaten Arbeits- und Sicherheitsbedingungen in der gesamten Textil-, Kleider- und Schuhindustrie weltweit. (Seite 10)

Schiffsfonds: Vor der Wirtschaftskrise wurden (geschlossene) Schiffsfonds ebenso wie Immobilienfonds in großem Umfang auch an kleine AnlegerInnen verkauft. Nach krisenbedingten großen Verlusten wurden Banken zu Schadenersatzzahlungen verurteilt, weil sie nicht über das Totalverlustrisiko und versteckte Provisionen aufgeklärt hatten. (Seite 43)

Silage: Durch Milchsäuregärung in Silos konserviertes Futter für Weidetiere; siliert werden hauptsächlich Getreide, Gras, Mais, Klee und Ackerbohnen. Die Konservierungsmethode wird auch bei der Lagerung nachwachsender Rohstoffe angewandt. (Seite 30)

Sparda-Banken: Genossenschaftlich organisierte Banken, die ursprünglich von Eisenbahnern für Eisenbahner gegründet wurden. Die Banken stehen praktisch im Eigentum ihrer KundInnen und setzen den Schwerpunkt auf PrivatkundInnen. In Österreich fusionierten 2016 die Sparda-Bank Austria Nord und Austria Süd zur Sparda-Bank Austria, die Sparda-Bank Wien ist mittlerweile eine Aktiengesellschaft. (Seite 14)

UHD: Ultra High Definition, extrem hohe Auflösung, gebräuchlich ist auch die Bezeichnung 4 K, weil die Auflösung viermal so hoch ist wie bei Full HD. (Seite 16)

Umlageverfahren: Methode zur Finanzierung von Sozialleistungen, v. a. Pensionen. Die Gelder werden dabei nicht wie beim Kapitaldeckungsverfahren in speziellen Fonds angelegt, sondern die Beiträge der aktiven Versicherten dienen in derselben Periode zur Deckung der Rentenansprüche. (Seite 40)



Angestelltesgesetz

2 Bände + Online-Datenbank + e-book

Günther Löschnigg (Hrsg.)

Gesetze und Kommentare Nr. 1 / 10. neu bearbeitete Auflage / 2016 / 1420 Seiten / EUR 98,00
ISBN 978-3-99046-160-0

Das Angestelltesgesetz ist nicht nur das wichtigste Sondergesetz für eine Arbeitnehmergruppe, sondern hat Vorbildwirkung für das gesamte Arbeitsvertragsrecht. Bestimmungen, die nunmehr auch für andere ArbeitnehmerInnen gelten, haben ihre Wurzeln im Angestelltesgesetz.

Der vorliegende Kommentar beschränkt sich nicht nur auf die Erörterung der einzelnen Regelungen des Angestelltesgesetzes, sondern bezieht große Bereiche des allgemeinen Arbeitsrechtes ein. Damit wird das Arbeitsverhältnis der Angestellten in seiner Gesamtheit erfasst und rechtlich erörtert.

Die Neuauflage bringt die Literatur und Judikatur auf den neuesten Stand. Der Kommentar berücksichtigt auch das bereits ab 2016 in Kraft getretene Arbeitsrechts-Änderungsgesetz 2015. Namhafte Juristen und Juristinnen aus Wissenschaft und Praxis haben die Kommentare verfasst und gewährleisten eine ausgewogene Darstellung der vielfältigen Problem-bereiche.

ebook  online

BESTELLUNG

IM THEMESHOP DES ÖGB-VERLAGS
www.arbeit-recht-soziales.at / kontakt@arbeit-recht-soziales.at
F +43 1 405 49 98-136 / T +43 1 405 49 98-132
oder direkt in der Fachbuchhandlung des ÖGB-Verlags
1010 Wien, Rathausstraße 21

Anzahl der Exemplare

Name

Vorname

Firma/Institution

Telefon

E-Mail

Anschrift

PLZ

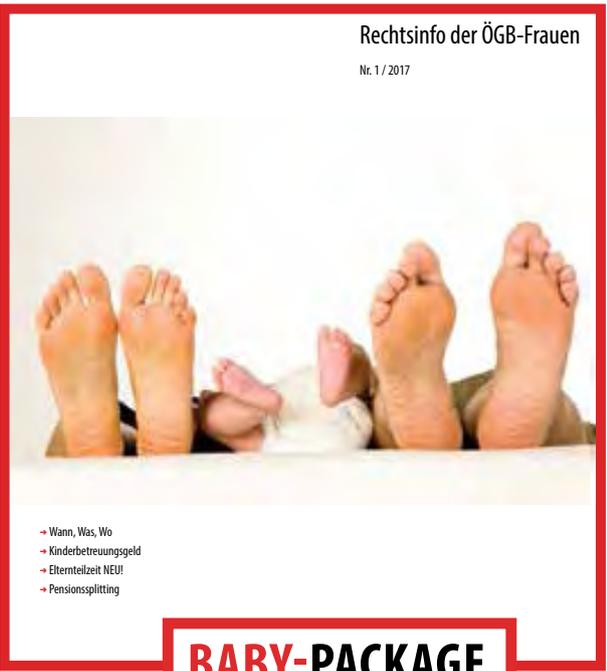
Ort

Datum, Unterschrift



WIR FÜR IHR RECHT!

Rechtsinfo der ÖGB-Frauen
Nr. 1 / 2017



→ Wann, Was, Wo
→ Kinderbetreuungsgeld
→ Elternteilzeit NEU!
→ Pensionsplitting

BABY-PACKAGE

ÖGB FRAUEN

DIE RECHTSINFO „BABY-PACKAGE“

Die Geburt eines Kindes stellt Eltern oft vor neue Herausforderungen. Was muss wann, an wen und in welcher Form geschickt werden? Mit der Rechtsinfo „Baby-Package“ verlieren werdende Eltern nicht den Überblick über Schwangerschaft, Karenz und Elternteilzeit.

Bestellung unter frauen@oegb.at
oder 01/534 44-39042 sowie als PDF-Download
(nur für Mitglieder) unter
www.oegb.at/frauen

Aktuelle rechtliche Informationen zum Download
unter www.oegb.at/frauen

ÖGB FRAUEN

Ein Ersuchen des Verlages an den/die BriefträgerIn:
Falls Sie diese Zeitschrift nicht zustellen können, teilen Sie
uns bitte hier den Grund und gegebenenfalls die neue oder
richtige Anschrift mit

Straße/Gasse Haus-Nr./Stiege/Stock/Tür
/
Postleitzahl Ort

Besten Dank

AW