

Konsument

VKI

TÄTIGKEITSBERICHT 2008

Informationssicherheit
Produktsicherheit
Rechtssicherheit



Wien

Alexandroff Alexandra Mag.	Hüttinger Margit	Plunder Gerhard DI
Aumann Manfred Dr.	Kaiser Veronika Dr.	Pöchlhacker Georg Mag.
Baronyai Karin Dr.	Kienast Manuela	Randa Irene Mag.
Bauer Anni	Klepp Bärbel Dr.	Reichholf-Kogler Ursula Mag.
Baumgarten-Doblander Karin	Kolacz Christoph	Reuter Max Mag.
Beck Birgit Mag.	Kolba Peter Dr.	Schmalengruber Beate Mag.
Bernhard Mirko Ing.	Kornherr Christian DI	Schmidt Veronika
Blazek Peter Mag.	Kortisch Karin	Schönfeldinger Gernot Mag.
Braunhofer Maria	Kreindl Gabi	Schöngruber Christina
Brunnhofer Konrad Ing.	Kretschmer Siglinde Mag.	Schranz Reinhold Mag.
Bucek Silvia	Krsmanovic Christian	Schreiner Karl
Burghart Sabine Mag.	Kubitschek Josef Dr.	Schreiner Michaela Mag.
Cociancig Marta	Lamp Richard	Sedlak Harald
Dermutz Arno DI	Lamp Susanne	Sedy Michael
Docekal Ulrike Mag.	Lausecker Bernd	Semrad Maria Mag.
Doppler Silvia Mag.	Le Tan Van DI Dr.	Seymann Otto
Ecker Maria Mag.	Liebhart Brigitte	Spanlang Elisabeth Dr.
Ettl Maria	Lindemayr Magdalena Mag.	Srna Paul
Eybl Karl	Majek Claudia Mag.	Stork Monika Mag.
Fegerl Marco	Marx Martha	Strasser Michael Ing.
Fichtinger Silke	Matt Eva Dr.	Streif Oswald DI
Fichtl Otto	Matuschak Bernhard Mag.	Strümpf Franz
Floss Franz Ing.	Meister Karina Mag.	Tacha Manfred Dr.
Forster Barbara Dr.	Mentschl Georg Mag.	Tichy Angela Dr.
Freudensprung Heinz Ing.	Mesic Dara	Tobisch Thomas
Frühholz Gerhard	Mikovits Christine	Trimmel-Wyss Doris
Gallei Edmund	Morawetz Andrea Mag.	Undeutsch Christian
Gangl Bettina	Mottl Susan	Undeutsch Gustav
Gelbmann Beate Dr.	Musel Regine	Unterfrauner Simone Mag.
Gossenreiter Birgit	Neubauer Brigitta	Vajasdi Doris
Gradauer Peter Ing.	Niklas Angelika	Wagner Renate DI
Haberl Erwin	Nuncic Manfred Mag.	Wallner Franz
Hager Walter	Paulitsch Eveline	Weingartner Alfred
Hartmann Thomas	Paulitsch Kurt	Winkler Andrea
Heintzl Rudolf Ing.	Peter Andreas	Wolf Ulrike Mag.
Hirmke Thomas Mag.	Petrasch Gerhard	Zellhofer Nina Mag.
Höld Barbara	Pfisterer Alexander Ing.	
Hoy Günter	Pitsch Helga	



Tirol

Bednarz Heidemarie
Oberlechner Andreas Dr.
Zweckberger Ilona Mag.

Franz Floss
Geschäftsführer
ffloss@vki.at



Foto: Wilke

Josef Kubitschek
Geschäftsführer
jkubitschek@vki.at



Foto: VKI

Der vorliegende Bericht gibt Ihnen einen Einblick in die vielfältige Tätigkeit des Vereins für Konsumenteninformation und seiner vier Bereiche Beratung, Publikation, Recht und Untersuchung. Er zeigt aber vor allem eines auf: das Engagement, Wissen und die Erfahrung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die hier tätig sind. All das ist die Grundlage, um sich effektiv und unbürokratisch für die Anliegen und Rechte der Konsumentinnen und Konsumenten einzusetzen und diesen beratend zur Seite zu stehen. Das geschieht etwa durch die Herausgabe der Zeitschrift „Konsument“, Tests und Reports zu aktuellen Themen, das umfassende Beratungsangebot des VKI oder die Klagstätigkeit – im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz (BMAŠK) bzw. aufgrund von Verträgen mit einzelnen Arbeiterkammern.

„Schneller, höher, weiter“ hieß es 2008 in den Bereichen Untersuchung und Publikation. „Schneller“ steht für die Aktualität der präsentierten Testergebnisse: So wurden einige Tests aufgrund ihrer Aktualität sofort auf www.konsument.at veröffentlicht. „Höher“ bedeutet, den steigenden Erwartungen der Konsumenten gerecht zu werden. Zusätzlich zum hohen Standard unserer Tests bieten wir daher ein individuelles Service in Form unserer Online-Versicherungsvergleiche an.

„Weiter“ steht nicht zuletzt für die Ausweitung des Themenangebotes, einerseits durch eine Vielzahl neu herausgegebener „Konsument“-Ratgeber, andererseits durch vermehrte Tests, unter anderem im Themenbereich Gesundheit.

Alle vier Bereiche hatten sich 2008 zudem den Herausforderungen durch die Wirtschafts- und Finanzkrise zu stellen. Besonders gefordert waren dabei die Bereiche Beratung und Recht. Die Bilanz des VKI-Beratungszentrums im Jahr 2008: rund 215.000 Kundenkontakte. Grenzüberschreitender Anfragen und Beschwerden nahmen sich die Mitarbeiter des Europäischen Verbraucherzentrums an. Der Bereich Recht wiederum betreute im Berichtsjahr rund 300 Musterprozesse, Verbandsklagen und Sammelklagen.

Wie der Tätigkeitsbericht auch ganz deutlich zeigt, ist es unsere Aufgabe, Konsumenten Sicherheit zu geben: in Form von Informationssicherheit, Produktsicherheit und Rechtssicherheit – besonders in wirtschaftlich unsicheren Zeiten. Für diese Herausforderung ist der VKI dank der Erlöse durch Publikationen und Projekte auch finanziell gut gerüstet. Der Eigenfinanzierungsgrad liegt bei 76 Prozent. Unter diesen Voraussetzungen werden die Mitarbeiter des VKI auch in Zukunft zum Wohle der Konsumenten mit bestem Wissen und Gewissen tätig sein können.

wer wir sind

Der Verein für Konsumenteninformation (VKI) ist nicht gewinnorientiert, der Objektivität verpflichtet und vertritt ausschließlich die Interessen der Verbraucher. Ziel ist es, die österreichische Bevölkerung objektiv und unabhängig von Firmen über Eigenschaften und Kaufbedingungen von Produkten sowie Dienstleistungen zu informieren und somit den Markt transparenter zu machen. Zudem stärkt der VKI die Position der Verbraucher und unterstützt sie bei der Durchsetzung ihrer Rechte.

Mitglieder des Vereins sind die vier Sozialpartner: Bundesarbeitskammer, Wirtschaftskammer Österreich, Österreichischer Gewerkschaftsbund sowie die Landwirtschaftskammer Österreich. Außerordentliches Mitglied ist die Republik Österreich – im Berichtsjahr vertreten durch das Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz.

impressum

Herausgeber und Medieninhaber
Verein für
Konsumenteninformation,
Mariahilfer Straße 81,
1060 Wien
ZVR-Zahl 389759993

Tel.
01 588 77-0
Fax
01 588 77-73
E-Mail
konsument@vki.at
Internet
www.konsument.at

Geschäftsführung
Ing. Franz Floss
Dr. Josef Kubitschek
Bereichsleitung Beratung
DI Renate Wagner
Bereichsleitung Publikation
Gerhard Frühholz
Bereichsleitung Recht
Dr. Peter Kolba
Bereichsleitung Untersuchung
Ing. Franz Floss

An dieser Ausgabe haben mitgearbeitet
Alle Mitarbeiter des VKI

Grafische Gestaltung
Erwin Haberl

Titelbild
Archiv, Erwin Haberl

Druck
Holzhausen Druck &
Medien G.m.b.H., 1140 Wien

Verlags- und Herstellungsort
Wien, Juni 2009

Konsumment

Mitarbeiter	2
Vorwort der Geschäftsführung	3
Ihre Meinung ist uns wichtig	5
Kurz und Knapp	6
Bereich Untersuchung	8
Bereich Publikation	14
Bereich Beratung	24
Europäisches Verbraucherzentrum	28
Bereich Recht	30
Kooperationen und Projekte	34
Interessenvertretungen	36
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	38
Finanzielle Lage	41
Organigramm	43
VKI-Chronik	44
Statuten	48

Verein für Konsumenteninformation

Foto: VKI

ihre meinung ist uns wichtig

Konsument“-Leser berichten, welche Bedeutung die Arbeit des Vereins für Konsumenteninformation für sie hat.

Ich persönlich halte diese Zeitschrift für das beste deutschsprachige Konsumentenmagazin und möchte nicht darauf verzichten.

Hartmut Hänsel
Velber

Immer schön so weitermachen! Sie helfen uns allen unser demokratisches Recht als KonsumentInnen mehr durchzusetzen, als es heute durch politische Wahlen möglich ist. Ehrliches Dankeschön!

Anemona Crisan
Wien

Ich bin mit dem „Konsument“ sehr zufrieden. Wenn ich auch nicht die Zeit habe, immer alles zu lesen, so schlage ich doch in allen Heften nach, wenn ich etwas kaufen will (ich hebe meine Hefte 7 Jahre auf).

Elfriede Jakobzig
Graz

„Konsument“ ist seit vielen Jahren für mich anregend und hilfreich. Lese die Zeitung nach Bedarf, dann auch ältere Nummern. Insgesamt sehr hilfreich beim Kauf von Produkten, wo mir ausreichende Sachkenntnis fehlt. Wichtig, dass „Konsument“ in meinen Augen unabhängig und objektiv informiert.

Dr. Herbert Duffek
Wien

Ihr Magazin behandelt periodisch alle Themen, die mich interessieren und Ihre Testdienten schon oft als gute Entscheidungshilfe bei Anschaffungen. Nur so weiter und Danke!

Roland Böese
Wien

Bis jetzt war immer etwas dabei, das mich persönlich sehr angesprochen hat. Ihr seid ja sehr bemüht so viele Themenbereiche wie möglich zu erfassen. Natürlich ist es nicht immer einfach, so rasch wie möglich auf kurzfristige

Änderungen einzugehen. Aber Ihr bemüht Euch wirklich sehr. Darum sage ich weiter so. Denn Eure Informationen sind wirklich zeitgerecht und für Laien verständlich und sehr hilfreich. Danke für Eure Bemühungen und weiterhin alles Gute für die Zukunft.

Brigitte Duffek
Wien

Wünsche mir noch viele weitere Ethik-Tests (z.B. auch für Geldanlagen). Gratuliere zum Erfolg (siehe H&M).

Paula Chalusch
Wien

Die Leute sollen nicht immer nur meckern, ich bin mit „Konsument“ sehr zufrieden!

Johannes Donnelly
Pirching a.T.

Mir hat Ihre Zeitschrift schon immer sehr gut gefallen und ich finde in wirklich jeder Ausgabe interessante Berichte für mich. Wenn ich alles durch habe, wandert das Heft weiter zu meinen Eltern und danach zu meinen Arbeitskollegen. Auch nutze ich Ihr Online-Archiv öfter, um nach alten Testberichten zu suchen, das ist wirklich sehr praktisch, dass ich die Hefte nicht mehr archivieren muss! Und bei meinen Einkäufen war mir Ihre Zeitschrift schon oft eine wichtige Entscheidungshilfe!

Claudia Högl
Graz-Göstling

Ich weiß, Sie wollen viele Fakten unterbringen, aber ich bin stark kurzsichtig und brauche inzwischen eine Gleitsichtbrille, und da muss ich mich mit allzu kleiner Schrift oft genug plagen (besonders auch wenn Schrift auf blauem Hintergrund). Meine Bitte: Nicht noch kleinere Schriftgrößen anbieten - denkt an die armen „Blindgänger“!

Christa Breidler
Wagrain

Wichtig für mich war und ist seit vielen Jahren - und ich hoffe es bleibt so - dass dieses Konsumentenmagazin ein von jeglichen wirtschaftlichen und politischen Einflüssen „unabhängiges“ Medium ist und daher alle Tests, Informationen, Trends aber auch Missbräuche, wirklich objektiv sind. Viele Kaufentscheidungen habe ich aufgrund Ihrer Informationen getroffen und mir dadurch Einiges an Kosten und Zeit erspart.

Ing. Götz Kissler
Maria Enzersdorf

Ich benutze den „Konsument“ seit vielen Jahren nicht nur für private Informationen, sondern auch im beruflichen Bereich, da ich, unabhängig von den jeweiligen Testergebnissen, von für mich interessanten Produktgruppen eine tolle Marktübersicht erhalte. Und die Rubriken „Vor bzw. hinter den Vorhang“ geben Aufschluss darüber, wie sich Firmen gegenüber Kunden verhalten.

Thomas Vavrinek
Breitenfurt bei Wien

Über viele Jahre hinweg ist „Konsument“ mein Einkaufsberater. Die Informationen über Produkte, sowie die rechtlichen Hinweise lassen mich wesentlich sicherer beim Einkaufen auftreten. Mit „Konsument“ habe ich mir immer wieder Geld und Ärger erspart.

Jürgen Conrad
Wien

Für Ihr nettes Schreiben und die Zusendung einer Taschenlampe darf ich mich herzlich bedanken. Vielleicht bin ich keine begeisterte Leserin (ich begeistere mich nicht so leicht für etwas), aber ich schätze die Zeitschrift „Konsument“ sehr und finde immer Artikel, die mich besonders interessieren. Vor jeder größeren Anschaffung suche ich mir die Pro-

duktartikel und -vergleiche als Hintergrundinformation heraus, obwohl die Produkttests ja wegen der rasanten technischen Entwicklung oft zum Zeitpunkt des Erscheinens bereits überholt sind, weisen doch Produktserien im Wesentlichen dieselben Merkmale auf und für das aktuelle Produkt kann man sich dann noch ein up-date erhoffen. Auch die positiven und negativen Erfahrungen der Leser mit Produkten und Produzenten sind mir sehr wichtig.

Christine Kriz
Wöllersdorf

Bezugehend auf Ihr Magazin kann ich nur sagen, dass die Tests und die anderen Artikel sehr informativ sind. Ich habe schon seit 1979 das Abo (es erschrickt mich, wie schnell die Jahre vergehen) und habe eigentlich noch nie daran gedacht, dieses Abo zu kündigen.

Karl Repitz
Neumarkt

Ich lese „Konsument“ schon seit -zig Jahren gerne, da man sonst ja wenig objektive Informationen über Produkte und Dienstleistungen bekommt. Mich interessieren meistens technische Informationen, da hier die Halbwertszeit immer kürzer und die Beratung in den Geschäften immer oberflächlicher wird. Beim Design der Zeitung fällt mir nur auf, dass der leere Platz, am Seitenkopf, zwischen den Beiträgen oder durch grosse Bilder, immer mehr wird.

Georg Waska
Viktring

Vielen Dank für die Hilfestellung in meiner Angelegenheit! Es ist ALLES zu meiner Zufriedenheit geregelt worden! Ergo : Ab mit Euch ALLEN VOR DEN VORHANG !

Wilhelm Wessely
Wien



Foto: VKI

Dr. Josef Kubitschek

Verstärkung für den VKI

Dr. Josef Kubitschek (47) studierte Ökonomie und Mathematik an der Universität Wien sowie an der Universität Stanford. Er war zuletzt in der „Sozial Global AG“ als Vorstand für Finanzen und Recht tätig und weist eine langjährige Erfahrung im Management diverser NGOs auf.

Seit dem 1. April 2008 ist Dr. Josef Kubitschek zweiter Geschäftsführer des Vereins für Konsumenteninformation (VKI). Er ist für die Bereiche Recht und Beratung sowie für die kaufmännischen Belange zuständig. Ing. Franz Floss, seit dem 1. November 2005 als Geschäftsführer tätig, bleibt weiterhin für die Bereiche Untersuchung und Publikation verantwortlich.

Herausforderung durch globalen Markt

Die künftigen Herausforderungen für den VKI sehen beide Geschäftsführer in der sich rasant verändernden Waren- und Dienstleistungswelt, unter anderem in den Bereichen Onlineshopping und grenzüberschreitender Konsum. „Unsere Aufgabe in den nächsten Jahren wird es daher sein, die Rechte der Verbraucher in einem globalisierten Markt weiterhin zu stärken und noch enger mit ausländischen Verbraucherorganisationen zusammen zu arbeiten“, betont Kubitschek.

Starke Marke

Eine weitere zentrale Aufgabe wird sein, den VKI als starke Marke klar zu positionieren – sowohl in Österreich als auch auf internationaler Ebene. Als wichtigste Voraussetzung dafür erachtet Kubitschek das Engagement, die langjährige Erfahrung und das Wissen der VKI-Mitarbeiter. „Dieses Know-how wird auch besonders in wirtschaftlich rauerer Zeiten gebraucht. Wir sind damit wichtige Ansprechpartner für Konsumenten, die mit den Folgen der Finanzkrise und deren vielfältigen Auswirkungen auf die Wirtschaft zu kämpfen haben. Unser Anliegen ist es hier, Sicherheit zu geben und sich schützend vor die Rechte der Konsumenten zu stellen.“

Europäischer Schülerkalender Wissen im Taschenformat

Wie schützt man sich vor den Tricks der Internet-Abzocker, oder was kann man tun, wenn der neu gekaufte MP3-Player nicht so funktioniert wie er soll? Darüber, und wer im Notfall hilft, informiert der kostenlos erhältliche Schülerkalender, der speziell auf die Bedürfnisse der Schülerinnen und Schüler zugeschnitten ist. Zudem kann dieser von Lehrern unterrichtsbegleitend eingesetzt werden. Für das Schul-

jahr 2008/09 erschien der Schülerkalender in einer Auflage von 45.000 Stück.

Musterprozess Minderung der Maklerprovision

In einem Musterprozess des VKI kam das Handelsgericht Wien zu folgendem Schluss: Eine unzureichende Aufklärung über die Höhe der monatlichen Belastungen aus einer Eigentumswohnung rechtfertigt eine Minderung der Maklerprovision um 50 Prozent.

Europäisches
Verbraucherzentrum (EVZ)

Schigebiete im Vergleich

Der Schigebiete-Vergleich des Europäischen Verbraucherzentrums in Österreich erregte über die Grenzen hinaus großes Interesse: Insgesamt 100 Schigebiete gingen beim internationalen Preisvergleich gegeneinander ins Rennen. Fünf Europäische Verbraucherzentren berichteten über die Erhebung, Interviewanfragen kamen sogar aus Luxemburg und Schweden.

Online-Serviceangebote

Individueller Prämienvergleich

Nach den Prämienvergleichen für Kfz-Haftpflicht- und Haushaltsversicherungen ging 2008 nun auch der Unfallversicherungsvergleich online. Dadurch lässt sich für Konsumenten einfach und schnell checken, wo Sparpotenzial bei ihren Versicherungen besteht.

„jetzt teste ich!“

Die zweite Staffel



Nach dem großen Erfolg des ersten „Konsument“-Schülerwettbewerbes startete im September 2008 die zweite Staffel. Neu mit dabei ist die Oesterreichische Nationalbank, die den Sonderpreis „Wirtschaft und Finanzen“ im Wert von 1.500 Euro sponsert.



Foto: VKI

VKI-Infocenter

215.000 Kundenkontakte

Das VKI-Infocenter in der Mariahilfer Straße bietet ein umfassendes Beratungsangebot, das von der telefonischen Erstberatung über das ausführliche Expertengespräch bis hin zur VKI-Intervention reicht. Insgesamt rund 215.000 Kundenkontakte wurden 2008 gezählt. Ganz voran lagen dabei Fragen zu Wohnen, Versichern und Finanzieren.

Verbandsklagen

Erfolgreich gegen Internetabzocke

2008 konnte der Verein für Konsumenteninformation Firmen, die auf ihren Internet-Seiten Dienstleistungen als kostenlos oder gratis anbieten und nicht oder nur versteckt auf Kosten verweisen, einen Schlag versetzen. Beispiel: Die IS Internet Service AG muss es in Zukunft unterlassen, auf ihren Websites, z.B. www.1sms.at, www.esims.at oder www.88sms.at den unrichtigen Eindruck zu erwecken, die dort angebotenen Dienstleistungen seien kostenlos, wenn tatsächlich doch Kosten anfallen.

Tests: Schi & Co.

International geschätzt

2008 übernahmen Verbraucherschutzorganisationen in Schweden, Finnland, den Niederlanden, der Schweiz, Italien und Deutschland den Schitest des Vereins für Konsumenteninformation. Ähnlich großes Interesse bestand an den Untersuchungen zu Schihelmen und Schibrillen. Damit konnte sich der VKI als europäisches Kompetenzzentrum in Sachen Wintersport positionieren.

Foto: VKI

Länderspiel

Österreich-Schweiz 8:3

Auch auf dem grünen Rasen präsentierte sich der VKI im vergangenen Jahr erfolgreich. Am 31. Mai trat die Betriebsfußballmannschaft des VKI im Vorfeld der EURO 2008 zu einem freundschaftlichen Ländermatch gegen die Kollegen von „K-Tipp“, „Saldo“ und „Kassensturz“ aus der Schweiz an. Das Rückspiel folgt am 6. Juni 2009 in Zürich.



Foto: VKI



Neue Testmethoden

Wie testet man Katzenstreu?

Gute Frage. Und auch nicht alltäglich für unsere Testerinnen und Tester. Da sind die Erwartungen der Konsumenten zu formulieren, Normen auf Praxistauglichkeit zu durchforsten, Fachleute zu kontaktieren und Prüfinstitute auszuwählen. Schließlich müssen die Testmethoden auch allen Einwänden der Hersteller standhalten. Der Test machte auch international Furore: von Dänemark bis Hongkong. Beim Praxistest haben natürlich auch Katzen mitgewirkt.

Ukraine

Wissenstransfer



Foto: VKI

Im Rahmen des EU-UNDP-Projektes „Consumer Society and Citizen Networks“ statteten Mitarbeiter des Projektes aus der Ukraine dem VKI im November 2008 einen Besuch ab. Ziel des Studienbesuches war ein Einblick in die Arbeitsweise des VKI, um dessen Wissen und Erfahrungen auf den Konsumentenschutz in der Ukraine zu übertragen.

„Wir sind immer am Ball“

Untersuchung

BEREICH

- ▶ 112 Tests und 15 Marktübersichten
- ▶ Objektiv und unabhängig
- ▶ Aktuell und individuell

Foto: VKI

M/MZ Zehn Schoko-Nikolos im Test

Das Magazin *Konsument* hat Geschmack und Aussehen der Nikolos bewertet.

Wien – 47 Erwachsene und Kinder dürften an diesem Test ihre helle Freude gehabt haben. Noch rechtzeitig vor dem 6. Dezember haben sie zehn Schoko-Nikolos in puncto Geschmack und Aussehen bewertet. Außerdem wurden die Schoko-Männer auf ihren Schadstoffgehalt untersucht.

Testsieger Milka-Nikolo

Zum klaren Geschmacks-Testsieger wurde der Nikolaus von Milka gekürt. Er schmeckte den Schleckermäulern mit Abstand am besten. Hinsichtlich Aussehen sah die Sache aber ganz anders aus. Der nackte Milka-Nikolo – also ohne Verpackung – wurde von jenen von Heindl auf Platz zwei verwiesen. Die verpackten Schokofiguren wiederum teilten die Tester in zwei Lager: Während den Erwachsenen der in Cellophan gewickelte Heindl-Nikolaus am besten gefiel,



Ganze Massen an Schoko-Nikolos werden diese Woche über die Ladentische wandern.

beurteilen die jungen Tester diesen unter anderem als „urfad“. Geht man rein nach dem Äußeren, macht man Kindern eher mit den Produkten von Favorina oder Hauswirth eine Freude. Erfreulich bei allen getesteten Schoko-Nikolos: Kein Einziger überschritt den deutschen Kadmium-Grenzwert – in Österreich gibt es keinen verbindlichen.

Keine Kadmium-Sorgen

Das Schwermetall wird von Kakaobohnen über das Wurzelwerk aufgenommen und kann beim Menschen Nierenschäden verursachen. Kadmium gilt bei über die Atem (tenrauch) als Bezüglich den Menge sollten sich von den hohlen Nikolos aber nicht täuschen lassen. Der durchschnittliche Schoko-Nikolo bringt es locker auf 1000 Kalorien. (APA)

Lebkuchen im Visier der VKI-Tester

Wien – Das Verbraucherschutzmagazin *Konsument* hat Lebkuchen aus dem Handel untersucht. Besonders die Acrylamidwerte seien bei bekannten Marken viel zu hoch, hieß es. Acrylamid gilt als krebserregend. Einer der Lebkuchenhersteller meinte, die Tester hätten „keine Kriterien herangezogen“ und diese auf eine Produktkategorie angewendet, die nur saisonal und in sehr begrenzten Mengen von den Konsumenten genossen werde. (APA)

„Konsument“ testete Makler

Die Zeitschrift „Konsument“ testete die Immobilien-Makler: Alles in allem brachten sie gute Leistungen bei

Der neue Konsument testet Winterreifen



In der neuesten Ausgabe des AK-Konsument gibt es wieder interessante Tests und Tipps, exklusiv für Mitglieder der AK Tirol dieser Tage kostenlos im Briefkasten. Diesmal unter der Lupe: Pangasius, der Modelfisch aus Massenzucht. Außerdem im Visier der Tester: die Kondition von Akku-Heckenscheren und welche Winterreifen auch bei glatter Fahrbahn überzeugen. Alles dazu und noch vieles mehr steht im neuen Konsument.

können.

„Bedenkliche Farbstoffe in Osternasche-reien“ titelten die Medien Mitte März 2008. Der Anlass: Die „Konsument“-Tester hatten wenige Tage vor Ostern in Supermärkten gezielt nach Süßigkeiten mit bedenklichen Farbstoffen gesucht – und waren fündig geworden. Szenenwechsel in das Kinderspielzeuggeschäft: Der Schadstoffgehalt von Puppe, Beißring & Co. stand kurz vor Weihnachten auf der Agenda der Testverantwortlichen. Die schlechte Nachricht: In 24 von 44 Kinderspielzeugen wurden Problemsubstanzen nachgewiesen – teils in sehr hoher Dosis. Die gute: Die VKI-Tester sind immer am Ball und decken nicht nur auf, sondern geben zugleich Tipps und wichtige Infos, wie man mit bestimmten Situationen umgeht – oder ihnen gleich ganz aus dem Weg geht.

Lauf gegen die Zeit

Oft ist das aber ein Rennen gegen die Zeit: Manche Testergebnisse laufen Gefahr, womöglich nicht mehr ganz aktuell zu sein, ehe sie in das Heft gelangen. Als Reaktion darauf wurden 2008 aufgrund ihrer Aktualität vier Testberichte sofort online auf www.konsument.at veröffentlicht. Darunter ein Test zu Faschingskrapfen sowie der bereits genannte Test zu Schadstoffen in Kinderspielzeug. In der Adventzeit folgten zudem Untersuchungen zu Schokonikolos und Fertig- und Halbfertigteigen. Dabei wird deutlich, dass besonders bei „Saisonprodukten“, die nur kurz zuvor auf den Markt kommen, schnelles Handeln angesagt ist.

Kurz und gut

Um eine größtmögliche Aktualität zu bieten, führte der Verein für Konsumenteninformation im Jahr 2008 zahlreiche Kurzttests durch. Dabei wurden Sonderangebote – hauptsächlich Diskonterware – innerhalb weniger Tage untersucht und die Ergebnisse online und ohne Entgelt zugänglich gemacht. Die Palette der getesteten Produkte ist dabei breit gestreut, ob nun Schibrille, Notebook oder Kopfhörer. Sogar ein Modellflugzeug aus dem Diskonter beschäftigte die Tester bzw. genauer gesagt die Frage, wie es hier um den Versicherungsschutz bestellt ist.

Doch wie gelingt es, die Waren aus dem Diskonter oder der Kaffeeröster-Filiale, die meist nur sehr kurze Zeit erhältlich sind, rechtzeitig zu testen? In der Regel werden Produkte getestet, zu denen es bereits abgeschlossene Tests und entsprechende Erfahrungen gibt. Auf diesen aufbauend

wird dann das Produkt unter die Lupe genommen – eine Vorgehensweise, die sich bewährt hat.

Geschätzte Kompetenz

Die vielfältige Tätigkeit des Vereins für Konsumenteninformation zeigt sich auch anhand der Testbilanz für das Jahr 2008: Insgesamt wurden 112 Waren- und Dienstleistungstests sowie 15 Marktübersichten durchgeführt. Im Vorjahr waren es 87 Tests und 11 Marktübersichten. Dabei stehen Objektivität und Unabhängigkeit der Tester im Vordergrund. Diese Kompetenz wissen auch andere Konsumentenorganisationen zu schätzen. Beispielsweise

- übernahmen Verbraucherschutzorganisationen in Schweden, Finnland, den Niederlanden, in der Schweiz, Italien und Deutschland den VKI-Schittest,
 - bestand reges Interesse an der Untersuchung zu Schihelmen in den skandinavischen Ländern,
 - wurde der Schibrillentest von der Schweiz und Deutschland nachgefragt.
- Das beweist nicht nur das Vertrauen dieser Einrichtungen in die Arbeit des VKI. Es zeigt auch, dass sich dieser als europäisches Kompetenzzentrum in Sachen Wintersport positioniert hat. Diese Rolle wird der Verein auch in Zukunft wahrnehmen, nicht zuletzt angesichts wiederkehrender Diskussionen rund um die Sicherheit auf österreichischen Pisten.

Im Namen der Gesundheit

„Ganz in Weiß“ lautete die Devise 2008 auch im Bereich Gesundheit: So wurden Tests zu Beratung bei Ärzten, Bandagisten, aber auch Apothekern durchgeführt. Selbst wenn gelegentlich die Kritik „Dürfen die denn das überhaupt?“ laut wurde. Betrachtet man ärztliche Leistungen als Dienstleistungen und Patienten als Kunden, ist es nur naheliegend, sich auch dieser Sache anzunehmen. Um so mehr, da es gerade hier um besonders verantwortungsvolle und sensible Leistungen geht. Dabei konnte sich der VKI mit dem Hauptverband der österreichischen Sozialversicherungsträger einen starken Partner sichern. So kamen unter anderem der Test zur Beratung bei der Vorsorgeuntersuchung und die Untersuchung zur Beratung von Bandagisten in gemeinsamer Kooperation zustande. Insgesamt wurden 2008 sechs Tests im Testmagazin „Konsument“ veröffentlicht:

- Wartezeit bei Ärzten (2/2008)
- Beratung bei Zahnärzten (4/2008)

- Impfberatung bei Kleinkindern (6/2008)
- Bandagisten (8/2008)
- Vorsorgeuntersuchung (9/2008)
- Beratung in Tiroler Apotheken (11/2008)

Individuelles Service

Ein weiterer Schwerpunkt des Bereichs Untersuchung bestand 2008 in der Ausweitung des individuellen Untersuchungsangebotes für Konsumenten. Ein wichtiges Standbein sind dabei die Online-Versicherungsvergleiche zur Haushalts- und Kfz-Haftpflichtversicherung. 2008 ging zudem der Unfall-Versicherungsvergleich auf www.konsument.at online. Alle drei Vergleiche geben einfach und schnell Antwort auf die Frage: Welcher Versicherer ist der individuell günstigste? Wer seine Daten eingibt, bekommt innerhalb weniger Minuten eine Liste mit den besten Angeboten. Rund 1.200 Konsumenten nutzten 2008 dieses Service und konnten sich so über ihr Sparpotenzial informieren.

VKI-Prüfstelle: mit Auszeichnung

Seit 1. August 1999 ist die VKI-Prüfstelle nach ÖVE/ÖNORM EN ISO/IEC 17025 akkreditiert. Der Akkreditierungsumfang erstreckt sich über 6 Fachgebiete und insgesamt 16 Prüfmethoden. 2008 wurden insgesamt 26 Prüfberichte aus dem akkreditierten Bereich ausgestellt. Zusätzlich zu VKI-internen Testüberprüfungen wurden mehrere Auftragsuntersuchungen durchgeführt. Die regelmäßige Teilnahme an Laborleistungstests (Ringversuchen) dient dazu, die Qualität der Ergebnisse zu sichern und zu beweisen. Hier schneidet das Labor stets ausgezeichnet ab.

Akkreditierte Prüfstelle



GI. 92714/314-IX/2/99

„Sparmeister“ mit dem VKI



Photo: Wilke

Franz Floss ist Geschäftsführer des Vereins für Konsumenteninformation und leitet zugleich den Bereich Untersuchung. Was der VKI für die Geldbörse der Konsumenten leistet, erzählt er im Interview.

Welche Vorteile bringen die Tests des VKI?

Wir haben seit mehr als 45 Jahren Erfahrung in der Durchführung von Tests. Dabei stehen wir ausschließlich auf der Seite der Verbraucher und informieren diese objektiv und unabhängig von Firmen über Dienstleistungen und Produkte. Hier geht es uns aber nicht allein darum, die günstigsten Produkte oder Dienstleistungen herauszustellen. Das würde zu kurz greifen. Wir legen zugleich großen Wert auf die Qualität. Der Kauf einer noch so günstigen Energiesparlampe ist verschwendetes Geld, wenn innerhalb kürzester Zeit das Licht ausgeht. Dreh- und Angelpunkt ist aus unserer Sicht daher der Begriff „preiswert“. Er zeigt an, dass Preis und Qualität im engen Wechselspiel stehen: Der

Preis einer Ware – gleich wie hoch oder niedrig angesetzt – wird in Relation zu deren Nutzen und Qualität gesetzt. Darüber informieren wir.

Stichwort Energie: 2008 ein heißes Thema ...

Ja, in der Tat. Das ist mit Sicherheit eines der Zukunftsthemen, zu dem wir aber auch bereits langjährige Erfahrungen sammeln konnten. Bereits seit Jahren bieten wir etwa unseren regelmäßig aktualisierten Heizkostenvergleich an, der als Orientierungshilfe für die Konsumenten dient. Erwähnenswert ist für 2008 zudem unser Test zu Energiesparlampen, wo wir über Vorteile, aber auch bestehende Schwächen, aufgeklärt haben. Da uns auch die Langzeitergebnisse interessierten, führten wir eine monatelange Dauerprüfung durch – mit teils sehr guten Ergebnissen. Angesichts der bevorstehenden Heizsaison und der Entwicklungen auf dem Energiesektor stellten wir in der zweiten Jahreshälfte zudem gemeinsam mit der E-Control eine Broschüre auf die Füße, die Infos zum Strom- und Gasanbieterwechsel gab. Zusätzlich ließen wir verstärkt Daten zum Energieverbrauch in die Testarbeit einfließen – von der Produktion bis hin zur Entsorgung. Auch hier ist uns also ein ganzheitlicher Ansatz ein Anliegen.

Wie ist es um das Thema Finanzdienstleistungen bestellt?

Hier handelt es sich um einen besonders sensiblen Bereich. Die herkömmliche Testarbeit kann

nicht Eins zu Eins auf den Bereich der Finanzdienstleistungen übertragen werden. Denn im Vergleich zu Warentests ist nicht nur das (Finanz-)Produkt von Interesse, sondern auch die Einbettung, etwa die Beratung, schriftliche Produktinformationen usw. Dazu kommt, dass viele Konsumenten die Auswirkungen der Wirtschaftskrise leidvoll am eigenen Leib verspüren.

Doch auch hier sind wir gut aufgestellt: 2008 haben wir unter anderem Tests zu Autokauf-Finanzierung, Kfz-Haftpflichtversicherungen oder Immobilienmaklern präsentiert. Und auch für die Zukunft sind regelmäßige Tests und Erhebungen in diesem Bereich geplant – mit zahlreichen Tipps für – Sparmeister – und solchen, die es noch werden möchten. Ein individuell zugeschnittenes Angebot bieten wir darüber hinaus allen, die sich im Tarifschwung der Versicherungen besser zurecht finden möchten: Unsere drei Online-Versicherungsvergleiche bieten die Möglichkeit, innerhalb kurzer Zeit und gegen einen geringen Kostenbeitrag einen auf den jeweiligen Fall zugeschnittenen Überblick zu bekommen.



Sparlampen unter die Lupe gestellt

Energiesparlampen sind in aller Munde. Halten sie auch, was sie versprechen – und Kosten? Der „Konsument“ hat 24 Produkte unter die Lupe genommen. ...

Unter der Lupe

Dienstleistungstests. Der Vergleich von Produkteigenschaften reicht hier – im Vergleich zu Warentests – oft nicht aus. Verständliche Informationen über das Produkt, beispielsweise in Form von Datenblättern bei Investmentfonds, individuelle Beratung vor dem Kauf und der Kundendienst sind darüber hinaus wesentliche Eigenschaften für die Konsumenten. Bei einem Vergleich von Finanzdienstleistungen sind etwa typische Dienstleistungen und Kriterien für deren Qualität festzulegen. Beim Immobilienmaklertest wurden beispielsweise die ausgefolgten Unterlagen, Besichtigungs- und Beratungsgespräche sowie die Höhe der Provision bewertet.

Systemtests. Oft werden für eine Produktgruppe verschiedene Systemlösungen angeboten. Die Tester untersuchen dann nur einige wenige typische Produkte dieser unterschiedlichen Systeme und informieren über deren jeweilige Vor- und Nachteile.

Markt & Preis. Manchmal ist es aussagekräftiger, einen Überblick des Angebotes zu vermitteln, als einzelne Produkte umfassend zu testen. Das

kann nun der Fall sein, wenn es sehr viele Konkurrenzprodukte auf dem Markt gibt oder wenn die Qualitätsunterschiede erfahrungsgemäß vernachlässigbar gering sind bzw. sehr eng mit Preis und Ausstattung korrelieren. Unter der Bezeichnung „Markt & Preis“ bietet „Konsument“ Marktüber-



Photo: VKI

sichten, in denen Preise, Ausstattungsdetails und/oder Konditionen miteinander verglichen werden.

Kurztests. Hier nehmen die Tester regelmäßig Produkte unter die Lupe, die vor allem bei Lebensmitteldiskontern angeboten werden. Dabei handelt es sich in der Regel um Waren, die in der Vergangenheit bereits getestet wurden. Beim Testen ist Schnelligkeit gefragt: Der Kurztest soll Konsumenten bei der Entscheidung helfen, ob sich der Kauf lohnt oder ein bereits erworbener Artikel zurückgegeben werden sollte. Daher werden bei diesen Tests meist nur maßgebliche Einzelaspekte wie etwa die Gebrauchstauglichkeit von Produkten geprüft und die Ergebnisse innerhalb kürzester Zeit auf www.konsument.at veröffentlicht.

Ethik-Tests. Seit dem Jahr 2000 bewertet „Konsument“ neben der Qualität von Produkten und Dienstleistungen auch die Verantwortung von Unternehmen in Hinblick auf Gesellschaft, Umwelt und Arbeitskräfte. 2008 wurden Waschmaschinenhersteller einem Ethik-Test unterzogen. Das Ergebnis war nicht blütenweiß.

Test-Highlights 2008

Foto: iStockphoto/sjfocke



Illustration: Habert



Foto: iStock_breeb_luminis



Illustration: Erwin Habert



Illustration: Erwin Habert



Test: Beratung in Tiroler Apotheken

Wie gut fällt die Beratung in Apotheken in Tirol aus? Das hat sich der VKI gefragt und 30 zufällig ausgewählte Apotheken zwischen Landeck und Lienz auf die Probe gestellt. Das Ergebnis war ernüchternd: Keine einzige konnte in beiden Testszenarien – Kleinkind mit fiebriger Erkältung und übergewichtige Dame mit Wunsch zum Abnehmen – überzeugen. Fazit: Häufig Schwachpunkte bei der Anamnese, eine freizügige Medikamentenabgabe sowie fragwürdige Beratung und Präparate für Abnehmwillige.

Test: Energiesparlampen

„Licht aus“ für die Glühlampe lautet ein Beschluss der EU. Das soll schrittweise, bis zu einem gänzlichen Verkaufsstopp im Jahr 2012 geschehen. Als Alternative bieten sich zwar Energiesparlampen an, doch wie gut sind diese überhaupt und wieviel lässt sich tatsächlich damit sparen? Der VKI brachte Licht ins Dunkel und testete 24 Energiesparlampen – auch in einem Langzeittest. Das Ergebnis: Der höhere Kaufpreis amortisiert sich auf jeden Fall. In der Praxis gibt es aber noch die eine oder andere Schwäche.

Markt & Preis: Städteflüge

Wie kommt man am besten zu preiswerten Flugtickets? Um diese Frage zu beantworten, wurden in einem Preisvergleich über mehrere Monate hinweg die Ticketpreise von fünf Anbietern – Billigflieger und traditionelle Linienfluggesellschaften – erhoben. Fazit: Zwar werden die Billigflieger ihrem Namen immer noch gerecht, allerdings sind sie bei Zuschlägen sehr erfinderisch und lassen scheinbare Schnäppchen oft alt aussehen. Wer rechtzeitig bucht, bekommt aber auch bei traditionellen Fluglinien günstige Tickets. Außerdem: Billige Tickets kurz vor dem Abflug sind die Ausnahme.

Test: Pangasius

Der vor einigen Jahren noch unbekannt Zuchtfisch aus dem Mekongdelta erreichte innerhalb kürzester Zeit wegen seines neutralen Geschmacks und wenig Gräten große Beliebtheit auch bei einstigen Fischverächtern. „Viel Wasser für's Geld“ hieß es dagegen beim „Konsument“-Test. So waren zahlreiche der tiefgekühlten Proben zum Schutz vor Austrocknung mit einer Glasur aus gefrorenem Wasser umhüllt, was diese aber auch schwerer machte. Offen angebotene Filets waren dagegen kaum als aufgetaute Ware deklariert. Tipp der Konsumentenschützer: Wenn schon ein weit her gereistes Pangasius-Filet, dann lieber das abgepackte und tiefgefrorene, das meist auch billiger ist.

Markt & Preis: Elektromärkte

Wie günstig sind Elektrogroßhändler im Vergleich zum Fachhändler oder dem Internet? Um das herauszufinden, wurden die Preise von sieben Produktgruppen, vor allem Unterhaltungselektronik und Haushaltsgeräte, erhoben. Das Ergebnis stand in großem Widerspruch zur Werbung der Großmärkte: Allenfalls bei Aktionsangeboten können diese preislich mit den besten Angeboten mithalten. Große Konkurrenz droht erwartungsgemäß von Onlineanbietern. Doch auch der Fachhändler ist überraschenderweise oft billiger als erwartet – und bietet die beste Beratung.



Foto: iStockphoto_raychellep



Foto: photobsc.com



Foto: Ehrensberger GmbH



Foto: VKI

Thema	Test	Reports/ Markterhebung	Ausgabe
Akku-Heckenscheren	●	○	10
Antizeckenmittel	●	○	5
Autobatterien	●	○	1
Autokauf-Finanzierung	●	○	2
Autotest: Aktuelle Modelle	●	○	2
Autotest: Aktuelle Modelle	●	○	3
Autotest: Aktuelle Modelle	●	○	6
Autotest: Aktuelle Modelle	●	○	10
Bandagisten	●	○	8
Bausparen	●	○	5
Beamer	●	○	6
Beratung bei Zahnärzten	●	○	4
Beratung in Tiroler Apotheken	●	○	11
Bierzapfsysteme	●	○	6
Bodenstaubsauger	●	○	4
Bodylotions mit Bräunungseffekt	●	○	5
Brandverhütung	○	●	12
Crashtest: Aktuelle Modelle	●	○	2/online
Crashtest: Aktuelle Modelle	●	○	6/online
Crashtest: Aktuelle Modelle	●	○	8
Crashtest: Aktuelle Modelle	●	○	12/online
Diäten	●	○	1
Digitalkameras	●	○	2/online
Digitalkameras	●	○	6
Digitalkameras	●	○	9/online
Digitalkameras	●	○	12
Drucker	●	○	7
Druckerpatronen	●	○	7
DVD-Recorder	●	○	1
DVD-Recorder	●	○	10
Einbruchhemmende Türen	○	●	10
Eiskaffee	●	○	7
Elektrogeräteversicherungen	○	●	9
Elektromärkte	○	●	9
Energiesparen: Haushaltsgeräte	○	●	11
Energiesparen: Heizkosten	○	●	12
Energiesparlampen	●	○	3
Espressomaschinen	●	○	12
Espressomaschinen-Reparatur	●	○	8
Fahrradhelme	●	○	5
Faschingskrapfen	●	○	1/online
Fertig- und Halbfertigteige	●	○	12/online
Fieberthermometer	●	○	11
Folsäurepräparate	○	●	1
Geschirrspüler	●	○	5
Geschirrspültabs	●	○	2
Geschnittenes Obst	●	○	7
Gesichtscremen für trockene Haut	●	○	12
Gesichtscremen mit UV-Schutz	●	○	3
Golfsets für Anfänger	●	○	8
Grillgeräte im Test	●	○	7
Handys	●	○	1
Handys	●	○	6
Handys	●	○	9/online
Hausbauversicherung	○	●	2
Heizungspumpen	●	○	3
Hotelbuchungen im Internet	○	●	6
Immobilienmakler	●	○	11
Impfberatung bei Kleinkindern	●	○	6
Investmentfonds im Dauertest	●	○	1
Investmentfonds im Dauertest	●	○	3
Investmentfonds im Dauertest	●	○	5
Investmentfonds im Dauertest	●	○	7
Investmentfonds im Dauertest	●	○	9

Thema	Test	Reports/ Markterhebung	Ausgabe
Karotten	●	○	3
Kartoffelpüree	●	○	9
Katzenstreu	●	○	2
Kfz-Haftpflichtversicherungen	●	○	3
Knabbergebäck	●	○	6
Kochmesser	●	○	2
Kreditkarten	○	●	6
Lackschäden-Reparatur Tirol	●	○	12
Lebensmittelkennzeichnung	○	●	6
Lebkuchen	●	○	12
Mignonbatterien	●	○	10
Mobile DVD-Player	●	○	4
Monitore	●	○	3
MP3-Player	●	○	1
MP3-Player	●	○	8
Multifunktionsgeräte	●	○	4
Nährwertrechner	●	○	4
Navigationsgeräte	●	○	1
Navigationsgeräte	●	○	8
Ölbrennwertkessel	●	○	8
Oliveneröl	●	○	2
Omega-3-Fettsäuren	○	●	9
Pangasius	●	○	10
Pikante Fertiggerichte	●	○	5
Prämienfördernde Zukunftsvorsorge	●	○	11
Ratenkauf	●	○	12
Rezeptfreie Abführmittel	●	○	5
Rezeptfreie Augentropfen	●	○	7
Rezeptfreie Mittel bei Allergien	●	○	3
Rezeptfreie Mittel bei Erkältung	●	○	2
Rezeptfreie Mittel bei Fuß- und Nagelpilz	●	○	11
Rezeptfreie Mittel bei Herz- Kreislauferkrankungen	●	○	9
Rezeptfreie Mittel bei Husten	●	○	1
Risikoablebensversicherung	●	○	4
Salate	●	○	4
SB-Zonen in Banken	○	●	8
Schadstoffe in Kinderspielzeug	●	○	12/online
Scheibenfrostschutzmittel	●	○	2/online
Schi	●	○	11
Schigebiete	○	●	12
Schneeketten	●	○	12
Schokonikolos	●	○	12/online
Sojadrinks	●	○	11
Sojajoghurt	●	○	12
Sommerreifen	●	○	3
Sonnenschutzmittel	●	○	7
Sparen im Ausland	○	●	8
Sparprodukte	○	●	1
Sportbrillen	●	○	4
Städteflüge Wien-London	○	●	10
Thermosflaschen	●	○	9
Tierärzte	●	○	5
Tofu	●	○	8
Tramezzini	●	○	6
TV-Geräte	●	○	5
Unfallversicherungen	●	○	7
Vorsorgeuntersuchung	●	○	9
Wärmepumpen	●	○	2
Wartezeit bei Facharztterminen	●	○	2
Waschmaschinen: Reaktion auf Konsumentenfragen	●	○	10
Waschmaschinenhersteller im Ethik-Test	●	○	10
Weichmacher in Speiseölen	●	○	9
Winterreifen	●	○	10

Zeichenerklärung: ● = ja ○ = nein Reihenfolge alphabetisch



Foto: photos.com; Montage: Erwin Haberl



Foto: Apple

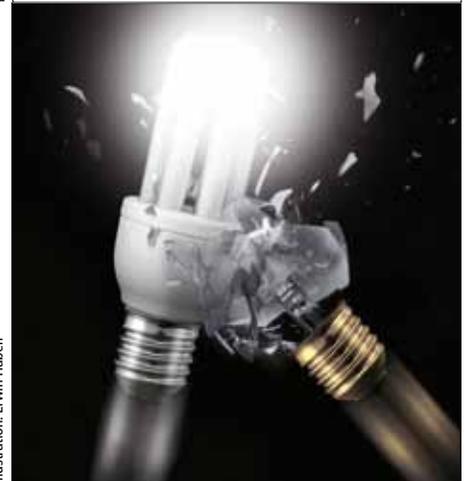


Illustration: Erwin Haberl



Foto: iStockphoto_Diego Cervo

So entsteht „Konsument“

Es ist ein Routineablauf – und doch ist nicht jede Ausgabe wie die andere. Bis ein Heft ausgeliefert wird, hat ein eingespieltes Team hinter den Kulissen auch einige Klippen umschifft.

hätten sie's gewusst?

- 1) Wie lange dauert der Druck einer „Konsument“-Auflage (zirka 190.000 Exemplare)?
a) 10 Stunden, b) 20 Stunden, c) 30 Stunden
- 2) Wie oft werden Texte und Tabellen bei „Konsument“ vor Druckfreigabe gelesen bzw. kontrolliert?
a) Zwei Mal, b) Vier Mal, c) Sechs bis sieben Mal
- 3) Wie schwer sind alle Exemplare einer „Konsument“-Auflage?
a) zirka 1.740 kg, b) zirka 8.900 kg, c) zirka 18.800 kg

Richtige Antworten: 1) b) 2) c) 3) c)



Fahrplan zum Heft

Sechs Wochen vor Erscheinungstermin

Die Heftplanung beginnt im Detail. Aus der Jahresplanung steht das Grundgerüst an Testthemen fest. Jetzt wird entschieden: Was sind die Hauptthemen im Heft? Welches Thema kommt aufs Titelbild?

Fünf Wochen vor Erscheinungstermin

Die meisten Testergebnisse liegen vor, die Redaktion beginnt mit dem Verfassen ihrer Testberichte. Im Grafikerbriefing werden Seitenablauf, Fotos und Illustrationen festgelegt.

Vier Wochen vor Erscheinungstermin

Die ersten Manuskripte sind fertig. Der Seitenplan steht fest. Im Grafikerbriefing werden Platzierung und Fotos geplant. Können wir bei allen Themen die Termine halten? Manche Testergebnisse müssen noch verifiziert werden, Ersatzthemen werden vorbereitet, für den Fall, dass doch etwas nicht pünktlich fertig wird. In der Titelkonferenz werden die Überschriften festgelegt.

Drei Wochen vor Erscheinungstermin

Die letzten Manuskripte werden fertig, mit Hochdruck erfolgt noch Feinschliff an den Testtabellen. Rubriken, Vorschau, Editorial sind die letzten Texte, die möglichst aktuell in Produktion gehen. Die Redaktion erhält Ausdrücke vom Heft zur Kürzung und Korrektur.

Zwei Wochen vor Erscheinungstermin

Jetzt muss alles schnell gehen: Letzte Korrekturen an Texten und Tabellen, passen alle Fotos? Aus den Covervorschlägen wird der endgültige Titel ausgewählt, das Inhaltsverzeichnis entsteht, die Auflage wird festgelegt. Noch einmal gibt es eine Kontrolle: Sind Tabellen und Texte stimmig, parallel dazu erfolgt eine letzte Korrektur auf Satz- und Rechtschreibfehler.

Zehn Tage vor Erscheinungstermin

Farbausdrucke gehen nochmals zur Endkontrolle an die Redaktion. Letzte Möglichkeit für Änderungen, dann heißt es: „Freigabe!“. Die Online-Redaktion erhält die Heftdateien und bereitet die Online-Ausgabe vor. Wir wählen ein Pressekonferenz-Thema aus und laden Journalisten ein.

Eine Woche vor Erscheinungstermin

Die Pressearbeit wird vorbereitet. Presseaussendungen, Interviews, Medienkooperationen sind zu organisieren.

Erscheinungstermin (üblicherweise letzter Donnerstag im Monat)

Das Heft ist im Einzelhandel erhältlich, die Abonnenten haben es im Briefkasten. Medienanfragen und die ersten Leserreaktionen auf das neue Heft dominieren das Geschehen. Und mittlerweile haben schon längst die Vorbereitungen für das nächste Heft begonnen ...

Vielfalt Monat für Monat

Leserinnen und Leser schätzen die breite Themenpalette von „Konsument“.

So ist Monat für Monat für jeden etwas dabei. Themen, die im Jahr 2008 am meisten bewegten.

1/2008

14 Navis im Test: „Konsument“ stellt deutliche Verbesserungen zum Vorjahr fest. Zu Jahresbeginn können wir in einem Test von vier Diäten nur ein Abnehmprogramm wirklich empfehlen. Ausgerechnet in Kinderspielzeug finden wir gefährliches Blei-Chromat und decken auf, dass bei Scheibenfrostschutzmittel kräftig gemogelt wird. Im aktuellen Handy-Test muss sich das neue iPhone bewähren und landet im Spitzenfeld.



2/2008

Mit dem Test Katzenstreu erfüllen wir einen langjährigen Leserwunsch. Jetzt erfahren „Konsument“-Leser, welche „gut“ sind. Berücksichtigt man auch die Ergiebigkeit, sind auf den ersten Blick teure Produkte mitunter sehr preiswert. In einem großen Vergleich informieren wir über die günstigste Finanzierung beim Autokauf. Für Aufsehen erregt unser Test der Wartezeiten für Facharzttermine.



3/2008

Wir zeigen mit unserem Test, wie Leserinnen und Leser mit einer Lampe 100 Euro und mehr sparen können. Sparpotenzial gibt es auch bei der Kfz-Haftpflicht. Im Test Sommerreifen zeigen markenlose Billigpneus erhebliche Sicherheitsmängel. Und noch ein Thema, das beim Sparen hilft: Mit neuen Heizungspumpen lassen sich die Stromkosten um bis zu 90 Prozent reduzieren. Das Heft schafft das beste Verkaufsergebnis im Jahr 2008.



7/2008

Originaltinten und Fremdtinten im Vergleich: In der Qualität sind die Originale kaum zu schlagen, aber in vielen Fällen sind die Fremdtinten angesichts des riesigen Preisvorteils eine gute Alternative. Fazit unseres Grillertests: Elektrisch grillt am besten. Unter den getesteten Sonnenschutzmitteln sind zwei billige ganz vorn. Und noch zwei Sommerthemen: Eiskaffee und geschnittenes Obst.



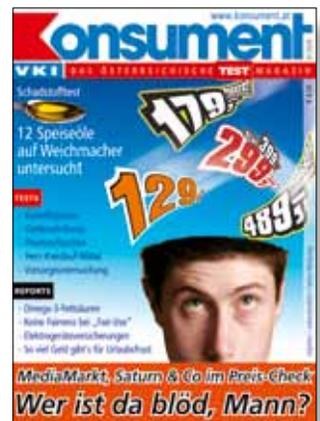
8/2008

Abenteuerliches wussten Leserinnen und Leser von Kaffeemaschinenreparaturen zu berichten. Grund genug für einen Test. Unsere Erfahrungen reichen von kostenlosem Austausch bis hin zu unverlangten Zusatzarbeiten und horrenden Kosten. Erstmals sind Bandagisten im Test, jeder vierte Kompressionsbehelf passt nicht. Entwarnung bei Tofu: Wir finden keine nennenswerten Spuren von Gen-Soja.



9/2008

Trotz großer Werbesprüche: Bei MediaMarkt, Saturn & Co kauft man nur selten zum besten Preis. Viele Leserreaktionen bestätigen die Ergebnisse unserer Recherche. Elektrogeräteversicherungen lohnen sich nicht wirklich, stellen wir fest. „Alles im grünen Bereich“ ist der Titel unseres Tests von Speiseölen, die wir auf Weichmacher untersucht haben. Wenig zu beanstanden gibt es bei Vorsorgeuntersuchungen.



4/2008

Die Beratung bei Zahnärzten ist lückenhaft, das ist das Ergebnis unseres Tests von 15 Ordinationen. Medien berichten ausführlich, die Standesvertretung ist aufgebracht. Kopfsalat ist mitunter schadstoffbelastet, stellen wir fest, ausgerechnet ein Bio-Salat weist den höchsten Pestizidanteil auf. Bedeutliche Prämienunterschiede offenbart unsere Erhebung zum Thema Risiko-Ablebensversicherung. Sparen ist ganz einfach!



5/2008

Bello ist in guten Händen, resümieren wir die Ergebnisse des Tests von 15 Tierarztordinationen, zweimal lautet das Testurteil allerdings „weniger zufriedenstellend“. 35 TV-Geräte treten zum Vergleich an, es hapert bei der Bildqualität, stellen die Experten fest, daher lautet das Endurteil fast durchwegs „durchschnittlich“. Auf Antizeckenmittel ist nicht immer Verlass, warnen wir zu Beginn der Zeckensaison.



6/2008

Für die Titelgeschichte haben wir Kinderärzte einem Beratungstest hinsichtlich Impfung unterzogen. Fazit unseres Digitalkameratests: Mehr Pixel bedeuten nicht automatisch bessere Bildqualität. Zur aufkeimenden Diskussion um die angebliche Gesundheitsgefahr durch Energiesparlampen lassen wir einen renommierten Experten zu Wort kommen. Beim Test von Knabbergebäck landen prominente Namen im geschlagenen Feld.



10/2008

Der Modelfisch aus Massenzucht ist unser Titelthema. Er ist billig, aber nicht gerade vom Feinsten. In einer Probe finden wir ein verbotenes Arzneimittel. Wir entdecken erstaunliche Nebenkosten und Gebühren bei den Billig-Airlines. Der Test von Mignonbatterien zeigt einmal mehr, dass markenlose Produkte nicht unbedingt schlecht sein müssen, wir können unseren Lesern preiswerte Alternativen nennen.



11/2008

Die getesteten Immobilienmakler machen ihre Sache durchaus gut. Beim Schitest gibt es einen überraschenden Testsieger. Der Apothekentest in Tirol sorgt für Aufregung: Die Beratungsqualität lässt sehr zu wünschen übrig. Mit einem Beitrag über Waschen, Kochen und Kühlen beginnen wir einen Schwerpunkt zum Thema Energiesparen. Gute Fieberthermometer gibt es um wenig Geld.



12/2008

Bei Espressomaschinen haben Kapselgeräte knapp die Nase vorn. In Lebkuchen finden wir Acrylamid. Der Schneekettentest bringt vernichtende Urteile für neue Textiltraktionshilfen. Unter den Gesichtscremen für trockene Haut können wir einige preiswerte als Testsieger empfehlen. Senioren warnen wir vor gefährlichen Medikamentencocktails. Bei Lackschädenreparaturen in Tirol gibt es sagenhafte Preisunterschiede.



Testmagazin „Konsument“

Orientierung für Konsumenten

Das Monatsmagazin „Konsument“ ist nicht nur das publizistische Flaggschiff des VKI, sondern auch wichtigste Einnahmequelle. Die Leserinnen und Leser finanzieren den VKI zu 42 Prozent.

„Konsument“ ist das einzige branchenübergreifende Testmagazin auf dem österreichischen Markt. Hunderttausende Konsumenten und Konsumentinnen informieren sich Monat für Monat über das Angebot an Produkten und Dienstleistungen und über verbraucherrechtliche Belange. Mit vergleichenden Warentests hat sich „Konsument“ einen Namen gemacht. „Konsument“ enthält keine Werbung und ist somit unabhängig von inserierenden Firmen. Damit wird – im Interesse von Objektivität und Glaubwürdigkeit – auf lukrative Werbeeinnahmen verzichtet.

Print verliert – Online gewinnt

Beim Abonnentenstand ist auch im Jahr 2008 ein Rückgang zu verzeichnen. Der Verlust an Print-Abonnenten beträgt knapp

fünf Prozent bezogen auf das Jahr 2007. Somit hat sich der Trend sinkender Abonnentenzahlen im langjährigen Vergleich fortgesetzt. Rückläufige Abonnentenzahlen bei Print-Produkten sind ganz wesentlich bedingt durch eine allgemein zu beobachtende Änderung der Mediennutzungsgewohnheiten. Nahezu alle internationalen Partnerorganisationen stellen ebenfalls eine deutliche Verlagerung von Print- zu Online-Nutzung fest. Hinzu kommt, dass mit kostenlosen Informationsangeboten aus dem Internet den Konsumentenorganisationen beträchtliche Konkurrenz erwächst.

Gutes Jahr am Kiosk

Im Einzelverkauf konnte „Konsument“ das gute Gesamtergebnis aus dem Vorjahr (das in erster Linie einem Rekordergebnis mit

dem Titelthema Olivenöltest zu verdanken war) halten. Zirka 60.000 Exemplare wurden 2008 abgesetzt. Das beste Einzelheft verzeichnete rund 7.000 Stück mit dem Titelthema Energiesparlampen.

Leser am Wort

Es hat schon Tradition, dass „Konsument“ in einem intensiven Dialog mit seinen Leserinnen und Lesern steht. Auch 2008 nahmen Aktivitäten zur Erforschung der Leserinteressen und Lesergewohnheiten einen wichtigen Stellenwert ein. In regelmäßigen Umfragen werden Nutzungsfrequenz und Leserurteile für Heftbeiträge abgefragt. Gruppendiskussionen und die systematische Auswertung aller Lesereaktionen gehören ebenfalls zu jenen Maßnahmen, die eine permanente Beobachtung der Leserwünsche sicherstellen. Das damit gesammelte Feedback liefert wertvollen Input für Test- und Themenplanung. Auffällig ist die unverändert hohe Bereitschaft von Abonentinnen und Abonnenten, bei diesen Umfragen mitzuwirken.

Grenzenloser Pistenpaß
100 Schigebiete im internationalen Preisvergleich

- Top-Regionen der Alpen von Alpe d'Huez bis zum Semmering
- Preiswerte Alternativen in ganz Österreich

VKI Europäisches Verbraucher Zentrum ECC-Net
Eine Initiative der Europäischen Kommission und des VKI

Noch mehr Infos auf www.europakonsument.at

www.konsument.at **spezial**
Konsument 10. Jahrgang 2008
VKI DAS ÖSTERREICHISCHE TESTMAGAZIN

Strom und Gas Wechseln und Geld sparen E-CONTROL

„Internationalen Standards verpflichtet“

Mehrwert durch Kooperationen

In insgesamt vier Beilagen hat „Konsument“ Schwerpunktthemen abgehandelt und damit den Leserinnen und Lesern wertvolle Entscheidungshilfen zur Hand geben können.

- In Zusammenarbeit mit der E-Control informierte „Konsument“ 10/08 in einem Beihefter ausführlich zum Thema Strom- und Gasmarkt. Titel: „So wechseln Sie – so sparen Sie“.
- Große internationale Beachtung fand ein 8-seitiges Extra mit einem Vergleich von 100 Schigebieten, das in Kooperation mit dem Europäischen Verbraucherzentrum des VKI erschienen ist.
- Dem Thema „Urlaub online buchen“ war ein weiteres Extra gewidmet, das ebenfalls in Zusammenarbeit mit dem Europäischen Verbraucherzentrum des VKI erstellt wurde.
- Erbschaft, Verlassenschaft, Schenkung und Testament waren Themen einer weiteren Beilage, die gemeinsam mit der Notariatskammer produziert wurde.

Gerhard Frühholz ist „Konsument“-Chefredakteur und leitet den Bereich Publikation im VKI.



Foto: Wilke

und Sparformen werden regelmäßig aufgegriffen und aktualisiert. Leserwünsche werden systematisch ausgewertet und fließen in die aktuelle Planung ein. Manche Themen greifen wir auf, weil sie „in der Luft liegen“ und etwa durch die Werbung in den Blickpunkt des öffentlichen Interesses gerückt sind.

Was unterscheidet „Konsument“ von anderen Zeitschriften?

Als einziges österreichisches Testmagazin ist „Konsument“ den strengen internationalen Standards von Verbraucherorganisationen verpflichtet. Dazu gehört die strikte Unabhängigkeit von Firmen, daher haben wir auch keine Werbung und die ausschließliche Orientierung an den Bedürfnissen der Konsumenten. Wir können unseren Leserinnen und Lesern nicht nur Unabhängigkeit, sondern höchsten Nutzen garantieren.

Wie kommt „Konsument“ zu seinen Themen?

Das Grundgerüst besteht aus den wichtigsten Anschaffungen. Themen aus den Bereichen Unterhaltungselektronik, Haushalt, Computer, Sport- und Freizeitgeräten, Auto, Versicherungen

Wird „Konsument“ oft geklagt?

Gerichtliche Schritte werden uns oft angekündigt, mitunter sogar vor Veröffentlichung eines Beitrages. Nur wenige Fälle landen tatsächlich vor Gericht. „Konsument“ hat seit Gründung übrigens kein großes Verfahren verloren.

Wo liegen die nächsten Herausforderungen?

Uns ist Kundenbindung überaus wichtig. Mit einem Abo können wir ein Stück Sicherheit in immer schwerer durchschaubaren Märkten geben. Das ist Monat für Monat ein Gewinn für die Leserinnen und Leser. Für die langfristige Kundenbindung spielt unser Online-Angebot eine wesentliche Rolle. Mit dem Ausbau von konsument.at können wir die Konsumenten aktueller und mit individuellen Informationen erreichen. Das Ziel ist ganz klar: So wie „Konsument“ eine Institution am österreichischen Zeitschriftenmarkt ist, soll konsument.at die erste Adresse für konsumentenrelevante Infos im Netz werden.

So gelingt Ihr Urlaub!

- Online buchen: Tipps und Tricks
- Flüge und Mietautos reservieren
- Ihre Rechte als Pauschaltourist
- Wo es Rat und Hilfe gibt

Europäisches Verbraucher Zentrum
 VKI ECC-Net
 Eine Initiative der Europäischen Kommission und des VKI

www.konsument.at **spezial**
Konsument 18. 2009
 VKI DAS ÖSTERREICHISCHE TESTMAGAZIN

Mein letzter Wille
 Wien, den 15. Juni 1999
 Ich, Ludwig Dorn, geboren am
 15. März 1934, wohnehaft in
 3003 Gellitz, Lersingpass 25,
 habe die Allmähren...

Keine Scheu vor dem Notar
 Erbschaft | Schenkung | Verlassenschaft | Testament

NOTAR.AT

Kompaktes Wissen für alle Lebenslagen

Auch Ratgeber gehören zum Publikationsprogramm des VKI. Sie werden vom „Konsument“-Team produziert. Zielsetzung der Ratgeber ist, komplexe Themen auf Basis von Expertenwissen in verständlicher Form aufzubereiten. 2008 erschienen insgesamt zehn Titel.

Was tun, wenn jemand stirbt?

Ein lieber Mensch ist gestorben. Zum Schock und der Trauer über den Verlust kommen viele Sorgen und noch mehr Pflichten. Welche Amtswege müssen erledigt, welche Formalitäten eingehalten werden? Sterben in Österreich ist kostspielig. Hat man nicht rechtzeitig vorgesorgt und fürs eigene Begräbnis angespart, wird es für die Erben teuer. Angehörige sind oft fassungslos, was eine Beerdigung hierzulande tatsächlich kostet: Bestatter, Steinmetz und Friedhofsverwaltung: Für sie alle ist der Tod ein gutes Geschäft. In diesem Ratgeber ist zu lesen, wie Pietät und Kostenbewusstsein vereinbar sind. Außerdem: Welche Trends es in der Bestattungskultur gibt und wie man selbst vorsorgen kann. Methoden der Trauerbewältigung und Fragen zum Erbrecht sind ebenfalls Thema dieses Buches.



Solaranlagen

CO₂-Ausstoß, Klimawandel und immer höhere Preise für Öl und Gas: Wer nicht nur die Umwelt schützen, sondern auf lange Sicht auch eine Menge Geld sparen möchte, setzt auf Wärme aus der Sonne.

Aus einer vielfach belächelten Technologie und einem Nischenprodukt für alternative Zirkel ist in den letzten Jahren ein boomender Wirtschaftszweig geworden. Damit die Rechnung für Natur und Geldbörse aber auch aufgeht, braucht es eine genaue Bedarfserhebung, sorgfältige Planung und vor allem viel Erfahrung bei der Installation. Dieser Ratgeber hilft, die beste Anlage für die jeweiligen Situation zu finden. Denn nur wenn alle Komponenten zusammenpassen, bleiben Wohnzimmer und Badezimmer an trüben Tagen nicht kalt.



Bettenkauf

Ein Drittel unseres Lebens verschlafen wir. Trotzdem fristet das Bett in vielen Schlafzimmern ein Mauerblümchendasein. Zu Unrecht, denn das richtige Bett ist eine durchaus lebenswichtige Sache. Damit Konsumenten beim Bettenkauf nicht danebengreifen bzw. falsch liegen, hat „Konsument“ seinen bewährten Klassiker völlig überarbeitet und neu aufgelegt. Das Buch ist ein Wegweiser im oft recht undurchsichtigen Dschungel zwischen Matratze, Lattenrost, Ober- und Unterbett, Schlafumgebung, seriösen Produkten und Scharlatanerie.



Immobilien verkaufen

Viele Fragen stellen sich, wenn man Haus oder Eigentumswohnung zu verkaufen hat. Wie findet man heraus, wie viel eine Immobilie eigentlich wert ist? Braucht man einen Makler und was kostet das? Welche Pflichten treffen den Verkäufer? Wann darf man sich über eine Gutschrift auf dem Konto freuen? Der Ratgeber gibt Antwort auf alle diese wichtigen Fragen. Denn nicht nur bei einem Hauskauf, auch beim Verkauf geht es um viel Geld. Je besser man informiert ist, desto eher kann man sich vor finanziellen Verlusten schützen.



Die Top 10 im Jahr 2008*

1. Das Beste aus dem Internet	2389
2. Solaranlagen	1945
3. Bettenkauf	1115
4. Gesund einkaufen	1101
5. Was tun, wenn jemand stirbt?	993
6. Immobilien verkaufen	964
7. Mehr Spaß im Internet	876
8. Heizsysteme und Warmwasser	872
9. Medikamente richtig einnehmen	736
10. Wohnen im Eigentum	634

* Stückzahlen im Eigenvertrieb



Foto: iStockphoto, hildesey

Gesund einkaufen

Nicht nur die Herkunft und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bei Lebensmitteln sind für Konsumenten kaufentscheidend. Auch gesunde Ernährung liegt im Trend, Bioprodukte boomen. In diesem Ratgeber informieren wir darüber, wie man Qualität bei Obst und Gemüse, Milch, Fleisch und Fisch erkennt. Und – mindestens genauso wichtig – was zu tun ist, damit Frisches möglichst lange frisch bleibt. Außerdem: Wie man Fertigprodukte am besten in den Speiseplan einbauen kann, wenn es einmal schnell gehen muss. Ebenfalls Thema sind Light-Produkte und Functional Food. Und natürlich sorgt der Ratgeber für Durchblick bei Schadstoffen, E-Nummern und Gentechnik im Kochtopf.



Wohnen im Eigentum

Eine Eigentumswohnung ist eine attraktive Alternative zur lebenslangen Miete. Allerdings will ein Kauf genau überlegt sein. Immerhin gehört der Kauf einer Eigentumswohnung zu den finanziell aufwändigsten Rechtsgeschäften. Die Entscheidung dafür beeinflusst das Familienbudget und dadurch auch die Lebensqualität über Jahre hinaus. Der aktualisierte „Konsument“-Klassiker „Wohnen im Eigentum“ begleitet den zukünftigen Eigenheim-Besitzer. Schritt für Schritt wird erläutert, worauf vor dem Vertragsabschluss zu achten und warum der Blick ins Grundbuch unerlässlich ist. Wichtige Kapitel sind auch den Themen Finanzierung und Umgang mit Maklern gewidmet.



Gesunde Haut

Unsere Haut ist das Haus, in dem wir wohnen. Sie schützt uns vor schädlichen Einflüssen, reguliert unsere Körpertemperatur und über sie nehmen wir Kontakt mit unserer Umwelt auf. Wird ihr zuviel zugemutet, reagiert sie: Dann brennt und juckt es plötzlich. Spätestens wenn die Haut nässt, schuppt und sich rötet, ist rasche Hilfe unentbehrlich. In diesem Ratgeber erfährt man, was in solchen Fällen zu tun ist und wie man die Ursache etwa einer Kontaktallergie ausfindig machen kann. Außerdem zeigen wir, wo die neuen Therapien gegen Schuppenflechte ansetzen, was von den Inhaltsstoffen diverser Aknemittel zu halten ist, wie man Altersflecken und unliebsame Tätowierungen wieder los wird, die Sonne maßvoll genießen kann und mit der Diagnose Hautkrebs am besten umgeht. Plus: ein Lexikon der Hauterkrankungen mit vielen fundierten Tipps zur Vorbeugung und Behandlung.



Keine Chance für Diebe!

Sicherheit in den eigenen vier Wänden beginnt mit einbruchssicheren Türen und Fenstern. Auch Alarmanlagen können helfen, Täter abzuschrecken. Doch Alarmanlage ist nicht gleich Alarmanlage und muss nach dem jeweiligen Bedrohungsszenario und den örtlichen Gegebenheiten geplant werden.

Dieser Ratgeber vermittelt nicht nur fachkundige Informationen, wie man sich vor Einbrüchen schützt, sondern beschreibt auch mögliche Förderungen für Umbauten und den besten Versicherungsschutz. Außerdem: Sicherheitstipps rund um PKW, Motor- und Fahrräder. Neben Experten-Interviews enthält der Ratgeber auch alle bewährten Verhaltensregeln und Tipps, was nach einem Eigentumsdelikt zu tun ist.



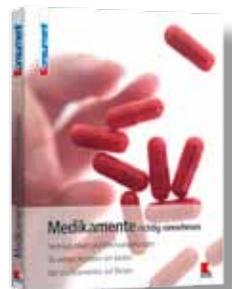
Das Beste aus dem Internet

Das Internet ist eine unendliche Informationsquelle und ein attraktives Revier für Schnäppchenjäger aller Arten. Und es ist einer der wenigen Orte, an dem man noch etwas geschenkt bekommt. Allerdings nur dann, wenn man weiß, wo und wie man danach sucht und worauf man sich tatsächlich einlassen kann, ohne unbemerkt in eine Falle zu tappen. Dieser Ratgeber verrät, wie man Preisuchmaschinen effizient nutzt, wo man die günstigsten Reiseangebote findet, wie man ganz legal kostenlose Musik downloadet. Außerdem: Mit welchen Gratisprogrammen man den Computer aufrüsten kann. Mit vielen wertvollen Tipps für Windows- und Mac-User.



Medikamente richtig einnehmen

Irgendwann braucht jeder ein Medikament. Welches Präparat geeignet ist, entscheiden Arzt oder Apotheker. Aber weiß man als Patient, wie man die verordnete Arznei so einnimmt, dass sie auch optimal hilft? Ob man seine Pillen vor, während oder nach dem Essen schluckt, ist nämlich keineswegs egal. Mindestens ebenso wichtig ist, womit man sie hinunterspült. Genau davon hängt nämlich ab, wie rasch ein Medikament wirkt. Und natürlich gibt es viele Arzneien, die nicht gemeinsam mit anderen Präparaten eingenommen werden dürfen. In diesem Buch ist alles über den Umgang mit Tabletten, Tropfen, Säften und Salben zu erfahren, aber auch, wie Arzneien zum Inhalieren, Injizieren oder Aufkleben am besten angewendet werden. Außerdem: Welche Wechselwirkungen auftreten können, wie man Beipacktexte richtig liest und worauf man bei Medikamenten auf Reisen achten muss.



Auf www.konsument.at sind alle Inhalte des Testmagazins „Konsument“ ab 1999 zu finden. Aktuelle News, spezielle Services und Langfassungen zur Printausgabe sorgen für steigende Userzahlen.

Immer mehr Menschen nutzen das Internet. Das schlägt sich auch in steigenden Zugriffszahlen auf www.konsument.at nieder. Monatlich verzeichnet konsument.at mittlerweile knapp über 250.000 Visits. Unmittelbar nach Erscheinen des aktuellen Heftes ist das Interesse am größten. Der Onlineshop erfreut sich ebenfalls steigender Beliebtheit. Sowohl beim Kauf von Ratgebern als auch bei den Abobestellungen verlagert sich der Trend zur Onlinebestellung.

ONLINE SHOP ABO | EINZELHEFT | RATGEBER | SER

Sie befinden sich in: ABO > Markt + Dienstleistung

INFORMATIONEN UM PRODUKT

SCHREIBUNG

Beschreibung

Sie legen mehr auf Online- denn auf Print-Produkte Wert und wollen die Konsument-Homepage nicht missen? Für nur 20 Euro pro Jahr steht Ihnen unser volles Online-Angebot zur Verfügung.

Sie erhalten folgende Leistungen:

- **Voller Online-Zugang:** Sie haben Zugang zu allen Artikeln, Tests, Tabellen, Langfassungen, zu allen Zusatzinformationen, die über das Heft hinaus gehen. Das gesamte Konsument-Online-Archiv bis einschließlich Jänner 1999 steht Ihnen offen.
- **Foren und Kommentare:** Als Abonnent haben Sie Zugang zu unseren Foren und können Ihre Meinung und Ihre Beobachtung Foren posten. Nur Abonnenten haben das Recht, unsere Artikel zu kommentieren und an unseren Umfragen teilzunehmen.
- **Abo-Scheck:** Abonnenten erhalten jedes Monat einen Abo-Scheck. Damit können Sie im Aktionszeitraum ein aktuelles Sonderheft, einen unserer Ratgeber oder eine VKI-Dienstleistung zu erheblich reduziertem Preis (bis zu fünfzig Prozent) beziehen.

Das Abo läuft bis auf Widerruf. Sie können Ihr Abo jederzeit schriftlich kündigen, eine Postkarte, Fax oder E-Mail genügt. Details finden Sie in den [Allgemeinen Geschäftsbedingungen](#).

Online-Tageskarte
Kurz in Tests und Berichten nachsehen

Sie brauchen rasch eine Information zu einem bestimmten Thema, wollen aber kein Abo? Mit der Online-Tageskarte können Sie einen Tag lang alle Inhalte unserer Website nutzen.

Preis: € 5.00 **JETZT BESTELLEN**

THEMEN

- Auto +
- Bauen +
- Bild + T
- Comput
- Essen +
- Freizeit
- Geld +
- Gesund
- Heim +
- Markt +
- Recht +

ALLE P

Hier fin und kor zuletz betrach

DER AB

BONUS

ABONNE

Nicht angemeldete User können von unseren Berichten und Tests nur die erste Seite sehen. Der Rest - und dazu gehören z.B. die ausführlichen Testtabellen - ist nur zahlenden Abonnenten oder Benutzern einer Tageskarte zugänglich.

Kommentare und Foren

Mit der Tageskarte haben Sie - wie Abonnenten - das Recht unsere Artikel zu kommentieren. Sie können auch ihre Meinung und Ihre Erfahrungen in unseren Foren veröffentlichen.

So bestellen Sie die "Tageskarte"

Klicken Sie auf "Jetzt bestellen", dann auf "Zur Kassa gehen". Damit Sie sofort auf der Website einsteigen können (LOGIN) müssen Sie sich einen Benutzernamen und ein Passwort wählen und Ihre Daten an uns schicken. Der Bestellvorgang dauert bis zum Login (Einstieg in die Seite mit Benutzernamen und Passwort) üblicherweise zwei bis drei Minuten. Danach können Sie einen Tag lang unbeschränkt unsere Website nutzen.

Online-Abos: deutliches Plus

Kann man im Internet mit redaktionellen Inhalten Geld verdienen? Diese Frage beschäftigt weltweit die Herausgeber von Medien. Trotz der weit verbreiteten „Im-Internet-ist-alles-gratis“-Mentalität sind viele User bereit, für „Konsument“-Inhalte auf konsument.at zu zahlen. So ist auch 2008 die Zahl der Online-Abos gestiegen - und zwar um sieben Prozent auf 9.163 Abonnenten. Für 2009 ist das Ziel klar: Da soll die 10.000er Marke „geknackt“ werden.

Tageskarten: schnell schnuppern

Unverändert ist das Interesse an der „Tageskarte“, die für 5 Euro 24 Stunden Zugriff auf das gesamte Online-Angebot von konsument.at ermöglicht. Monat für Monat nehmen durchschnittlich 200 Internet-Benutzer dieses Angebot in Anspruch. Es handelt sich überwiegend um Userinnen und User, die sehr zielgerichtet nach aktuellen Testinformationen suchen und mit hohen Erwartungen das Angebot von www.konsument.at kurzfristig testen.

FAQ

Warum sind die Infos auf konsument.at nicht gratis?

Tests sind teuer. Gute und qualitätsgesicherte Tests sind sehr teuer. Unsere Untersuchungen werden im Wesentlichen von den „Konsument“-Abonnenten finanziert. Diese Infos online zu verschenken wäre unfair. Aber: Es gibt viele kostenlose Basisinfos und Services für alle Konsumenten. Und: Mit einem „Konsument“-Abo haben Sie alle Infos auch online verfügbar.

Warum können nur angemeldete User in die Foren und schreiben?

Wir achten auf Niveau und möchten Missbrauch möglichst ausschließen. Echte, dauerhafte Kontakte mit Stammkunden sind uns wichtiger als Beiträge von anonymen Forenschreibern, die jederzeit zu allem und zu jedem irgendetwas zu schreiben haben.

Warum haben Sie so viele ältere Beiträge auf konsument.at?

Wir verstehen uns als Online-Archiv für alle „Konsument“-Abonnenten. Auch in „alten“ Beiträgen steckt viel Info. Wer einen Gebrauchtwagen kaufen will, kann sich die alten Neuwagen-Tests ansehen. Wer eine Digitalkamera als Billig-Angebot im Supermarkt sieht, schaut am besten in den alten Tests nach. Und wer wissen will, was wir über den Paketzusteller Hermes, diverse Internetdienste oder etwa einen bestimmten Telefonprovider berichtet haben, findet einiges. Bevor Sie einen Vertrag unterschreiben ist das allemal lesenswert.



Fotos: VKI



Kommentar	Autor	Datum
regional-saisonal-bio	astrikk	14.04.2009 19:53
Seit vielen Jahren kaufe ich regionale, der Saison entsprechende Bioware ein. Unser Essen ist vielfältig, abwechslungsreich und schmackhaft. Wird mir aber nicht immer leicht gemacht, oft sind österreichische Produkte teurer oder gar nicht zu bekommen - selbst wenn sie gerade Saison haben. Und es braucht wirklich Zeit und Interesse, verantwortungsbewusst einzukaufen.		
Verkehrt herum aufgezaunt	fqzinn	16.03.2009 10:56
Wer vermeint gegen die Auswüchse der globalen Marktwirtschaft auftreten zu müssen, sollte sich zuerst mit ihren Grundsätzen vertraut machen. An sonst passiert es leicht, dass er/sie vielleicht das richtige Ziel anstrebt, dabei jedoch das falsche Ergebnis erreicht, dass also gut gemeint das Gegenteil von gut wird. Wer meint Schnittlauch aus Indien zu essen, sei aus welchen Gründen auch immer, verwerflich, wird als erstes den Import von indischem Schnittlauch zu stoppen versuchen. Mit der nötigen Medienunterstützung ist das sicher möglich. Ist der Schnittlauch aus den Regalen, scheint das Problem - für ignorante Menschen - beseitigt zu sein. Wer nicht nur auf Schnittlauchniveau beschränkt denkt, sondern größere Zusammenhänge zu erkennen vermag, der wird rasch erkennen, dass mit der scheinbaren Beseitigung eines vermeintlichen Problems, erst die Probleme entstehen, die Menschen wirklich treffen. Da wäre der kleine Schnittlauchimporteur, der seine Firma zusperrten muss (und das ist kein konstruiertes Beispiel). Davon hängen die Firmen ab, die den Schnittlauch transportieren, ... Da wird doch sehr schnell der Beginn eines aus vermeintlich guter Absicht erzeugten Kreislaufes erkannt, der immer mehr negative Folgen nach sich zieht. Natürlich, wir leiden ja global, wird davon auch der indische Bauer betroffen sein. Er verliert seine Arbeit, oder zumindest reduziert sich sein Einkommen. Mit diesem Geld könnte jemand, den er bezahlt, einen guten steirischen Apfel kaufen (auch das ist kein konstruiertes Beispiel), oder, wenn wir nicht mit unserem vereinfachten Verständnis seine Verdienstmöglichkeiten einschränken, eines jener europäischen (Luxus-)Güter, die wir gerne exportieren möchten, erwerben. Wenn wir ihm diese Möglichkeit des Gelderwerbs nehmen, importieren wir plötzlich statt Schnittlauch Arbeitslosigkeit nach Österreich. Was halten Sie also für unmoralischer, indischem Schnittlauch ins Regal zu legen, oder dem Regalarbeiter die Möglichkeit zu nehmen, den Schnittlauch ins Regal zu schichten. Ein vermeintlich gut gemeinter Eingriff, erzeugt so einen Teufelskreis, der uns selbst trifft. Das Gegenteil von gut ist gut gemeint.		
Es ist nicht einfach	De2005	03.03.2009 12:18
- saisongerecht einzukaufen - Studium der Etiketten bezüglich der Herkunft - schnell - nach einem Arbeitstag - soll der Einkauf auch erledigt sein		
Für manche Familien ist es einfach nicht leistbar, die Herkunft (nicht nur) von Obst und		

Schlechte Erfahrung gemacht		
Mangelhafte Produkte, happige Preise, schlechte Bedienung, lange Wartezeiten ... Tragen Sie den Namen der Firma in die Überschrift ein, fassen Sie sich kurz und bleiben Sie sachlich. Die Fakten sprechen für sich.		
Beitrag	Autor	Datum
UPC/Inode Kündigung unmöglich	er7ti	24.04.2009 10:37
Amazon.de - Nirvanabestellung	oraf	16.04.2009 21:16
Fruchtsaft	Hekki1	11.04.2009 20:46
Chiligran Notebook Mobilität - Guanay	maggy7000	08.04.2009 16:06
Tempo und Kleenes: Mooslauskung	geos	03.04.2009 19:36
RITA stomoelt einen zum Dieb	kingqueen	03.04.2009 18:22
Dito Versand Kundenservice :-(tanja2407	03.04.2009 11:19
Kundenservice von UPC unzumutbar	damberger	31.03.2009 18:15
Re: Kundenservice von UPC unzumutbar!	tanja2407	03.04.2009 11:50
Re: Kundenservice von UPC unzumutbar!	eli3	20.04.2009 10:00
unerreichbare Shops von Telsing	Kech	30.03.2009 14:32
Mobile Verrechnung	mann1	29.03.2009 12:50
Drei Mobile Lockansatz	kbsen	27.03.2009 11:25
Re: Drei Mobile Lockansatz	AlexSe	28.03.2009 00:21

Foren: Marktplatz der Konsumenten

Konsument.at bietet derzeit zwölf Foren. Nur angemeldete User können sie lesen und in ihnen schreiben. Eindeutiger Renner ist ein Forum, in dem Konsumenten „ihr Herz ausschütten“ und von schlechten Erfahrungen mit Firmen berichten können. Konsument.at dient ihnen sozusagen als „Klagemauer“. Ebenfalls populär ist jenes Forum, in dem Userinnen und User von positiven Beschwerdeerledigungen berichten. Auch Themenvorschläge an die Redaktion nehmen in den Foren einen wichtigen Platz ein.

User: Kritisch und Rat suchend

Es gibt auf konsument.at (grob vereinfacht) zwei Gruppen von Usern: Da ist eine kleine, kritische Gruppe von Usern, die vor allem die kritische Haltung und den Einsatz für die Konsumenten schätzt – das Engagement gegen finanzstarke Unternehmen und mächtige Institutionen, die Werbefreiheit, die Ethik-Tests. Die große Mehrheit der konsument.at-User denkt an den eigenen Nutzen, sucht Produkte und Dienstleistungen mit optimalem Preis/Leistungsverhältnis. Geld sparen und Fehler vermeiden ist hier die Devise.

Warum gibt es Testberichte nicht einzeln zu kaufen?

Beim Einzelverkauf von Onlineartikeln könnte es vorkommen, dass Sie einen weniger aktuellen Artikel bestellen und dann sauer sind. Mit Tageskarte und Online-Abo können Sie alle Tests und Berichte durchstöbern und sich einen besseren Überblick über unser gesamtes Angebot zu einem Thema verschaffen. Wir meinen: Das Preis-Leistungsverhältnis ist damit besser.

Zahlen und Fakten

- Derzeit sind knapp über 1.000 Tests der letzten zehn Jahre online einsehbar.
- Insgesamt enthält das Online-Archiv zur Zeit über 10.000 Artikel (Tests, Berichte, News).
- Etwa 8.000 unterschiedliche User informieren sich derzeit pro Tag auf konsument.at.
- Die häufigsten Suchbegriffe der letzten Zeit: Staubsauger, Waschmaschinen, TV-Geräte.
- Besonders hohe Zugriffszahlen in letzter Zeit hatten die Themen Digitalkameras, Autoreifen, Sparrzinsen, Gewährleistung und AWD.

Stand: März 2009

Rundumservice für Konsumenten

- ▶ Jährlich 215.000 Kundenkontakte
- ▶ Gestiegener Beratungsbedarf durch Finanzkrise
- ▶ Umfassendes Beratungsangebot

Konsumieren zählt für manche zu den schönsten Beschäftigungen der Welt. Einfach und ohne Tücken ist das aber nicht immer – noch dazu in einer Zeit zunehmender wirtschaftlicher Unsicherheit, einer immer unübersichtlicher werdenden Konsumwelt und Abzockern, die im Internet auf unachtsame Konsumenten lauern. „Bedauerlicherweise kommen manche Konsumenten erst dann zu uns, wenn sie schon in der Klemme stecken“, berichtet Renate Wagner, Leiterin des VKI-Beratungszentrums in der Mariahilfer Straße im 6. Wiener Bezirk. „Doch besser spät als nie. Oft kann man schon mit einfachen Maßnahmen einiges bewirken.“

Sie muss es wissen, denn Renate Wagner und ihr Team haben im Jahr rund 215.000 Kundenkontakte zu bewältigen. Sie kann daher ein Lied davon singen, wo Österreichs Konsumenten der Schuh drückt. Besonders die Finanzkrise und der dadurch gestiegene Beratungsbedarf verlangten dem Team in der zweiten Jahreshälfte einiges ab. Dazu kamen die regulären Anfragen, etwa zu mangelhaften Dienstleistungen und Waren, Schwierigkeiten mit Vermietern, Fragen zu Versicherungen oder zu Reisen und Telekommunikation.

„Doch die Mühe lohnt sich: Ein Dankeschön der Konsumenten oder einfach nur das Wissen, wirklich geholfen zu haben, geben ein gutes Gefühl“, weiß Wagner. Das ist auch mit einer der Gründe, warum einige Mitarbeiter im Beratungszentrum neben ihrem Hauptberuf dem VKI und damit ratsuchenden Konsumenten ihr Wissen zur Verfügung stellen. Eine davon ist Dr. Hertha Jany. Sie ist im Hauptberuf Juristin in der Mobilien Gebietsbetreuung in Wien und eine von zahlreichen Experten/innen, die nach Terminvereinbarung unter der Woche ab 16:00 Uhr für persönliche Beratungen im Beratungszentrum zur Verfügung stehen. Daneben gibt es noch viele weitere Juristen, Techniker sowie Finanz- und Versicherungsexperten, die die Expertenhotlines des VKI von 9 bis 15 Uhr betreuen. Wagner: „Wir sind ein bunt zusammengewürfeltes Team, das ein Ziel verfolgt: sich für den Konsumenten einzusetzen. Und gerade unsere vielfältigen Erfahrungen machen uns stark.“

Kostenlos, aber nie umsonst

Für viele Konsumenten, die nicht in Wien wohnen, ist der Weg über das VKI-Infoservice der schnellste Weg zu gutem Rat. Bei diesem kostenlosen Service gibt es etwa

Die häufigsten Themen

Wohnungsfragen	22%
Versicherungen	13%
Finanzierung	12%
Veranlagungen	11%
Telekommunikation	10%
Handel	8%

Auskünfte zu Fragen zu Gewinnbenachrichtigungen und der Werbeflut, aber auch Infos zum Abschneiden von Produkten in „Konsument“-Tests.

Die Mitarbeiter des Infoservice haben aber darüber hinaus Hinweise für die kostenpflichtigen Beratungshotlines des VKI und Veranstaltungstipps parat. Zudem laufen die Terminvereinbarungen mit Experten über diese Kommunikationsschiene. Und diese ist vielbefahren: Im Berichtsjahr 2008 haben die Mitarbeiter im VKI-Infoservice rund 77.000 Gespräche entgegengenommen – die Expertenhotlines noch gar nicht mit eingerechnet.

Ein Fall für die Experten

Für kompliziertere Fallgeschichten stehen Konsumenten die kostenpflichtigen VKI-Expertenhotlines zur Verfügung. Dabei werden die Themen Konsumentenrecht, Wohnen, Bauen und Energie sowie Finanzierung und Versicherungen abgedeckt. 2008 wurden rund 33.000 Beratungen via Expertenhotlines geführt.

Rund zwei Drittel der Anrufe entfallen dabei auf das Konsumententelefon, bei dem etwa Fragen zur Durchsetzung von Gewährleistungsansprüchen ganz oben rangieren, gefolgt von übereilt geschlossenen Verträgen, aus denen Konsumenten wieder aussteigen möchten und überhöht erscheinenden Rechnungen.

Aber auch Fragen von Mietern und Wohnungseigentümern werden, wenn dies ohne Durchsicht von Unterlagen möglich ist, sofort telefonisch beantwortet. „Erfreulich ist auch, dass sich zunehmend mehr Konsumenten, etwa ein Viertel, vor einer Kaufentscheidung oder einem Auftrag – zum Beispiel im Baugeschäft – bei uns informieren“, so Wagner. „Gerade die Finanzkrise macht auch deutlich, dass objektive Beratung ohne Absicht etwas zu verkaufen – etwa vor Abschluss einer Veranlagung oder eines Kredites – so manchen Verlust hätte verhindern können.“

Von Angesicht zu Angesicht

Je nachdem, wie komplex ein Problem ist, bietet sich im Beratungszentrum vor Ort die Möglichkeit der kostenlosen Erstberatung, oder einer Spezialistenberatung mit einem Kostenbeitrag von 10 Euro an. Die Mitarbeiter des „Journaldienstes“ geben von 10 bis 15 Uhr kostenlos und ohne Terminvereinbarung Auskunft zu einfachen und kurz zu beantwortenden Fällen. Wagner: „Häufig bekommen wir hier Fra-

gen zu Umtauschrecht, Stornowünschen, Werbefahrten und Gewinnzusagen gestellt. Bei ausländischen Lotterien, die einen hohen Gewinn versprechen, aber im Gegenzug Vorauszahlungen verlangen, raten wir: Hände weg davon und ab in den Mistkübel.“

2008 wurden rund 10.000 Anliegen behandelt. Im vierten Quartal 2008 folgte ein weiteres großes Thema: Im Zuge der Sammelaktion gegen AWD wandten sich zahlreiche Konsumenten, die sich durch AWD-Beratungen geschädigt fühlen, persönlich an das Beratungszentrum, um sich über diese Aktion zu informieren.

Im Gespräch mit den Experten

Darüber hinaus vereinbarten im Berichtsjahr rund 6.800 Konsumenten (2007: 6.300) einen persönlichen Gesprächstermin mit einem VKI-Experten. Das Anfragen- und Beschwerdespektrum ist groß: Vom Ärger mit Handwerkern, Unregelmäßigkeiten bei Telefonrechnungen, der Stornierung eines Zeitungsabos oder einer Reisebuchung bis hin zu den vielen Problemen mit mangelhaften Waren reichen die Fragen. Auch Anfragen rund um die Aufgabe einer Wohnung und den Erwerb einer neuen Bleibe – ob nun Miete oder Eigentum – machen einen großen Teil aus. Ergänzt werden die rechtlichen Beratungen von VKI-Bautechnikern, etwa zu Fragen zur Mauertrockenlegung oder Wärmedämmung.

Gegen Ende des Jahres führte auch hier die Finanzkrise zu einer besonders großen Nachfrage bei den Finanzexperten des Beratungszentrums. Konsumenten, denen Finanzprodukte als sicher und risikolos vermittelt wurden und die nun hohe Verluste zur Kenntnis nehmen mussten, wandten sich in hoher Zahl an die Berater. Ebenso auch Kreditnehmer, die mit Verteuerungen ihres Kredites konfrontiert wurden – Stichwort: Fremdwährungskredite.

Hilfe durch Intervention

Wichtige Hilfestellungen des VKI-Beratungszentrums sind auch das Führen der Beschwerdekorrespondenz im Namen der Konsumenten, das Bemühen um eine au-

Seminar: mieten & suchen
Mietpreise, Vertragsgestaltung, Ablösefragen: Bei der Suche nach einer Mietwohnung kann es nicht schaden, über die wichtigsten Begriffe Bescheid zu wissen. Der Verein für Konsumenteninformation bietet dazu zwei Seminare an, die sich auch mit dem Umgang mit Immobilienmaklern beschäftigen. Termine: 6. Mai und 3. Juni, die Veranstaltungen finden in der Mariahilfer Straße 81, 1060 Wien, statt. Kostenbeitrag: fünf Euro, Infos unter www.kon-

Verloren im Tarif-Dschungel



EINE BRANSCHE QUITTEN BEISEN

Ausmalen ist auch Vermietersache

Zurückgewandt hat man

Wohnen: Tipps von Fachleuten

Dem Wohnungskauf und der Suche nach dem Mietraum

WOHN Tipps

Heute beantworten Experten des Vereins für Konsumenteninformation aktuelle Anfragen.

Miete bei Heizungsausfall

Frage: Aufgrund einer defekten Gasleitung wurde das Gas im Haus gesperrt. Wir haben schon seit einer Woche kein warmes Wasser und keine Heizung. Was kann ich tun?

Antwort: Wird ein Mietobjekt ganz oder teilweise unbrauchbar, ist der Mieter in dem Ausmaß und für die Dauer der Unbrauchbarkeit von der Mietzahlung befreit. Dieses Recht kann vertraglich nicht ausgeschlossen werden. Es gilt unabhängig davon, ob den Vermieter ein Verschulden trifft. Ist der Mieter selbst schuld, muss er die volle Miete zahlen.

Die Höhe der Mietzinsminderung richtet sich nach dem Grad der Unbrauchbarkeit und ist vom Mieter selbst geltend zu machen. Es empfiehlt sich jedoch, das Einvernehmen mit dem Vermieter zu suchen. Bei nicht vollständiger Mietzahlung riskiert der Mieter nämlich eine gerichtliche Aufkündigung bzw. Räumungsklage.

Vertrag mit Befristung

Frage: „Ich möchte meine Eigentumswohnung auf zwei



ßergerichtliche Lösung sowie gegebenenfalls die Intervention gegen ein Unternehmen. Mit Erfolg: In zwei Drittel der Fälle konnten die Forderungen der Konsumenten durchgesetzt bzw. ein akzeptabler Vergleich erreicht werden. Die Schwerpunkte der Bemühungen um eine außergerichtliche Streitbeilegung liegen im Telekommunikationsbereich, bei Reisen, bei Mängeln von Waren und Dienstleistungen sowie beim Versuch, aus voreilig geschlossenen Verträgen wieder herauszukommen. „Auch bei besonders berücksichtigungswürdigen Umständen – beispielsweise gesundheitlichen Problemen oder finanziellen Schwierigkeiten – ersuchen wir Unternehmen, dem Konsumenten entgegenzukommen“, erklärt Wagner.

Ab in die Schule

„Wann mit dem Thema Konsumentenschutz beginnen, wenn nicht in der Schu-

le?“, sagt sich Regine Musel. Sie arbeitet seit nahezu zwei Jahrzehnten im Beratungszentrum des VKI und vermittelt ihren reichen Erfahrungsschatz in Schulvorträgen an Jugendliche im Alter von 14 bis 18 Jahren. Warum gerade diese Altersgruppe? „Der Grund liegt darin, dass man in diesem Alter zwar noch beschränkt geschäftsfähig ist, man aber über das Einkommen schon frei verfügen kann, solange der Lebensunterhalt des Jugendlichen dadurch nicht gefährdet wird“, erklärt Musel. 2008 war sie in 65 Vorträgen vor insgesamt 2.000 Schülern im Einsatz und informierte über typische Fallen im Konsumentenalltag Jugendlicher.

„Ein großes Problem ist, nicht vorzeitig in die Schuldenfalle zu tappen. Telefonieren, SMS verschicken oder Klingeltöne herunterladen kostet – neben Kleidung und Kosmetik – meist mehr Geld als die Jugendlichen in Wirklichkeit zur Verfügung haben“, weiß Musel. Besonders aber die Abzocke

im Internet ist ein heißes Thema. Schnell kann sich ein vermeintlicher Gratisdienst als kostenpflichtig herausstellen. Was man tun kann, wenn die erste Mahnung ins Haus flattert und wie man generell dubiosen Internetangeboten am besten aus dem Weg geht, zeigt die Expertin in ihren Vorträgen. „Wichtig ist uns einerseits, anhand konkreter Beispiele die Basics zu vermitteln: also wichtige Grundlagen zu Gewährleistung, Garantie, Rücktrittsrecht oder wichtige Infos zu Geschäften im Internet. Andererseits möchten wir aber auch klar machen: Wenn ihr einmal Probleme habt und keinen Ausweg wisst, sind wir da für euch.“

kompetent

Infoservice (Tel. 01/588 770). Neben der Bestellhotline die Erstanlaufstelle für alle telefonischen Anfragen. Anrufer erhalten von Montag bis Freitag (9-16 Uhr) eine erste Auskunft. Bei komplexeren Fragen wird entweder telefonische oder persönliche Beratung empfohlen oder, wenn erforderlich, auf andere Institutionen verwiesen.

Expertenhotlines. Für Spezialfragen zu den Themen Konsumentrecht, Bauen, Wohnen und Finanzieren stehen Montag bis Freitag zwischen 9 und 15 Uhr zwei kostenpflichtige Expertenhotlines zur Verfügung: das Konsumententelefon (0900 910 024, max. 0,68 €/Minute; aus dem Festnetz der Regionalzone Wien und Umgebung max. 0,45 €/Minute) und die Expertenhotline für Bauen/Wohnen/Finanzieren (0900 940 024, max. 1,09 €/Minute).

Persönliche Beratung. Kurz zu beantwortende Anfragen aus dem Konsumenten- und Wohnrecht sowie aus den Bereichen Bauen und Energie werden untertags ohne Terminvereinbarung und kostenlos beantwortet. Bei komplexeren Problemen wird ein kostenpflichtiger Termin (Kostenbeitrag 10 Euro) mit einem VKI-Experten vereinbart.

Interventionstätigkeit. Ist einem Betroffenen angesichts des Prozesskostenrisikos eine gerichtliche Auseinandersetzung nicht anzuraten, bemüht sich der VKI um eine außergerichtliche Lösung.

Schriftliches Beratungsservice. Experten erledigen die Beschwerde-Korrespondenz im Namen des Betroffenen oder im Namen des VKI. Damit können auch Konsumenten außerhalb von Wien vom Know-how des VKI profitieren.

Schulvorträge. Der VKI ist durch regelmäßige Schulvorträge im Beratungszentrum wie auch vor Ort an Schulen aktiv. Der Kostenbeitrag beträgt 60 Euro pro Vortrag.

Informationsabende. Ob Miet- oder Eigentumswohnung, Kauf eines Dachbodens oder Bau eines Eigenheims – Spezialisten informieren regelmäßig über die Besonderheiten und Tücken des Marktes. Kosten pro Vortrag: Fünf Euro (inklusive schriftlicher Unterlagen).

Bauplan- und Baukostenüberprüfung. Unter Berücksichtigung technischer und energiewirtschaftlicher Aspekte werden Baupläne und Kostenvoranschläge auf Vollständigkeit und Angemessenheit überprüft.

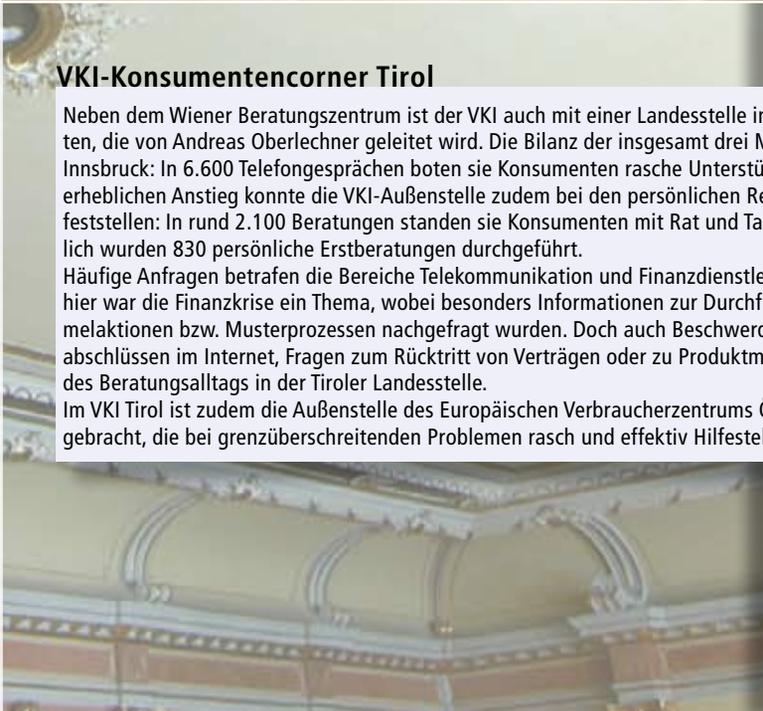


VKI-Konsumentencorner Tirol

Neben dem Wiener Beratungszentrum ist der VKI auch mit einer Landesstelle in Tirol vertreten, die von Andreas Oberlechner geleitet wird. Die Bilanz der insgesamt drei Mitarbeiter in Innsbruck: In 6.600 Telefongesprächen boten sie Konsumenten rasche Unterstützung an. Einen erheblichen Anstieg konnte die VKI-Außenstelle zudem bei den persönlichen Rechtsberatungen feststellen: In rund 2.100 Beratungen standen sie Konsumenten mit Rat und Tat zur Seite. Zusätzlich wurden 830 persönliche Erstberatungen durchgeführt.

Häufige Anfragen betrafen die Bereiche Telekommunikation und Finanzdienstleistungen. Auch hier war die Finanzkrise ein Thema, wobei besonders Informationen zur Durchführung von Sammelaktionen bzw. Musterprozessen nachgefragt wurden. Doch auch Beschwerden zu Vertragsabschlüssen im Internet, Fragen zum Rücktritt von Verträgen oder zu Produktmängeln waren Teil des Beratungsalltags in der Tiroler Landesstelle.

Im VKI Tirol ist zudem die Außenstelle des Europäischen Verbraucherzentrums Österreichs untergebracht, die bei grenzüberschreitenden Problemen rasch und effektiv Hilfestellung bietet.



Grenzüberschreitend kompetent

- ▶ Europaweites Netzwerk
- ▶ Rasche und unbürokratische Hilfe
- ▶ Rund 7.000 Anfragen und Beschwerden

Für die Mitarbeiter des Europäischen Verbraucherzentrums Wien (EVZ) stellte die EURO 2008 einen besonderen Höhepunkt bei den Beratungs- und Informationsaktivitäten dar. Eine eigens eingerichtete Landing-Page www.europakonsument.at/euro2008 informierte in- und ausländische Fußballfans in Deutsch und Englisch über das Event, gab wertvolle Tipps zu Anreise, Unterkunft und die Fanzonen. Auch an die Europa-Hotline konnten sich Fußballbegeisterte mit ihren Fragen wenden.

Mitten im Geschehen war das Europäische Verbraucherzentrum auch auf der Wiener Ferienmesse. Erstmals nahm es damit an einer der größten Messen Österreichs teil und informierte unter anderem zu Pauschalreisen und Fluggastrechten.

Internet-Abzocke liegt voran

Der Beratungsalltag der Mitarbeiter des EVZ wird hingegen von Anfragen zu Internet-Abzocke, Onlineshopping (Lieferverzug, Nichteinhaltung der Gewährleistungs-

pflichten, Rücktrittsrecht) und Reisemängeln bestimmt. Zudem waren Flugannullierungen und die Gepäcksbeförderung der Fluglinien sowie vermeintliche Gewinne bei ausländischen Lotteriegesellschaften Gegenstand von Beschwerden. In diesen und vielen anderen Fragen unterstützen sich die Europäischen Verbraucherzentren auch gegenseitig.

Europaweite Unterstützung

Das Europäische Verbraucherzentrum Wien, das seit 1999 beim Verein für Konsumenteninformation angesiedelt ist, ist eines von insgesamt 29 Europäischen Verbraucherzentren, die von der Europäischen Union eingerichtet wurden. Kann eine Beschwerde nicht erfolgreich vom Heimatstaat des Verbrauchers – zum Beispiel Österreich – bearbeitet werden, tritt das Netzwerk der Verbraucherorganisationen (ECC-Net) in Aktion. Dann bemühen sich die Mitarbeiter des Europäischen Verbraucherzentrums im jeweiligen Sitzstaat des



Foto: VKI

Unternehmers vor Ort um eine rasche und unbürokratische Lösung des Problems. Damit haben Verbraucher bei Problemen in anderen Ländern der Europäischen Union bzw. mit in anderen EU-Ländern tätigen Unternehmen einen entscheidenden Vorteil. Ein beständiger, gegenseitiger Erfahrungsaustausch fördert darüber hinaus die Zusammenarbeit der Verbraucherzentren. 2008 tauschte das Wiener EVZ-Team in Polen Erfahrungen mit den dortigen Kollegen aus. EVZ-Mitarbeiter aus Dänemark, Deutschland, Irland, Schweden und Slowenien statteten wiederum Österreich einen Besuch ab. Rund 7.000 Konsumenten wandten sich 2008 an die Adresse des EVZ. Die Mehrzahl der Fälle wurde positiv abgeschlossen.



Foto: VKI

Europäisches Verbraucherzentrum des Vereins für Konsumenteninformation

Europa-Hotline: Tel 0810 810 225

Zentrale Wien

Mariahilfer Straße 81, A-1060 Wien

E-Mail: info@europakonsument.at

Internet: www.europakonsument.at

Außenstelle Innsbruck

Maximilianstraße 9, A-6020 Innsbruck

E-Mail: europainfo.tirol@vki-tirol.at

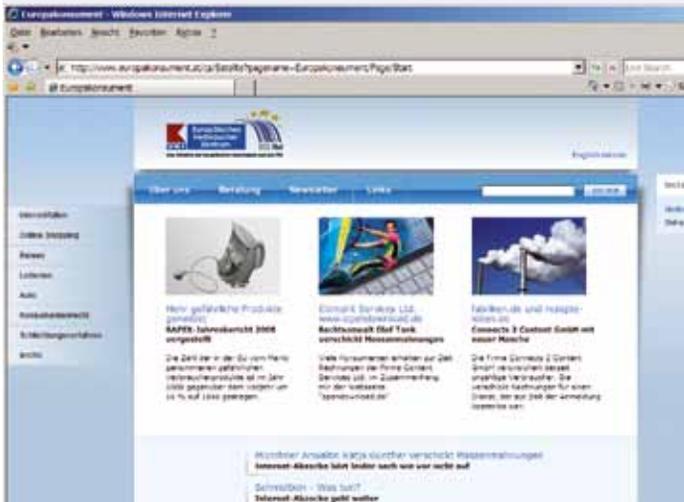


ECC-Net

Die Informationsschienen des Europäischen Verbraucherzentrums

Europa-Hotline Tel. 0810 810 225

Die Europa-Hotline, die österreichweit zum Regionaltarif erreichbar ist, ist die am meiste nachgefragte Beratungsschiene des EVZ. Diese wird insbesondere bei den zahlreichen Beschwerden über kostenpflichtige Internetseiten in Anspruch genommen.



www.europakonsument.at

Die Webseite des EVZ zählt zu den wichtigsten Informationskanälen, um heimische Konsumenten über ihre Rechte aufzuklären oder vor dubiosen Unternehmen zu warnen. Mehr als 186.500 Internet-User informierten sich 2008 auf der wöchentlich aktualisierten Webseite. Besonders nachgefragt waren die zum Download bereitgestellten Musterbriefe zum großen Themenbereich „Internet-Abzocke“.

Broschüre „So gelingt Ihr Urlaub!“

Damit die „schönste Zeit des Jahres“ ohne Probleme verläuft, hat das Europäische Verbraucherzentrum 2008 Tipps und Informationen rund um die Urlaubsbuchung in Form einer Broschüre zusammengestellt, die in der Ausgabe 06/2008 dem Magazin „Konsument“ beigeheftet war. Diese behandelt unter anderem Fragen zur Urlaubsplanung im Internet, zur Fluggastrechtsverordnung und zur Reservierung eines Mietwagens. Sie gibt aber auch wertvolle Hinweise, was man tun kann, wenn der Urlaub nicht so klappt, wie gewünscht. Weiters wurde ein Flyer zum Thema „Ihre Rechte auf Reisen“ herausgegeben.

Grenzenloser Pistenspaß

Wie hoch sind die Schipasspreise tatsächlich? Sind kleine Schigebiete wirklich so viel billiger? Gibt es nicht auch in großen Schigebieten attraktive Familienarrangements? Antwort auf diese Fragen gibt die Broschüre „100 Schigebieten im internationalen Preisvergleich“. Das EVZ informiert hier über die Grenzen Österreichs hinweg zu Preislage und Angebot von ausgewählten Schigebieten in Deutschland, Italien, Slowenien, der Schweiz und Frankreich. Die Broschüre, die dem „Konsument“ 12/2008 beigeheftet war, wurde zusätzlich kostenlos an 600.000 Haushalte verschickt. Die Resonanz auf diesen Vergleich war enorm: Fünf Europäische Verbraucherzentren berichteten über die Erhebung (Rumänien, Norwegen, Belgien, Dänemark und Deutschland), Interviewanfragen kamen sogar aus Luxemburg und Schweden.



EVZ-Medienarbeit

2008 wurden insgesamt 62 Interviews gegeben, davon 27 Fernsehinterviews, 20 Radiointerviews und 15 Interviews an Vertreter von Printmedien. Aufgrund einer Kooperation mit der Tageszeitung „Der Standard“ erschien zudem wöchentlich die Kolumne „Reise-Helpdesk“, in dem anhand von Fallbeispielen Tipps zum Thema Recht und Reise gegeben wurden. Vervollständigt wurde die Medienarbeit durch zwei Pressekonferenzen, sechs Presseausendungen und 47 Ausgaben des zweisprachigen elektronischen Newsletters.

Im rechten Augenblick zur Stelle

- ▶ Rechtliche Hilfestellung für Konsumenten
- ▶ Prozesse und Klagen mit Beispielwirkung
- ▶ „Erlöse“ in Höhe von mehr als 1,3 Millionen Euro

24. Kärntner Tageszeitung

WIRTSCHAFT |

Konsumentenschützer prüfen AvW-Scheine

Anwalt informiert Inhaber der Genussscheine über die rechtliche Situation. Die Wertpapierdienstleistungs-Konzession von AvW Invest ist nun offiziell erloschen. Regierungskommissär beendet nach 14 Tagen seine Aufsicht.

KRUMPENDORF, WIEN. Die angeschlagene Kärntner Beteiligungsgesellschaft AvW Invest steht nicht mehr unter behördlicher Aufsicht. Der von der Finanzmarktaufsicht (FMA) eingesetzte Regierungskommissär Martin Wagner hat gestern seine Arbeit beendet.

Der Bescheid habe die FMA nun auch die Löschung der Wertpapierdienstleistungs-Konzession der Gesellschaft festgestellt, hieß es. Mit dem Erlöschen dieser WAG-Konzession kann die Firma ihr Kerngeschäft – nämlich Finanzdienstleistungen – nicht mehr ausüben.

„Für die Aufsicht über der Wirtschaft damit bei der Aufsicht. Seine Auf-

gabe: Gefahren für die finanziellen Belange der Kunden abzuwenden.

Unterstützung für Anleger

Unterdessen haben die Genussschein-Inhaber der AvW-Gruppe Unterstützung vom Verein für Konsumenteninformation (VKI) bekommen. Dieser prüft nun, ob der vertragliche Ausschluss der außerordentlichen Kündigung rechtmäßig ist, sagt Peter Kolba, Leiter des Bereiches Recht im VKI. Eine Sammel-Aktion wie gegen die schlechtleister AW geplant.

Rechtsanwältin Ingrid Scherzinger informiert morgen be-

schein-Inhaber über die rechtliche Situation. Veranstaltungen stehen in Rottenmann (Steiermark), Klagenfurt, Zell am See (Salzburg) und Mondsee (Oberösterreich) am Plan.

Momentan bleiben etwa 12.000 Personen auf ihren insgesamt 152.272 Genussscheinen sitzen.

AvW-Aktie klettert nach oben

Die Aktien der AvW Invest schossen gestern weiter nach oben und erholten sich etwas von den jüngsten Kursein-

brüchen. Die Aktien notierten am Freitag bei 1,30 Euro – ein Prozent. Mit dem Kurs wurden durchschnittlich 1,30 Euro gehandelt.

VKI: Sieg über „3“ wegen Intransparenz

Wien. Der viertgrößte österreichische Mobilfunkanbieter „3“ hat sich vor Gericht verantworten müssen. Das Handelsgericht Wien hat einer Verbandsklage des Vereins für Konsumenteninformation (VKI) wegen einer Abrechnungs-Klausel in erster Instanz stattgegeben und beurteilte diese als „intransparent und größtenteils benachteiligend“. Gegenstand des Verfahrens war eine Klausel, die „3“ das Recht einräumte, „mehr oder weniger willkürlich“ einen Abrechnungszeitraum festzulegen. Das Urteil ist noch nicht rechtskräftig.

Lebensversicherung: Konsument gestärkt

Keine Maklerprovision bei gesetzlichem Rücktrittsrecht – Erstgericht hat entschieden

WIEN (SN, APA). Trotz Entgeltvereinbarung darf Konsumenten, die von ihrem gesetzlichen Rücktrittsrecht bei einem Lebensversicherungsvertrag Gebrauch machen, keine Maklerprovision in Rechnung gestellt werden. Eine „Entgeltvereinbarung“ in einem Maklerauftrag für eine versicherungstechnische Risikoanalyse, die Erstellung eines Deckungskonzepts und die Vertragskonzeption ist unwirksam, da damit keine über die Verpflichtungen des Maklers gemäß Maklergesetz hinausgehenden Tätigkeiten erfasst sind. Das geht aus einem noch nicht rechtskräftigen Urteil hervor, das der Verein für Konsumentinformation (VKI) im Auftrag von Konsumentenschutzminister Erwin Buchinger (SPÖ) erwirkt hat. „Damit wurde endlich klargestellt, dass vertragliche Vereinbarungen jedenfalls nicht dazu benutzt werden dürfen, gesetzliche

Rücktrittsrechte auszuhöhlen und wertlos zu machen“, betonte Buchinger am Sonntag.

Der VKI gewährte im Auftrag von Buchinger einer Versicherungsmaklerkündin Deckungsschutz für ein Verfahren, das ein Versicherungsmakler gegen sie angestrengt hatte. Die Konsumentin hatte über einen Versicherungsmakler den Antrag auf Abschluss eines Lebensversicherungsvertrags gestellt. Dabei unterzeichnete sie ein Formular, das eine so genannte „Entgeltvereinbarung“ beinhaltete, die dem Makler ein Entgelt in der Höhe von 2760 Euro für die „versicherungstechnische Risikoanalyse“ sowie für die Erstellung eines angemessenen Deckungskonzepts, sowie für die Vertragskonzeption sichern sollte. Die Konsumentin trat fristgerecht gemäß Versicherungsvertragsgesetz (VersVG) von ihrem Antrag zurück, woraufhin ihr der Mak-



„Keine Aushöhlung des Rücktrittsrechts“: Minister E. Buchinger. Bild: SNAPA

ler sein Entgelt in Rechnung stellen darf, da das gesetzliche Rücktrittsrecht die Folge hat, dass der Vertrag rückwirkend aufgelöst wird und ein Provisionsanspruch gar nicht erst entstehen kann. Da die Konsumentin nur ihr Recht ausgeübt habe, bestünde auch kein Schadenersatzanspruch.

Zum anderen erteilte das Gericht der gängigen Praxis von Versicherungsmaklern eine Absage, wonach sich diese in Entgeltvereinbarungen zwar keinen ausdrücklichen Provisionsanspruch, sondern ein Entgelt für ihre Beratungstätigkeit sichern wollen. Hier hielt das Gericht fest, dass es sich bei jenen in dieser Entgeltvereinbarung festgehaltenen Verpflichtungen um genau jene typischen Verpflichtungen des Versicherungsmaklers im Sinne des Maklergesetzes handelt, von welchem nicht zum Nachteil des Versicherungsnehmers vertraglich abgegangen werden darf.

Insgesamt betreute der Verein für Konsumentinformation im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz bzw. der Arbeiterkammern 2008 rund 300 Verfahren. Von diesen wurden 118 abgeschlossen, 88 Fälle davon zugunsten des VKI und damit im Sinne der Konsumenten. Drei Klagsvarianten sind möglich: der Musterprozess, die Verbandsklage und die Sammelklage nach österreichischem Recht. Mit Musterprozessen und Sammelklagen brachte der VKI 2008 rund 350.000 Euro für Konsumenten ein.

Musterhaftes Vorgehen

Am häufigsten geht der VKI in Form von Musterprozessen vor. Rund 160 solcher Prozesse wurden 2008 betreut, 62 Verfahren abgeschlossen und davon die überwiegende Mehrheit positiv. Musterprozesse stellen dann eine Möglichkeit dar, wenn Konsumenten aufgrund des hohen Prozesskostenrisikos nicht selbst klagen würden, die Fälle für die Allgemeinheit jedoch von großem Interesse sind. In einem solchen Fall übernimmt der VKI die Ausfallhaftung für die Prozesskosten. In etwa acht von zehn betreuten Fällen liegt der Streitwert unter der Grenze von 3.600 Euro.

FALL-BEISPIEL: Ein Musterprozess, der 2008 wiederholt die Gerichte beschäftigte, betraf den sensiblen Bereich des Datenschutzes. Ein Mobilfunkunternehmen verweigerte 2006 einem Betroffenen den Abschluss eines Mobilfunkvertrages, da sich in einer Bonitätsdatenbank ohne sein Wissen ein Eintrag über eine bewilligte Exekution aus dem Jahr 2004 befand. Aufgrund des Musterprozesses entschied der Obers-

te Gerichtshof, dass jeder Betroffene ein Recht auf – unbegründeten – Widerspruch gegen die Verarbeitung und Verwendung von Daten von Kreditauskunfteien hat. Die Daten müssen dann innerhalb von acht Wochen gelöscht werden. Damit geht die Bedeutung des Verfahrens weit über den Einzelfall hinaus.

Prävention via Verbandsklage

Mit Unterlassungsklagen geht der VKI gegen unfaire Vertragsklauseln und irreführende Werbung vor. Dabei ist es das Ziel, den Markt für alle Konsumenten zu bereinigen und für ein gesetzeskonformes Auftreten der Unternehmer zu sorgen. Dadurch haben die Verbandsklagen eine präventive Wirkung. Insgesamt wurden rund 120 Abmahnungen und Verbandsklagen quer durch alle Branchen durchgeführt. Darunter finden sich unter anderen Mobilfunkunternehmen aber auch Banken. Rund 50 Verfahren wurden erfolgreich abgeschlossen.

FALL-BEISPIELE: Als irreführend erkannte das Handelsgericht Wien die Werbung für das „Anlage-Duett“ der BAWAG an, eine Kombination aus Sparbuch und Fond. Das Gericht kam zum Schluss, dass die Werbeaussage – zur Mindestverzinsung – durch Erklärungen in der Fußnote allein nicht entkräftet wird. Wiederum das Handelsgericht Wien beurteilte die Werbung für den Tarif „3NoLimits“ als irreführend und gesetzeswidrig. Die Werbung für „unbegrenzte Telefonieren“ war ohne deutlichen Hinweis auf ein Fair-Use-Limit von 1.000 Minuten je Leistung geblieben. Zudem gewann der VKI unter anderem eine Verbandsklage gegen

gen drei gesetzeswidrige Klauseln von ONE. Eine der Klauseln, die der OGH kippte, räumte ONE das Recht ein, selbst bei begründeter Kündigung des Kunden noch für die Mindestvertragsdauer die monatlichen Grundgebühren fällig stellen zu können.

Auf einen Nenner gebracht

Oft gibt es nicht nur einen Geschädigten, sondern viele. Sind mehrere Geschädigte betroffen, greifen Musterprozesse zu kurz. Mit Hilfe von Sammelklagen können in einem einzigen Prozess die Ansprüche einer großen Gruppe Geschädigter durchgesetzt werden, die sonst kaum realistische Chancen hätten, zu ihrem Recht zu kommen.

FALL-BEISPIEL: Das Handelsgericht Wien sprach Urlaubern Schadenersatz zu, die im Zuge eines Urlaubs in einem türkischen All-Inclusive-Hotel an Brech-Durchfall erkrankten. Da der Reiseveranstalter die ausreichende Entschädigung der Betroffenen verweigerte, klagte der VKI in einer „Sammelklage nach österreichischem Recht“. 2008 sprach das Gericht den 37 Geschädigten Schadenersatz in der Höhe von rund 55.000 Euro zu. Damit wurde die erste Sammelklage, die bei Gericht in dieser Sache entschieden wurde, zugunsten der Verbraucher beendet. Die Freude darüber war erwartungsgemäß groß, so unter anderem bei einem Geschädigten aus Feldkirch, der sich via E-Mail beim VKI bedankte: „Wir haben ehrlich gesagt nicht mehr an einen positiven Ausgang geglaubt und sind deshalb hoch erfreut über den Abschluss dieser Sache. Wir möchten uns recht herzlich für Ihre Bemühungen bedanken und Ihnen weiterhin viel Erfolg bei Ihrer Tätigkeit wünschen.“

Im Dreier-Pack

Der Fall AWD deckt sogar alle drei Klagskategorien ab: Tausende Verbraucher fühlten sich durch den AWD beim Kauf von Immo-Aktien falsch beraten. Der VKI sammelte in einer Aktion diese Beschwerden. Nach dem Scheitern der Gespräche für eine außergerichtliche Lösung brachte der VKI im Dezember 2008 eine Verbandsklage und drei Musterprozesse gegen den AWD ein. Darüber hinaus organisiert der VKI Sammelklagen, um Verbrauchern eine Teilnahme an Klagen ohne Prozesskostenrisiko zu ermöglichen – gegen Vereinbarung einer Erfolgsquote für den Prozesskostenfinanzierer. Aufgrund dieser Entwicklung wird auch das Jahr 2009 mit Sicherheit ein spannendes und arbeitsreiches bleiben.

Mehr zu diesem Thema

Auf www.verbraucherrecht.at wird über aktuelle Erfolge informiert und wertvolle Links zur Recherche rund um das Verbraucherrecht geboten. Auch zur Teilnahme an Klagsaktionen finden hier Verbraucher Informationen.

Sammelklage nach österreichischem Recht

Die „Sammelklage nach österreichischem Recht“ baut auf zwei Säulen der Zivilprozessordnung auf: Zum einen können Verbraucher u.a. dem VKI Ansprüche gegen Unternehmer zur Klage abtreten. Das führt dazu, dass man auch bei kleinen Streitwerten den Obersten Gerichtshof erreichen kann. Zum anderen kann ein Kläger, der gegen einen Beklagten eine Mehrzahl von Ansprüchen hat, diese in einer Klage einbringen. Der Gesetzgeber spricht von der Klaghäufung. Bei der Sammelklage lässt sich daher der VKI die Ansprüche der geschädigten Verbraucher abtreten und klagt dann im eigenen Namen den Unternehmer mit einer Klage auf Zahlung. Das dient zunächst einmal der Prozessökonomie: Ein Richter urteilt über die gemeinsamen Sach- und Rechtsfragen. Er bestellt nur einen Sachverständigen. Es gibt nur ein Urteil – nicht viele und widerstreitende.

Die Sammlung eines großen Streitwertes führt aber auch – im Interesse beider Seiten – zu einer deutlichen Dämpfung der Prozesskosten. Diese betragen im konkreten Fall oft bis zu zwei Drittel weniger, als wenn alle Geschädigten alleine klagen würden.

Gelingt darüber hinaus eine Beteiligung eines Prozesskostenfinanzierers, dann können die Geschädigten ohne eigenes Kostenrisiko an der Aktion beteiligen, müssen aber vereinbaren, vom Erlös eine Erfolgsquote – in der Regel um die 30 Prozent – an den Finanzierer abzugeben. So können Verbraucher – die keine Rechtsschutzversicherung haben – versuchen Ansprüche durchzusetzen, die sie alleine nie durchgesetzt hätten.

Doch eine Sammelklagen-Aktion verursacht auch hohe Organisationskosten. Am Beginn stehen Medienarbeit und Sammlung sowie die Aufbereitung der Fälle, am Ende – wenn man Erfolg hat – steht die Verteilung des Erlöses. Diese Organisationskosten werden vom Prozessgegner nicht ersetzt. Der VKI führt solche Aktionen daher in der Regel im Auftrag des Konsumentenschutzministeriums durch, das auch die Organisationskosten weitgehend übernimmt und damit die Durchsetzung von Verbraucherrechten fördert.

Klauseln für Anleger Verfahren geht in nächste Instanz VKI im Clinch mit R-Quadrat Capital

Wien. Der VKI ging im Auftrag des Konsumentenschutzministeriums gegen die R-Quadrat Capital Gamma GmbH mit Verbandsklage vor. Diese Gesellschaft emittierte vor. Diese Gesellschaft emittierte Teilschuldverschreibungen, denen rechtschuldwidrige Klauseln zugrunde gelegt wurden, so der VKI. Das Handelsgericht Wien hatte in erster Instanz sechs von sieben beanstandeten Klauseln für gesetzwidrig erklärt. Beide Seiten erhoben Berufung gegen das Urteil. Der Berufung des VKI wurde Folge gegeben; jener der beklagten Partei nur teilweise.

kündigen und deren Rückzahlung zu verlangen, falls die Emittentin insolvent wird; der VKI argumentierte, dass das bei allen Dauerschuldverhältnissen bestehendem Kündigungsrecht aus wichtigem Grund dadurch eingeschränkt wird: nämlich auf den Fall, dass die Emittentin zahlungsunfähig wird. Das Erstgericht erklärte die Klausel für rechtmäßig, die Berufungsinstanz für rechtswidrig. Das Urteil ist nicht rechtskräftig. (red)



Im Clinch

Konkret geht es etwa um die Klausel, dass die Emittentin durch Leistung von Zahlungen aus den Teilschuldverschreibungen an die Zahlstelle oder deren Order von ihrer Zahlungspflicht befreit wird. Der VKI sah es nicht als zulässig an, dass eine Zahlung des Schuldners an seinen eigenen Erfüllungsbahnen schuldbeitragende Wirkung haben soll; die zweite Instanz gab ihm recht. Weiters ist jeder Anleiher berechtigt, seine

Der VKI

Neue Klage in Sachen MEL

VKI geht gegen MEL-Zertifikate-Vermittler vor

Wien (SN). Der Verein für Konsumentinformation (VKI) hat im Auftrag des Konsumentenschutzministeriums eine weitere Klage gegen Vermittler von Zertifikaten der Meinel European Land (MEL) eingereicht. Wieder geht es um mangelhafte Beratungstätigkeit von Finanzdienstleistungs-Vermittlern. Anlassfall ist eine Mindestrentenversicherung, die von einer freien Mitarbeiterin der Fondpromotor Investment AG zum Erwerb der Papiere geraten wurde. Der Dame seien die unsicheren Papiere nicht nur empfohlen worden, ihr sei dafür auch die Aufnahme eines Kredits einge-

reitet worden, sagte Sozial- und Konsumentenschutzministerin Buchinger (SPÖ) gangsweise sei „kläglich“, sie widerspreche den Empfehlungen der Kammer zum damaligen Wertpapieraufsichtungsamt. Mit dem Kreditfinanzen von Aktien sei ein drittes verbunden gewesen; ging nicht nur das Risiko ihres Vorhandenseins, sondern auch jenes eines Fehlschlusses: on den Kredit nicht zahlen kann und vers-



Der VKI

Tele-2-Werbung „irreführend“

Das Handelsgericht Wien (HG Wien) hat eine Werbung des Mobilfunkanbieter Tele 2 als irreführend beanstandet. Im Zusammenhang mit dem Tarif „Champion“ wurde die Werbung für

Wien (V20) Das Handelsgericht Wien (HG Wien) hat eine Werbung des Mobilfunkanbieter Tele 2 als irreführend beanstandet. Im Zusammenhang mit dem Tarif „Champion“ wurde die Werbung für

Gesprächspreise pro unterliegt, wenn mit Auswirkung einer 7 96/96 eindeutig und verständlich hing wird.

Preis für 90 Sekte Das gab am Die Arbeiterkammer (AK) bekannt, im 4. Vorbericht der Verein Konsumentinformator

Preis für 90 Sekte Das gab am Die Arbeiterkammer (AK) bekannt, im 4. Vorbericht der Verein Konsumentinformator

Preis für 90 Sekte Das gab am Die Arbeiterkammer (AK) bekannt, im 4. Vorbericht der Verein Konsumentinformator

Preis für 90 Sekte Das gab am Die Arbeiterkammer (AK) bekannt, im 4. Vorbericht der Verein Konsumentinformator

Preis für 90 Sekte Das gab am Die Arbeiterkammer (AK) bekannt, im 4. Vorbericht der Verein Konsumentinformator

Preis für 90 Sekte Das gab am Die Arbeiterkammer (AK) bekannt, im 4. Vorbericht der Verein Konsumentinformator

VKI plant Sammelklagen gegen AWD

Bereits 3000 Beschwerden wegen angeblicher Falschberatung bei Immobilien-Käufen

Die Verbandsklage habe protestantische Gründe, erklärte, dass Gesprächsprotokolle bei mangelhafter Beratung nicht die wesentlichen Umstände des Kaufs festhalten können. Zum Thema Immobilien-Verkäufe gab es 3000 Beschwerden über angeblich mangelhafte Beratung. Die aus dem geprüften Bestand an hochgerechnete Schadenssumme beläuft sich auf rund 30 Millionen Euro.

Die VKI hatte dem AWD zugehört, aber nur in zwei Fällen. Einmal sei ein Kaufvertrag „in die Hand des Angebots“ geschickt; in keinem Fall sei mangelhafte Beratung gestanden worden, sagte Kolba.

„Mündelsicheres Investment“ In den beim VKI eingelangten Beschwerden wird hingegen behauptet, dass AWD-Berater seitens der Neuzugkäufer Immobilien-Verkäufe unter Berufung auf „mündelsicheres Investment“ als „günstigen“ hätten. In vielen Fällen sei bereits mit Prozessfinanzierungsdienstleistungen in der

tr offenbar bis zum Schluss geritten, die Aktion zu beibehalten, bevor auch weitere zu kaufen. Die Häufung der Beschwerdepunkte weist auf systematische Mängel in der Beratung hin und lässt sich nicht durch Beratungsfehler einzelner Sachverständiger erklären, meinte Kolba. Von den Beschwerden seien etwa 800 von mehreren Beratern betroffen. Man mobilisierte mit dem Argument der Sicherheit im großen Stil an eingetragten worden seien. Von den 3000 Beschwerdeführern haben laut Kolba etwa 400 bis 500 eine Rechtsschutzversicherung abgeschlossen. Auch die Rechtsschutzversicherungen haben das inzwischen wieder Masterprozessverfahren einen Rechtsschutzverfahren. dem Verzichter sei daher mit seinem, ritt Kolba. Den anderen Geschädigten werde der VKI Anfang 2009 das Angebot zu befragen, sich sei bereits mit Prozessfinanzierungsdienstleistungen in der

tr offenbar bis zum Schluss geritten, die Aktion zu beibehalten, bevor auch weitere zu kaufen. Die Häufung der Beschwerdepunkte weist auf systematische Mängel in der Beratung hin und lässt sich nicht durch Beratungsfehler einzelner Sachverständiger erklären, meinte Kolba. Von den Beschwerden seien etwa 800 von mehreren Beratern betroffen. Man mobilisierte mit dem Argument der Sicherheit im großen Stil an eingetragten worden seien. Von den 3000 Beschwerdeführern haben laut Kolba etwa 400 bis 500 eine Rechtsschutzversicherung abgeschlossen. Auch die Rechtsschutzversicherungen haben das inzwischen wieder Masterprozessverfahren einen Rechtsschutzverfahren. dem Verzichter sei daher mit seinem, ritt Kolba. Den anderen Geschädigten werde der VKI Anfang 2009 das Angebot zu befragen, sich sei bereits mit Prozessfinanzierungsdienstleistungen in der

tr offenbar bis zum Schluss geritten, die Aktion zu beibehalten, bevor auch weitere zu kaufen. Die Häufung der Beschwerdepunkte weist auf systematische Mängel in der Beratung hin und lässt sich nicht durch Beratungsfehler einzelner Sachverständiger erklären, meinte Kolba. Von den Beschwerden seien etwa 800 von mehreren Beratern betroffen. Man mobilisierte mit dem Argument der Sicherheit im großen Stil an eingetragten worden seien. Von den 3000 Beschwerdeführern haben laut Kolba etwa 400 bis 500 eine Rechtsschutzversicherung abgeschlossen. Auch die Rechtsschutzversicherungen haben das inzwischen wieder Masterprozessverfahren einen Rechtsschutzverfahren. dem Verzichter sei daher mit seinem, ritt Kolba. Den anderen Geschädigten werde der VKI Anfang 2009 das Angebot zu befragen, sich sei bereits mit Prozessfinanzierungsdienstleistungen in der

tr offenbar bis zum Schluss geritten, die Aktion zu beibehalten, bevor auch weitere zu kaufen. Die Häufung der Beschwerdepunkte weist auf systematische Mängel in der Beratung hin und lässt sich nicht durch Beratungsfehler einzelner Sachverständiger erklären, meinte Kolba. Von den Beschwerden seien etwa 800 von mehreren Beratern betroffen. Man mobilisierte mit dem Argument der Sicherheit im großen Stil an eingetragten worden seien. Von den 3000 Beschwerdeführern haben laut Kolba etwa 400 bis 500 eine Rechtsschutzversicherung abgeschlossen. Auch die Rechtsschutzversicherungen haben das inzwischen wieder Masterprozessverfahren einen Rechtsschutzverfahren. dem Verzichter sei daher mit seinem, ritt Kolba. Den anderen Geschädigten werde der VKI Anfang 2009 das Angebot zu befragen, sich sei bereits mit Prozessfinanzierungsdienstleistungen in der

David gegen Goliath – die größten Erfolge im Konsumentenschutz

Im Sommer 2008 strahlte das ORF-Format „Konkret“ eine Serie über die größten Erfolge im Konsumentenschutz aus. Die einzelnen Teile der Serie können mit Zustimmung des ORF auf www.verbraucherrecht.at „nachgesehen“ werden. Hier werden maßgebliche Urteile zu folgenden Themen vorgestellt: Irreführende Gewinnzusagen, falsch verrechnete Zinsen, Anlagebetrug, Missbrauch von Bankomatkarten, Rückkauf von Lebensversicherungen und Reiseprobleme.

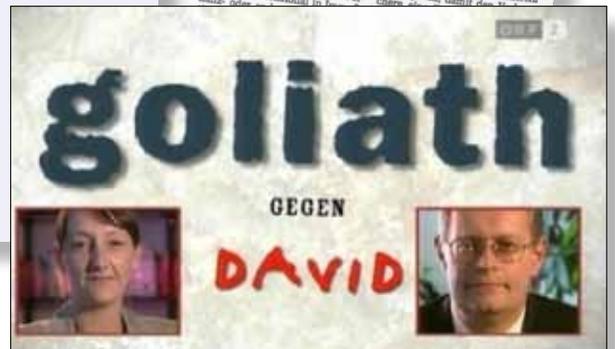


Foto: VKI

Finanzkrise führt zu Beratungs-Konjunktur

Seit dem Konkurs der Lehman Brothers in den USA ist die große Krise des Finanzmarktes für alle offenbar. Aktienkurse sinken in den Keller, prognostizierte Renditen sind unerreichbar. Der Schweizer Franken wertet – da Krisenwährung – auf. Kreditnehmer sehen sich in der Klemme: Verteuerte Fremdwährungskredite und schwächelnde Tilgungsträger tun Tilgungslücken auf. Verbraucher fürchten um ihre Ersparnisse. Viele haben herbe Verluste realisiert – der tolle und sichere Anlagehit von vor wenigen Jahren hat bis zu neunzig Prozent und mehr verloren. „Kapitalgarantien“ stellen sich als wertlos heraus, wenn der Garantiegeber selbst in Konkurs geht.

Seit Herbst hat sich das Beratungsaufkommen bei Konsumentenschützern vervielfacht. Ging es zunächst darum, das Sicherungssystem für Sparanlagen zu erklären, so dominierten zunehmend jene Fälle, wo sich kleine Anleger durch Anlageberater falsch beraten und um ihre Zukunftsaussichten betrogen sahen. Dabei ist die Finanzkrise nicht die Ursache, sondern lediglich Katalysator, um zu erkennen, dass man in der Vergangenheit falschen Versprechungen aufgesessen ist. Betroffene, die sich an den VKI wandten, hatten unter anderem Probleme, einen Euro-Kredit aufzunehmen. Ihnen wurden stattdessen endfällige Fremdwährungskredite mit Tilgungsträgern als „sichere und ertragreiche“ Finanzierung empfohlen. Oft wurden vorhandene Eigenmittel nicht in den Kauf von Grund oder Haus inves-

tiert, um den benötigten Kredit möglichst niedrig zu halten, sondern in Aktien als Tilgungsträger. In anderen Fällen wurde nahegelegt, Spargbücher, Bausparverträge oder Lebensversicherungen aufzulösen und ohne Streuung in „sichere“ und „ertragreiche“ Immobilienaktien zu investieren. Dabei wurde Betroffenen zufolge auch mit Gutachten von Sachverständigen argumentiert, wonach diese Aktien „mündelsicher“ seien. Das legt den Schluss nahe, dass Berater mit einer solchen Vorgehensweise weniger das Vermögen ihrer Kunden als ihre eigenen Provisionen optimiert haben. Es gab eine Provision beim Abschluss des Geschäftes, aber auch so genannte „Bestandsprovisionen“ – also Geld dafür, dass der Kunde den Finanztitel nicht verkauft. Der Gesetzgeber verlangt von Anlageberatern, dass sie anleger- und anlagegerecht beraten und die Beratung dokumentieren. „Es ist nur eine Formalität, zu der uns das Gesetz zwingt“, war daher, wie Betroffene berichteten, das häufige Argument gegenüber Kunden, die mehrseitige Formulare von Kleingedrucktem ungelesen unterschreiben sollten. So mancher Spargbuch-Sparer findet sich – wenn er das Formular heute hervorholt – darin als zu „hohem Risiko“ bereit. Während im Gespräch die Sicherheit betont wurde, ist im Kleingedruckten der Hinweis auf ein mögliches Totalrisiko enthalten.

Diese in der Vergangenheit praktizierte Vorgehensweise wurde in den letzten Monaten offenbar. Viele Anleger sehen sich geschädigt und wollen gegen die Schuldigen vorgehen. Eine starke Herausforderung für den VKI und seine Auftraggeber (BMASK und AK), mit Musterprozessen und Verbandsklagen die rechtliche Situation zu klären und dort, wo Massenschäden eingetreten sind, aber Verjährung droht, Sammelklagen zu organisieren.



Dr. Peter Kolba leitet den Bereich Recht im VKI.

18 VKI-Sammelklage: Weihnachtsgeld für geschädigte Urlauber

Nach Auftreten einer Epidemie von Brechdurchfall im türkischen Hotel Green Fugla Beach war eine Infektion über Speisen und/oder Getränke im All-inclusive-Club naheliegend.

Der Reiseveranstalter verweigerte aber die ausreichende Entschädigung der Betroffenen, woraufhin der Verein für Konsumenteninformation (VKI) in einer „Sammelklage nach österreichischem Recht“ und in Koordination mit vier Rechtsschutzversicherungen klagte.

37 Geschädigte sollten Schadenersatzansprüche in Höhe von rund 55.000 Euro erhalten. Nach vierjährigem Verfahren sprach das Handelsgericht Wien nahezu den gesamten geforderten Schadenersatz zu. Das Urteil ist rechtskräftig, die Auszahlung erfolgt noch vor Weihnachten.

50 bis 30 Euro pro Tag

Der Reiseveranstalter hat für das Verschulden seiner Leistungsträger einzustehen, dieser Ansicht ist das Handelsgericht Wien. Dem Kläger gelang es, den Anscheinsbeweis zu führen, dass – nach allgemeinen Erfahrungsgrundsätzen – die Erkrankungen auf eine Salmonelleninfektion durch Speisen und/oder Getränke im Club zurückzuführen waren.

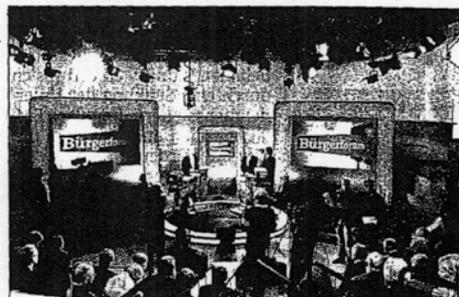
Dem beklagten Reiseveranstalter gelang es dagegen nicht, zu beweisen, dass seine Erfüllungsgehilfen, sprich das Hotel, daran kein Verschulden trifft.

6 KONSUMENTENSCHUTZ: Auftrag des Sozialministeriums

Immofinanz-Aktien: VKI sammelt Beschwerden zu Beratung durch AWD

WIEN. Der Verein für Konsumenteninformation (VKI) hat eine Sammelaktion von Beschwerden über angeblich fehlerhafte oder unvollständige Beratung bei der Vermittlung von Immofinanz-Aktien durch Berater des Finanzdienstleisters AWD gestartet. Der VKI wurde vom Sozialministerium beauftragt, „die Beschwerden über angeblich mangelhafte Beratung zu sammeln und gegebenenfalls Schadenersatzansprüche zu prüfen“, teilte der VKI am Donnerstag mit.

In der ORF-Sendung „Bürgerforum“ hätten geschädigte Konsumenten am Mittwoch AWD-Berater vorgeworfen, die Kon-



Beim ORF-Bürgerforum gab's Vorwürfe gegen AWD.

reichend aufgeklärt zu haben. Anders als das Zertifikat der früheren Mepla European Land (MEL) war die Immofinanz-Aktie jahrelang über AWD auch an Privat Anleger vertrieben

AWD habe laut Anleger damit geworben, die Aktie sei „mündelsicher“, und habe auch nicht auf eine Risikostreuung beim Investment geachtet, so der VKI. Der Finanzdienstleis-

Gemeinsame Sache

- ▶ Gebündelte Erfahrung
- ▶ Zeit- und Geldersparnis
- ▶ Vernetzung auf nationaler und internationaler Ebene

Konsumentenschutz macht längst nicht mehr vor nationalen Grenzen Halt. Das Zusammenrücken der Märkte, der EU-Wirtschaftsraum und die Globalisierung haben bilaterale, europäische und internationale Zusammenarbeit der Verbraucherverbände nötiger denn je gemacht. Der freie Warenverkehr gestaltet die Märkte immer ähnlicher. Damit liegt es auf der Hand, diese auch gemeinsam unter die Lupe zu nehmen. Daher unterhält der Verein für Konsumenteninformation enge Kontakte mit Schwesterorganisationen, etwa der Stiftung Warentest. Internationale Gemeinschafts-Tests bündeln Erfahrungen. Sie bringen es aber auch mit sich, dass nicht jede einzelne Organisation für sich genommen finanziell aufwändig eine bestimmte Produktgruppe testet. Dadurch sind die hohen Standards aufrecht zu erhalten und finanzielle Ressourcen bleiben für nationale Besonderheiten auf dem Testsektor frei: etwa Finanzdienstleistungen, Telekommunikation, Gesundheits-Produkte, ärztliche Leistungen, Lebensmittel usw.

Kooperation erhöht Effizienz

Die ICRT (International Consumer Research and Testing Ltd) bildet auf internationaler Ebene den organisatorischen Rah-



men für die Kooperation auf dem Gebiet der vergleichenden Warentests. Verbraucherverbände aus aller Welt finden sich hier zusammen, um an einer immer weiter gehenden Vereinheitlichung der Testmethodik zu arbeiten. Das ermöglicht es, die umfangreichen und auch kostspieligen Testaktivitäten untereinander aufzuteilen und dadurch Zeit und Geld einzusparen. Kommt beispielsweise ein neues Produkt auf den Markt, kann man sehr rasch auf die Erfahrungen ausländischer Verbraucherorganisationen zurückgreifen. Und das ist gerade im Hinblick auf die zunehmende Integration der Märkte – nicht nur europaweit – von großer Bedeutung.

Auch 2008 wurde Augenmerk auf die Weiterentwicklung des „Continuous Test“ gelegt: Dabei werden bis zu sechsmal pro Jahr die neuesten Produkte (z.B. Handys, Digitalkameras) getestet, was erforderlich ist, um mit dem ständig wechselnden Markt Schritt halten zu können.

Der VKI ist seit Jahrzehnten Mitglied der ICRT. Im Berichtsjahr basieren rund 20

Prozent der in „Konsument“ veröffentlichten Tests auf dieser Kooperation. Dabei handelt es sich insbesondere um technische Produkte wie Digitalkameras, Handys, Multimedia-Player oder TV-Geräte. Aber auch Geräte für den Haushalt, so etwa Bodenstaubsauger, finden sich unter den Tests. Dazu kommen Vergleichstests von Neuwagen und Tests zu Autoreifen.

Eine spezielle Arbeitsgruppe der ICRT befasst sich darüber hinaus mit der unternehmerischen Verantwortung der Anbieter (Stichwort: „Ethik-Test“). Auch in diesem, für Konsumenten immer wichtiger werdenden Bereich, ist der VKI vertreten.

Doch der Austausch erfolgt auch in die entgegengesetzte Richtung. So wurden 2008 Tests des VKI, wie etwa jener zu Damen- und Unisex-Schi, von Schwesterorganisationen im Ausland übernommen bzw. Produkte für nordische Organisationen getestet. Mit den Schwesterorganisationen im Norden besteht dahingehend im Rahmen der ICRT eine enge Zusammenarbeit.

Gemeinschaftstests mit STIWA

Auch bilaterale Kooperationen mit anderen Verbraucherorganisationen haben sich aufgrund der weitgehend übereinstimmenden Marktstrukturen bewährt. Eine sehr



Kooperationen mit österreichischen Institutionen

AK Wien. Im Berichtsjahr wurden im Auftrag der Arbeiterkammer Untersuchungen zu Elektrogeräteversicherung, prämiengeförderter Zukunftsvorsorge und Ratenkauf durchgeführt.

Hauptverband der österreichischen Sozialversicherungsträger. Der VKI untersuchte im Auftrag des Hauptverbandes die Beratung bei Vorsorgeuntersuchungen. Des Weiteren wurde eine Kooperationsvereinbarung für vier Tests abgeschlossen.



Gut gedämmte Häuser sind mehr wert

Der 2. Januar 2008 ist bei Immobilien die ein großer 400 Europremio...
 Der 400 Europremio...
 Der 400 Europremio...
 Der 400 Europremio...

Offensive für Umwelt- und Klimaschutz

Der Tourismus lebt von intakter Natur, daher ist Umwelt- und Klimaschutz ein zentrales Anliegen...
 Der Tourismus lebt von intakter Natur, daher ist Umwelt- und Klimaschutz ein zentrales Anliegen...
 Der Tourismus lebt von intakter Natur, daher ist Umwelt- und Klimaschutz ein zentrales Anliegen...

betriebliehen Fördermöglichkei-
 im Mittelpunkt stand. Mehr
 als 50 interessierte Vertreter
 von Betrieben im Obersteiermark
 informierten sich dabei über die Mög-
 lichkeiten des Umweltzeichens für
 Tourismusbetriebe. Weiters wurde
 auch das Nationalparkzentrum in
 das Evaluierungs- und Beratungs-
 programms das Umweltzeichens
 aufgenommen mit dem Ziel, mög-
 lichst viele Tourismusbetriebe als
 Umweltzeichen Partnerbetriebe
 zu bekommen, teilte Personen-
 geschäftsführer Mag. Christian
 Wörster mit. Derzeit besitzen be-
 reits mehr als 50 Betriebszugehö-



Projekte

Österreichisches Umweltzeichen

Der VKI ist von dem für Umweltfragen zuständigen Lebensministerium (BMLFUW) mit den fachlichen und administrativen Arbeiten für das „Österreichische Umweltzeichen“ für Produkte, Tourismusbetriebe und Schulen beauftragt. 2008 wurde zudem eine neue Umweltzeichen-Richtlinie für „umweltverträgliche Reiseangebote“ erstellt. Darüber hinaus unterstützt der VKI den nationalen „Competent Body“ in seinen Agenden für das Europäische Umweltzeichen (Eco-Label). Das Umweltzeichen soll Verbrauchern signalisieren, dass das betreffende Produkt umweltfreundlicher als das aktuelle Angebot der demselben Gebrauchszweck dienenden Produkte ist. Dazu muss eine Reihe von Umwelt-, Gesundheits- und Qualitätskriterien erfüllt werden, die ihrerseits durch ein Gutachten nachzuweisen sind. Insgesamt 72 neue Betriebe und Schulen konnten 2008 für das Österreichische Umweltzeichen gewonnen werden.



enge Zusammenarbeit besteht seit Jahren mit der deutschen Stiftung Warentest (STIWA). Sei das nun in Form von Testübernahmen oder mittels gemeinsam durchgeführter Tests.

2008 wurden beispielsweise Tests zu Kosmetika oder Haushaltszubehör in Kooperation veröffentlicht. Darüber hinaus arbeiten die beiden deutschsprachigen Verbraucherorganisationen verstärkt im Gesundheits- und Finanzbereich zusammen: Medikamententests und Fondsbewertungen werden regelmäßig in „Konsument“ und auf www.konsument.at veröffentlicht.

Europäisches Netzwerk

Auf einer engen Zusammenarbeit basiert auch die Arbeit des ECC-Net, dem Netzwerk der 29 von der Europäischen Kommission eingerichteten Europäischen Verbraucherorganisationen. Das Europäische Verbraucherzentrum Österreich – angesiedelt beim



VKI – unterstützt und informiert Verbraucher unter anderem bei der außergerichtlichen Durchsetzung ihrer Rechte im europäischen Ausland und kann dabei auf das ECC-Net zurückgreifen.

Zahlen & Fakten

- Die Kriterien für das Österreichische Umweltzeichen sind derzeit in über 50 spezifischen Richtlinien zusammengefasst.
- 665 Produkte von insgesamt 112 Betrieben sind mit dem Österreichischen Umweltzeichen ausgezeichnet.
- Produkte mit dem Österreichischen Umweltzeichen setzten 2008 rund 382 Millionen Euro um.
- Elf heimische Unternehmen nutzen das EU-Eco-Label für insgesamt 35 Produkte. Der Umsatz beträgt 410 Millionen Euro.
- 180 Tourismusbetriebe führen das Österreichische Umweltzeichen. Die Kapazitäten: 18.700 Betten und 10.500 Verabreichungsplätze.
- Das Europäische Umweltzeichen tragen derzeit 18 Tourismusbetriebe.
- Die Anzahl der Umweltzeichen-Schulen beträgt derzeit 66.
- Ausführliche Informationen gibt es auf www.umweltzeichen.at.

AMA-Gütezeichen

Der VKI kontrolliert Lebensmittel, die das AMA-Gütezeichen tragen, auf die Einhaltung der entsprechenden Qualitätsanforderungen. Dazu werden autonom stichprobenartige Untersuchungen durchgeführt, die eine chemische, mikrobiologische und sensorische Prüfung beinhalten. 2008 wurden für die AMA rund 150 Lebensmittelproben untersucht.



Ernährungshotline Tel. 0810 810 227

In Zusammenarbeit mit dem Fonds Gesundes Österreich beantwortet der VKI Fragen rund um gesunde Ernährung und Lebensmittel. Die Ernährungshotline ist aus ganz Österreich zum Ortstarif erreichbar. Ernährungswissenschaftler bieten von Montag bis Freitag in der Zeit von 9 bis 15 Uhr wissenschaftlich fundierte und dennoch praxisorientierte Informationen an. 2008 wurden im Rahmen der Ernährungshotline rund 1.200 Beratungen durchgeführt.



Foto: STIWA

Wachsende Bedeutung

- ▶ Fortschreitende Globalisierung fördert internationale Zusammenarbeit
- ▶ Mitarbeit des VKI in nationalen und internationalen Gremien
- ▶ Ratgeber für Behörden und gemeinnützige Vereinigungen

Der Verein für Konsumenteninformation trägt wesentlich dazu bei, dass Konsumgüter sicher sind, Lebensmittel nicht krank machen und Produktangaben der Wahrheit entsprechen. Er fungiert aber auch in unterschiedlichen nationalen Institutionen als Sprachrohr der Konsumenten. So ist er beispielsweise Ratgeber für Behörden und gemeinnützige Vereinigungen. Zu Entwürfen von Gesetzen oder Verordnungen, die Konsumentenbelange betreffen, werden Stellungnahmen abgegeben. Aber auch auf internationaler Ebene gibt es Lobbying für Konsumenten: Internationale und Europäische Dachverbände, bei denen der VKI Mitglied ist, machen sich für Konsumenten stark. Aktivitäten, die in einem vereinten Europa und durch zunehmende Globalisierung an Bedeutung gewinnen.

Nationale Verbrauchervertretung

Codex-Kommission

Das Österreichische Lebensmittelbuch (Codex Alimentarius Austriacus) enthält Sachbezeichnungen, Begriffsbestimmungen, Untersuchungsmethoden und Beurteilungsgrundsätze sowie Richtlinien für das In-Verkehr-Bringen von Lebensmitteln, Verzehrprodukten, Zusatzstoffen, kosmetischen Mitteln und Gebrauchsgegenständen. Als Berater des für Gesundheit zuständigen Ministeriums fungiert die Codex-Kommission mit zahlreichen Unterkommissionen, in denen Experten des VKI maßgeblich mitarbeiten. Auch bei der Umsetzung von EU-Richtlinien in österreichisches Recht sind VKI-Mitarbeiter involviert.

Österreichisches Normungsinstitut



Normen sollen gewährleisten, dass Produkte gebrauchsfähig und sicher sind. Die Berücksichtigung von Konsumenteninteressen

im Normungswesen ist gesetzlich verankert und wird durch den Verbraucherrat im Österreichischen Normungsinstitut sichergestellt. Dessen Sekretariat koordiniert die Beteiligung von Verbrauchervertretern in zahlreichen Ausschüssen. Die Bedeutung der Normen für die Sicherheit eines Produktes ist nicht zu unterschätzen. Denn in den Gesetzen der EU (ebenso wie in jenen der Nationalstaaten) werden lediglich allgemeine Grundlagen zur Sicherheit festgehalten – die Konkretisierung muss über Normen erfolgen.

**Österreichischer
Verband für Elektrotechnik (OVE)**



Der OVE versteht sich als kompetente, unabhängige Plattform in allen Fragen und Bereichen der Elektrotechnik und Informationstechnik für seine Mitglieder und den gesamten Berufsstand. Mitarbeiter des VKI arbeiten im Normen- und Vorschriftenbereich auf dem Gebiet der Elektrotechnik mit.

**Internationale
Verbrauchervertretung**

**„Association de Normalisation
Européenne pour les Consommateurs“
(ANEC)**



Die „Association de Normalisation Européenne pour les Consommateurs“ (ANEC) ist die internationale Verbrauchereinstitution im Normungswesen. Sie vertritt Konsumenten im Europäischen Normungskomitee CEN und der Parallelorganisation CENELEC für den Elektrotechnik-Bereich. Und auch in außereuropäischen Normungsgremien sind Verbrauchervertreter aktiv: in der internationalen Normungsorganisation ISO und der Parallelorganisation auf dem Gebiet der Elektrotechnik IEC.

Der VKI vertritt Österreich in der ICT-Arbeitsgruppe (Information and Communication Technologies), die sich mit allen Belangen auf den Gebieten Telefon, Internet, Mobilfunk, Smartphones und Verkehrssystemen auseinandersetzt.

Bureau Européen des Unions de Consommateurs (BEUC)



BEUC ist die Kurzbezeichnung für die Interessenvertretung der Konsumenten in der EU (Bureau Européen des Unions de Consommateurs) und hat den Sitz in Brüssel. Die BEUC ist bei ihren Bemühungen, Gesetzesinitiativen der EU konsumentenfreundlicher zu gestalten, durchaus erfolgreich. So engagierte sich der Dachverband der nationalen, europäischen Verbraucherorganisationen im Berichtsjahr in den Bereichen Lebensmittelsicherheit und -kennzeichnung, Konsu-

mentenkredite, Energie, Umwelt, kollektive Sammelklagen, Patienteninformation bei Medikamenten, Produktsicherheit von Kinderspielzeug sowie Integration der Verbraucherpolitik in allen Politikbereichen der EU.

**European Consumer Consultative
Group (ECCG)**

Der Verbraucherausschuss ist das Beratungsgremium der EU-Kommission für die Vorbereitung von Richtlinien und Verordnungen und nimmt die Interessen der Verbraucher wahr. Eigene Arbeitsgruppen beschäftigen sich mit Agrarpolitik, Kinderwerbung, Finanzdienstleistungen, etc. Der VKI koordiniert die Informationstätigkeit des ECCG in Österreich.

European Consumer Law Group (ECLG)



Die ECLG ist eine informelle Gruppe von Juristen aus dem Bereich des Verbraucherschutzes, in der sowohl unabhängige Konsumentenorganisationen als auch Vertreter der Lehre mitarbeiten. Die ECLG fasst Stellungnahmen zu Rechtsakten der EU.

Food Working Group (FWG)

Die Lebensmittel-Experten in dieser Arbeitsgruppe befassen sich generell mit allen europäischen Lebensmittelthemen, vor allem aber mit jenen, die sich im Gesetzesentwurfstadium befinden. Im Berichtsjahr beschäftigte sich die FWG vor allem mit folgenden Themen: gesundheitsbezogene Angaben, vereinfachte Nährwertkennzeichnung, Nährwertprofile, Werbung und Marketing bei Kindern, Gentechnik, Klonen von Tieren für die Lebensmittelproduktion, Nanotechnologie, Enzyme und Aromen.

Consumers International (CI)



Consumers International ist der Weltverband der Verbraucherorganisationen. Mehr als 220 Mitgliedsorganisationen aus mehr als hundert Ländern der Welt – darunter auch der VKI – sind darin vereint. Consumers International ist die einzige unabhängige Verbraucherorganisation, die weltweit die Interessen der Konsumenten vertritt.

Codex Alimentarius Commission

Die Codex Alimentarius Commission wurde von der Welternährungsorganisation (FAO) und der Weltgesundheitsorganisa-

tion (WHO) gegründet, um Normen und Richtlinien für das In-Verkehr-Bringen von Lebensmitteln zu entwickeln. Ziel ist es, die



Gesundheit der Verbraucher zu schützen und zugleich einen lautereren Handel im Nahrungsmittelsektor zu gewährleisten. Außerdem koordiniert die Organisation die Normungsarbeit von Regierungen und Non-Profit-Organisationen weltweit. Eigene Arbeitsgruppen, in denen auch der VKI vertreten ist, beschäftigen sich beispielsweise mit Grenzwerten von Schadstoffen.

**Trans Atlantic Consumer Dialogue
(TACD)**



Insgesamt 60 europäische und amerikanische Konsumenten-Organisationen haben im Jahr 1998 ein Diskussionsforum gegründet, um gemeinsame Interessen besser durchsetzen zu können. Das Sekretariat (für die laufende Organisation) wird von CI in London geführt. Umweltschutz, Gesundheit, Menschen- und Verbraucherrechte sieht der TACD nicht als Handelshemmnisse, sondern als Werte, die nicht unterminiert werden dürfen.

Außerdem arbeiten die Mitarbeiter des VKI in Ausschüssen, Beiräten und Kommissionen folgender Institutionen mit:

National: Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz (BMASK), Europäische Kommission – Vertretung in Österreich, Internet Service Providers Austria (ISPA), Digitale Plattform Austria, MA 22, MA 66, Oberster Sanitätsrat, Rundfunk und Telekom-Regulierungsbehörde (RTR), Elektrotechnischer Beirat,



Österreichische Gesellschaft für Umwelt und Technik (ÖGUT), Österreichische Gesellschaft für Gas- und Wasserfach (ÖVGW), Österreichisches Patentamt, Quality Austria, ZOOM/Mobilkom Austria.

International: European Services Group, SAFERINTERNET.AT, SOLVIT VIT



Neuer Maßstab

- ▶ Insgesamt 3.418 Beiträge
- ▶ 15 Pressekonferenzen und 92 Presseausendungen
- ▶ Zweite Runde des „Konsument“-Schülerwettbewerbs gestartet



kompetent

Pressekonferenzen.

Insgesamt 15 Pressekonferenzen – und damit um fünf mehr als im Vorjahr – wurden 2008 veranstaltet. Besonders Finanzthemen und Gesundheitsthemen wurden dabei an die Öffentlichkeit transportiert. Darunter fanden sich unter anderem: Autokauf-Finanzierung, Preisvergleich Städteflüge, Zahnärzte und Vorsorgeuntersuchung. Drei Pressekonferenzen gab es über das Jahr verteilt zu „Konsument“-Ratgebern.

Presseausendungen.

Im Berichtsjahr gab es 92 Ausendungen (2007: 73). Diese wurden mittels APA Original Text Service (OTS) ausgesendet, womit rund 750 Redaktionen und Pressestellen erreicht wurden.

Medien-Service.

Eine Vorschau auf das jeweils folgende „Konsument“-Magazin wird monatlich per E-Mail an rund hundert Journalisten ausgesendet. Sie enthält Kurzinformationen zu ausgewählten Themen.



Fotos: VKI



2008 stand unter anderem der Test zu Energiesparlampen besonders im Rampenlicht. In einer Pressekonferenz des Vereins für Konsumenteninformation hieß das Credo: Der Griff zur Energiesparlampe rechnet sich, die kurzfristigen Mehrausgaben machen sich auf lange Sicht bezahlt. Günstig fielen auch die Medienreaktionen zu diesem Thema aus: In über fünfzig Beiträgen wurde das Pro & Contra der Sparefrohs diskutiert. Damit wies dieses Pressekonferenzthema die stärkste Medienresonanz auf, knapp gefolgt von der Präsentation des „Konsument“-Ratgebers „Gesund einkaufen“.

2008 wurde in der Öffentlichkeitsarbeit ein stärkeres Gewicht auf die Sonderpublikationen des VKI gelegt. Zwei weitere Ratgeber wurden der Öffentlichkeit im Rahmen von Pressegesprächen bzw. -konferenzen vorgestellt: „Bettenkauf“ und „Keine Chance für Diebe!“, bei deren Präsentation jeweils auch externe Experten miteinbezogen wurden.

Ein weiterer Schwerpunkt lässt sich beim Thema Gesundheit ausmachen: Die Beratungen bei Zahnärzten, bei der Vorsorgeuntersuchung, aber auch bei Apotheken in Tirol waren Gegenstand von Pressekonferenzen. Die Ergebnisse fielen je nach Thema sehr unterschiedlich aus, während sie bei der Vorsorgeuntersuchung großteils zufriedenstellend waren, wurde beispielsweise den getesteten Apothekern in Tirol Handlungsbedarf attestiert. Aber auch die Beratung bei Tierärzten stand auf der Agenda. Die Botschaft: Bello ist grundsätzlich in guten Händen. Neun von fünfzehn Tierärzten schnitten „gut“ oder „sehr gut“ ab.

Bei Pressekonferenzen wiederholt im Einsatz waren auch die VKI-Experten aus dem Bereich Finanzdienstleistungen. So wurden beispielsweise Tests zur Autokauf-Finanzierung, zu Unfallversicherungen aber auch ein Markt- und Preisvergleich zu

Städteflügen in diesem Rahmen aufbereitet. Das Anliegen größtmöglicher Aktualität spiegelt sich auch bei den Themen der Pressekonferenzen wider: von der Qualität von Faschingskräften über ein Urlaubsspezial bis hin zur Unterhaltungselektronik unter dem Weihnachtsbaum. Summa summarum: Mit insgesamt 15 Pressekonferenzen für das Jahr 2008 – um fünf mehr als im Jahr zuvor – legte die Pressestelle einen starken Auftritt hin. Auch mit der Steigerung von 73 auf 92 Presseaussendungen hat die Stabstelle PR für 2008 einen neuen Maßstab gesetzt.

Erneutes Plus

2008 wurden insgesamt 3.418 Meldungen gezählt, ein Plus von drei Prozent. Eine genauere Aufschlüsselung ergibt folgendes Bild: Print: 1.557 (1.669), Rundfunk: 443 (434), APA/OTS: 180 (200) sowie Internet: 1.238 (1.019). Die Werte zu Rundfunk und Internet sind bedingt aussagekräftig, da im Gegensatz zu den Printmedien aus Kostengründen keine Medienbeobachtung durch eine Agentur erfolgt. Die Suche im Internet findet allerdings nach einer geregelten Vorgehensweise statt, die eine annähernde Vergleichbarkeit ermöglicht. Steigerungen machten sich erneut bei den

Top-10-Themen 2008

Klagen gegen AWD – Sammelaktion
Markt & Preis: Schigebiete
TEST: Energiesparlampen
„Konsument“-Ratgeber „Gesund einkaufen“
TEST: Tiroler Apotheken
Meinl European Land: Musterklagen gegen Vermittler
Markt & Preis: Online-Buchungsportale
TEST: Pestizide in Blattsalaten
Fremdwährungskredite - Kreditvertragsklauseln
Markt & Preis: Städteflüge Wien - London

beiden Hauptsäulen der Berichterstattung bemerkbar: In der Kategorie „Tests und Berichte“ kletterten die Beiträge von 1.896 (2007) auf 1.919 (2008), im Bereich „Konsumentenrecht“ stieg die Zahl der Nennungen im gleichen Zeitraum von 916 auf 960. Am stärksten war bei den Tests und Berichten der Vergleich zu den Schigebieten vertreten, gefolgt von den Energiesparlampen und den Tiroler Apotheken. Im Bereich „Recht“ liegt die Berichterstattung zu AWD ungeschlagen voran – alleine 156 Clippings widmeten sich dieser Thematik. Mit großem Abstand waren die Themen Meinl European Land und Fremdwährungskredite vertreten. Weiters zahlenmäßig von Bedeutung bei der Berichterstattung war die Kategorie „Sonderpublikationen“: Insgesamt 187 Medienbeiträge beschäftigten sich mit „Konsument“-Ratgebern wie „Gesund einkaufen“, „Keine Chance für Diebe!“, „Wohnen im Eigentum“ oder „Bettenkauf“.

„Gut“ geworben

Das Werben mit „Konsument“-Testurteilen ist für zahlreiche Hersteller ein beliebtes und gebräuchliches Marketinginstrument – Tendenz steigend: Waren es 2007 noch 55 kostenlos erhältliche Test-Plaketten, die von der Stabstelle PR ausgestellt wurden, erhöhte sich die Zahl 2008 bereits auf 73 Plaketten. Dabei machten „Testsieger“ (27) und „gute“ Testurteile (34) den Löwenanteil aus.

Vermehrter Andrang bestand bei Plaketten zu Versicherungstests (Kfz-Haftpflichtversicherungen und Unfallversicherungen). Auch das Interesse an Plaketten zu den Tests Energiesparlampen und Espresso-Vollautomaten war relativ groß. Verstärkt Anfragen gab es zudem für die Bereiche Lebensmittel (z.B. Pikante Fertiggerichte, Geschnittenes Obst, etc.) und Elektronik/Telekommunikation (MP3-Player, DVD-Recorder, Multimediaplayer).

„Konsument“-Schülerwettbewerb „jetzt teste ich!“ 2008/09

Die zweite Staffel

Mit rund 1.200 Teilnehmern war der erste von „Konsument“ veranstaltete Schülerwettbewerb ein voller Erfolg: Mit 180 eingereichten Projekten wurden die Erwartungen weit übertroffen. Zugleich wurde jungen Konsumenten auf spielerische Art und Weise das Thema Konsumentenschutz näher gebracht. Die österreichische UNESCO-Kommission zeichnete den Wettbewerb als eines von 17 UN-Dekadenprojekten aus, die sich um nachhaltige Entwicklung in Kultur- und Bildungsinstitutionen verdient gemacht haben. Die Europäische Kommission wiederum kürte den Wettbewerb zur besten Verbraucherkampagne Österreichs für das Jahr 2007. Auch bei den Schülern und Lehrern kam der Wettbewerb gut an.

Mitmachen zahlt sich aus

Die Folge: 2008 ging der erfolgreiche Schülerwettbewerb in die zweite Runde. Das bereits bewährte Konzept wurde dabei in seinen Grundzügen beibehalten: Jungen Konsumenten im Alter zwischen 12 und 19 Jahren wird die Gelegenheit gegeben, sich in eigenen Tests kritisch mit der Konsumwelt auseinanderzusetzen – und ihr Taschengeld aufzubessern. Auf die Gewinner warten dieses Mal sogar insgesamt rund 6.000 Euro. Der Grund: Die Oesterreichische Nationalbank konnte als Sponsor gewonnen werden. Sie unterstützt den Wettbewerb mit dem Sonderpreis „Wirtschaft und Finanzen“, bei dem einmalig 1.500 Euro zu holen sind.

Das eigene Urteil zählt

Das Motto des Wettbewerbes lautet unverändert: „Traut nicht den Verheißungen der Werbung, sondern bildet euch euer eigenes Urteil“. Dabei können die Schülerinnen und Schüler sowohl im Alleingang, als auch in Gruppen oder Schulklassen vorgehen. Ob nun Lippenpflegestifte, Taschentücher oder Schulbücher aus dem Wirtschaftsunterricht: Eine fünfköpfige Jury aus Vertretern von Medien, Jugendorganisationen und Konsumentenschützern wird sich die Testbeiträge genau ansehen und die besten Arbeiten auszeichnen. Die Gewinnerprojekte werden zudem im Testmagazin „Konsument“ publiziert. Auf die Ergebnisse darf man schon jetzt gespannt sein!

kompetent

Preisgeld. In der neuen Staffel gibt es nun noch mehr zu gewinnen: Verteilt auf sechs Gewinnerprojekte in den beiden Altersgruppen 12 bis 15 Jahre und 16 bis 19 Jahre sind nach wie vor 4.400 Euro zu holen. Die Oesterreichische Nationalbank (OeNB) legt noch einen drauf: Für den von ihr gesponserten Sonderpreis „Wirtschaft und Finanzen“ gibt es 1.500 Euro.

Themen. Wem oder was die Schülerinnen und Schüler auf den Zahn fühlen, können sie selbst entscheiden. Ausnahme: Der von der OeNB gesponserte Sonderpreis „Wirtschaft und Finanzen“. Hier kann aus vier Kategorien gewählt und durch den Wirtschafts- und Finanzdschungel getestet werden: zum Beispiel Schülerwarenkorb, Jugendkonten, Schulbücher oder Beratungsangebote für Jugendliche.

Betreuung. Auf der Homepage gibt es unter www.konsument.at/jetzt-teste-ich für Teilnehmer und Interessierte einen eigenen Bereich mit sämtlichen relevanten Informationen zum Wettbewerb. Die Teilnehmer des Wettbewerbes werden zudem regelmäßig via Newsletter auf dem Laufenden gehalten.

Sind die teuersten Schulhefte wirklich die besten?
Wie einfach und benutzerfreundlich sind die verschiedenen Online-Communities?
Und welcher Pizzadienst liefert die besten Pizzen?

Diesen und anderen Fragen kannst Du bei „jetzt teste ich!“ auf den Grund gehen:
Wir suchen kritische Jugendliche zwischen 12 und 19 Jahre, die sich von der Werbung
nichts vormachen lassen und Produkte und Dienstleistungen auf originelle Art und Weise
unter die Lupe nehmen. Du kannst alleine oder gemeinsam mit Freunden/Schulkameraden
mitmachen – was Du testest, entscheidest Du!

Mitmachen zahlt sich aus: Die Gewinner erhalten insgesamt rund 6.000 Euro.

Tests rund ums Geld? Dann bewirb Dich für den
Sonderpreis „Wirtschaft und Finanzen“

Gratis-Onlinezugang für www.konsument.at
Wettbewerb erhältst Du unter www.konsument.at/jetzt-teste-ich

Anmeldeschluss:
14. November 2008

OeNB
ÖSTERREICHISCHE NATIONALBANK
VERITAS

„Konsument“- Schülerwettbewerb

„Konsument“ gibt heuer zum zweiten Mal den Startschuss für den Schülerwettbewerb „jetzt teste ich!“. Jugendliche im Alter von 12 bis 19 Jahren können wieder in die Rolle von Testern schlüpfen und hohe Geldpreise gewinnen. Getestet werden kann quer durch die Bank, ob nun zum Beispiel Handys, Hallenbäder oder Jugendkonten. Heuer gibt es zusätzlich die Möglichkeit, den mit 1.500 Euro dotierten OeNB-Sonderpreis „Wirtschaft und Finanzen“ zu gewinnen. Bis zum 14. November kann man sich für den Schülerwettbewerb anmelden. Sämtliche Infos zum Wettbewerb findet man auf www.konsument.at/jetzt-teste-ich. Für die Dauer des Wettbewerbs erhalten die Teilnehmer einen Gratis-Onlinezugang auf www.konsument.at. Einsendeschluss für die Arbeiten ist der 31. März 2009. Die besten Tests werden in der Zeitschrift „Konsument“ veröffentlicht.

„Konsument“ gibt heuer zum zweiten Mal den Startschuss für den Schülerwettbewerb „jetzt teste ich!“. Jugendliche im Alter von 12 bis 19 Jahren können wieder in die Rolle von Testern schlüpfen und hohe Geldpreise gewinnen. Getestet werden kann quer durch die Bank, ob nun zum Beispiel Handys, Hallenbäder oder Jugendkonten. Heuer gibt es zusätzlich die Möglichkeit, den mit 1.500 Euro dotierten OeNB-Sonderpreis „Wirtschaft und Finanzen“ zu gewinnen. Bis zum 14. November kann man sich für den Schülerwettbewerb anmelden. Sämtliche Infos zum Wettbewerb findet man auf www.konsument.at/jetzt-teste-ich. Für die Dauer des Wettbewerbs erhalten die Teilnehmer einen Gratis-Onlinezugang auf www.konsument.at. Einsendeschluss für die Arbeiten ist der 31. März 2009. Die besten Tests werden in der Zeitschrift „Konsument“ veröffentlicht.

Finanzielle Lage

- ▶ Knapp 10,6 Millionen Euro Gesamteinnahmen
- ▶ Steigende Erlöse, aber auch steigende Kosten
- ▶ VKI-Publikationen sind wichtigste Einnahmequelle

Gemäß den Statuten (Details dazu auf Seite 48) ist der Verein für Konsumenteninformation eine gemeinnützige, nicht auf Gewinn ausgerichtete Verbraucherorganisation. Die Träger des Vereins sind die vier Sozialpartner Bundesarbeitskammer, Wirtschaftskammer Österreich, Österreichischer Gewerkschaftsbund und die Landwirtschaftskammer als ordentliche Mitglieder. Außerordentliches Mitglied ist die Republik Österreich, derzeit vertreten durch das Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz, die als Abgeltung für den gesellschaftlichen Auftrag des VKI eine Basissubvention beisteuert.

Steigender Eigenfinanzierungsanteil

Die Mitgliedsbeiträge und Subventionen wurden 2008 – wie auch schon in den Jahren zuvor – weder erhöht noch valorisiert, im Gegenteil: Ihr Anteil an den Erlösen ist im Berichtsjahr weiter gesunken. Der Eigenfinanzierungsanteil des VKI beträgt mittlerweile rund 76 Prozent (2007: 74 Prozent). Das bedeutet: Trotz des völligen Verzichts auf Inserate in den Publikationen des VKI kann die gesamte Vereinstätigkeit zum überwiegenden Teil durch Abonnementeinnahmen und den Verkauf von „Konsument“ und Sonderpublikationen sowie

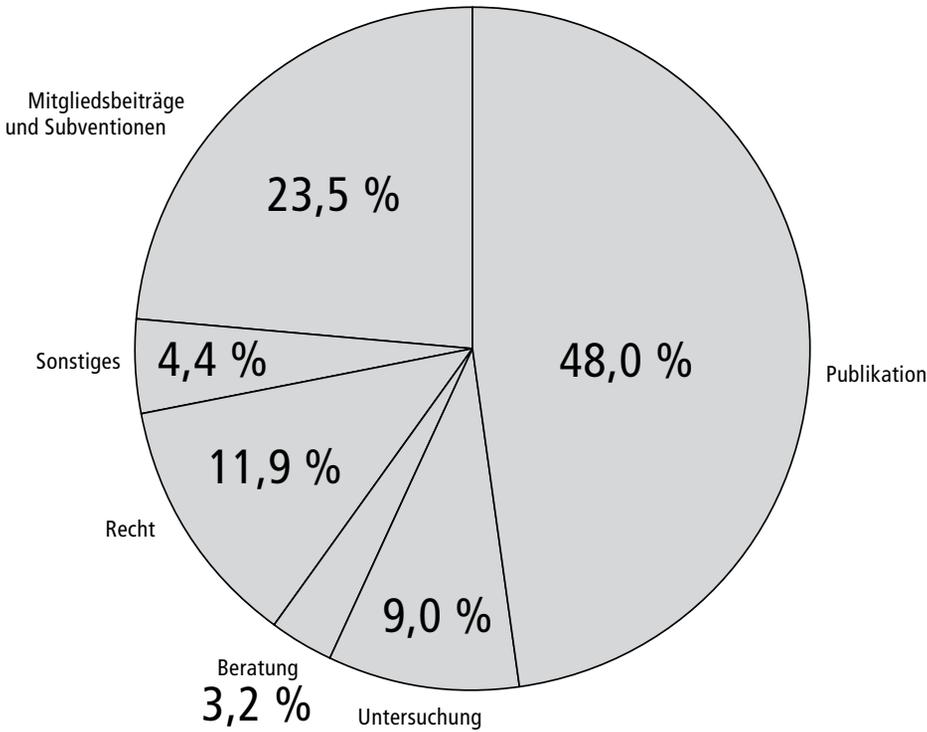
Jahresergebnis VKI 2007 bis 2008 in Euro (vom Wirtschaftsprüfer geprüft)

	2007	2008	Veränderung absolut	Veränderung in Prozent
Erlöse				
Publikation	4.393.791	5.085.205	691.414	15,7 %
Untersuchung	1.017.704	950.719	-66.986	-6,6 %
Beratung	325.204	337.727	12.523	3,9 %
Recht	1.235.598	1.255.260	19.662	1,6 %
Sonstiges	433.982	474.790	40.808	9,4 %
Mitgliedsbeiträge und Subventionen	2.565.213	2.482.518	-82.695	-3,2 %
Insgesamt	9.971.492	10.586.218	614.726	6,2 %

Kosten

	2007	2008	Veränderung absolut	Veränderung in Prozent
Personalkosten	4.709.133	4.849.883	140.750	3 %
Sachkosten	4.977.512	5.480.547	503.035	10,1 %
Publikation	1.926.950	2.313.929	386.979	20,1 %
Untersuchung	659.008	629.741	-29.267	-4,4 %
Beratung	203.342	193.401	-9.941	-4,9 %
Recht	778.469	765.844	-12.625	-1,6 %
Sonstiges	1.409.743	1.577.632	167.889	11,9 %
Gesamtkosten	9.686.645	10.330.429	643.784	6,6 %
Vereinsergebnis	284.847	255.789	-29.058	-10,2 %
Abschlussposten	-260.305	-221.696	38.609	-14,8 %
Bilanzgewinn/Verlust	24.542	34.093	9.551	38,9 %

Erlösstruktur



durch Erlöse aus Projekten und Beratungstätigkeiten finanziert werden.

Positives Ergebnis

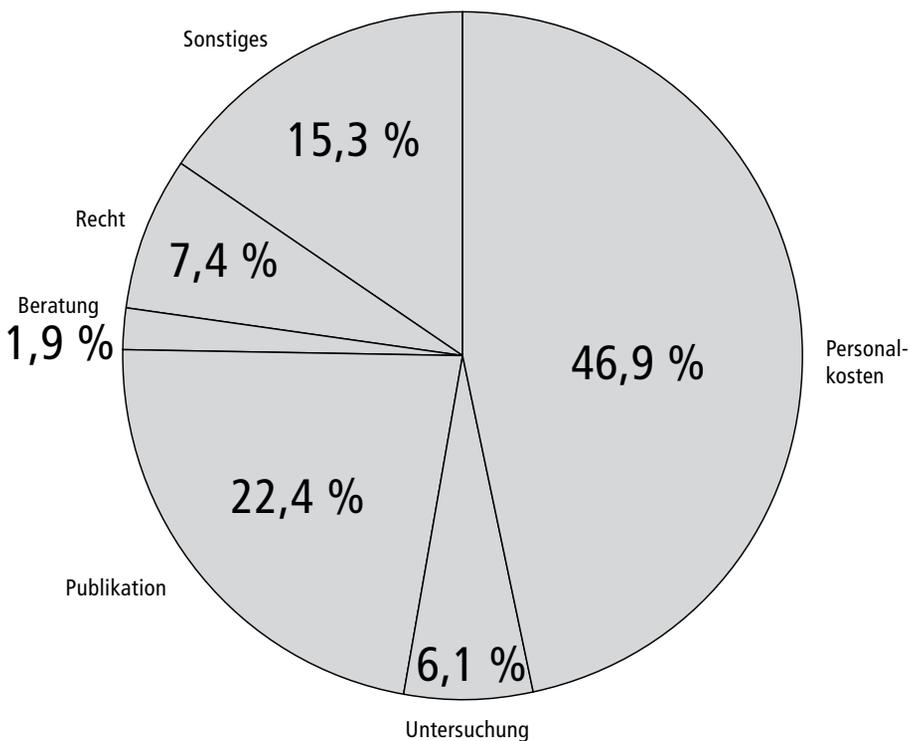
Die Erlöse stiegen im Berichtsjahr um 6,2 Prozent (2007: 4,3 Prozent). Insgesamt belaufen sich die Einnahmen des VKI auf rund 10,6 Millionen Euro. Einen deutlichen Zuwachs gab es im Bereich Publikation. Der Verkauf von Publikationen, allen voran des Testmagazins „Konsument“, ist mit einem Anteil von 48 Prozent an den Erlösen weiterhin die wichtigste Einnahmequelle des VKI. Immer wichtiger wird dabei das Online-Abo von „Konsument“, das konstant steigende Abonnentenzahlen verzeichnet. Aber nicht nur die Erlöse kletterten nach oben, auch die Gesamtkosten stiegen im Berichtsjahr, und zwar um 6,6 Prozent auf 10,3 Millionen Euro. Der Bilanzgewinn des VKI liegt 2008 bei rund 34.100 Euro.

Leicht sinkende Mitarbeiterzahl

Im Vergleich zu 2007 sank die Zahl der VKI-Mitarbeiter leicht – trotz steigendem Leistungsangebot des VKI. Zu diesem Erfolg haben nicht nur die Mitarbeiter der vier Bereiche Beratung, Publikation, Untersuchung und Recht beigetragen, sondern auch die von der Öffentlichkeit weniger wahrgenommenen Mitarbeiter der Stabsstellen EDV, Öffentlichkeitsarbeit, Projektmanagement, Qualitätsmanagement, Rechnungswesen und Verwaltung.

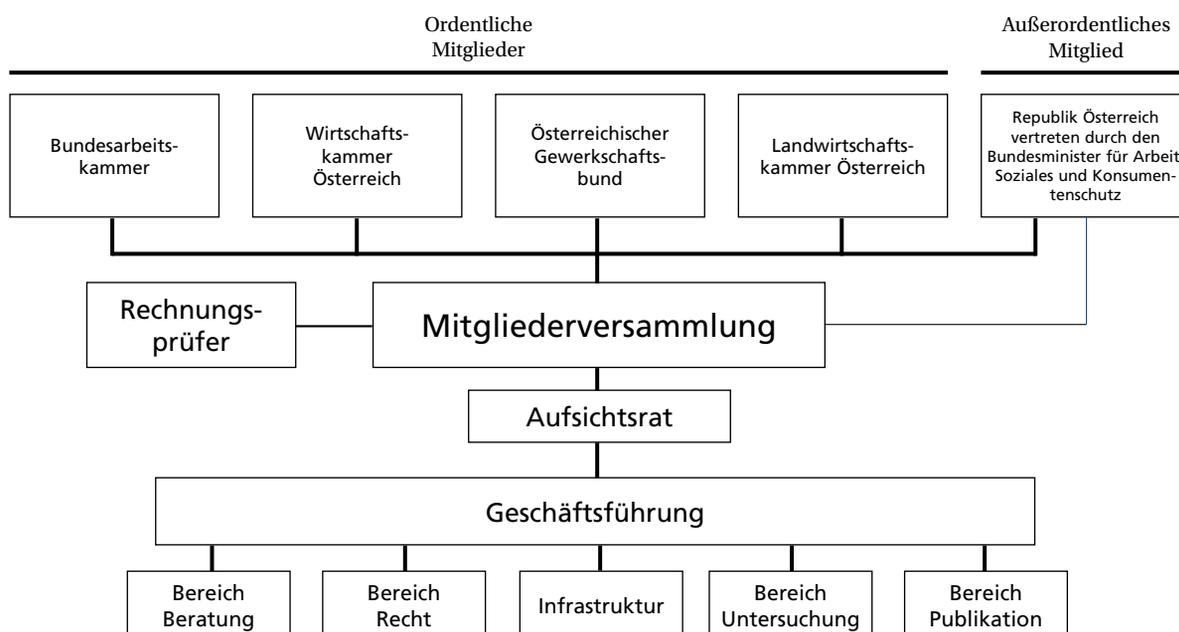
Am Ende des Berichtsjahres 2008 beschäftigte der Verein für Konsumenteninformation 90 voll versicherte Mitarbeiter. In der VKI-Landesstelle Tirol arbeiteten drei Mitarbeiter. Per 31. Dezember 2008 befanden sich in Wien drei Personen in Karenz, eine in Altersteilzeit. Inklusiv der in Altersteilzeit befindlichen Personen sind nunmehr bereits 40 Prozent der Dienstnehmer teilszeitbeschäftigt. Umgerechnet auf fiktive Ganztageskräfte ergeben sich zum genannten Stichtag für Wien 76 budgetwirksame, nicht karenzierte Ganztageskräfte, inklusive der Landesstelle Tirol beläuft sich diese Zahl auf 78.

Kostenstruktur (nach Verwendung)



AUFSICHTSRAT	
Präsident	Dr. Harald Glatz (BAK)
1. Stellvertreter des Präsidenten	Komm.-Rat Dkfm. Dr. Fritz Aichinger (WKO)
2. Stellvertreter des Präsidenten	Mag. Ernst Tüchler (ÖGB)
3. Stellvertreter des Präsidenten	Dr. Klaus Wejwoda (LK) (bis 1.12.2008)
Kooptiert	Dr. Arnulf Komposch (BMASK)
Weitere Aufsichtsratsmitglieder	
Bundesarbeitskammer (BAK)	Mag. Helmuth Guth
Wirtschaftskammer Österreich (WKO)	Dr. Rosemarie Schön
Österreichischer Gewerkschaftsbund (ÖGB)	Dr. Ulrike Tembler
Landwirtschaftskammer Österreich (LK)	Dr. Christoph Michelic
	Dr. Claudia Litzllachner (ab 1.12.2008)
Republik Österreich	Dr. Felix Müller

RECHUNGSPRÜFER	Mag. Heinz Leitsmüller (BAK)
	Karl Dürtscher (ÖGB)
	Mag. Erich Angerler (LK)
	Dr. Beate Blaschek (BMASK)
	Mag. Gerald Zillinger (WKO)
GESCHÄFTSFÜHRUNG	Ing. Franz Floss
	Dr. Josef Kubitschek (ab 1.4.2008)
ARBEITNEHMERVERTRETUNG	Mag. Peter Blazek (bis 8.10.2008)
	DI Oswald Streif (ab 27.10.2008)



Stand: 31.12.2008

Im Spiegel der Zeit



VKI-Geschäftsführer

12/1960 – 3/1965	Ing. Walter Stern
4/1965 – 5/1973	Anton Skoda
6/1973 – 12/1994	Dr. Fritz Koppe
2/1992 – 12/2005	Dr. Martin Prohaska
1/1995 – 4/2003	DI Hannes Spitalsky
5/2003 – 3/2005	Dr. Claudia Feichtinger
11/2005 – 4/2007	Dr. Christine Weber
1/2006 – 8/2007	Rudolf Schiebl
seit 11/2005	Ing. Franz Floss
seit 4/2008	Dr. Josef Kubitschek

VKI-Obleute/Präsidenten

12/1960 – 11/1967	Rosa Weber
11/1967 – 4/1993	Dr. Eva Preiß
5/1993 – 9/2001	Ing. Harald Ettl
seit 10/2001	Dr. Harald Glatz

60er Jahre

1960

Die Sozialpartner planen eine gemeinsame Konsumentenorganisation. Aus dem Verein für Einkaufsberatung und dem Verband österreichischer Konsumentenorganisationen geht in Folge der Verein für Konsumenteninformation hervor. Die NR-Abgeordnete Rosa Weber wird am 22. Dezember 1960 zur Vorsitzenden des am selben Tag gegründeten Vereins gewählt. Es ist eine „provisorische“ Gründung, da nur ÖGB und Arbeiterkammer vertreten sind.

1961

Am 21. März 1961 findet die Konstituierung des VKI durch den Beitritt der Bundeswirtschaftskammer und der Präsidentenkonferenz der Landwirtschaftskammern ihren Abschluss. Eine Beratungs- und Forschungstätigkeit, für die in Österreich die Vorläufer des VKI seit Jahren wertvolle Vorarbeit geleistet haben, wird nunmehr durch die Zusammenarbeit von Produzenten und Konsumenten auf eine neue, breite Basis gestellt.

Um die Produktinformationen nicht nur den Besuchern der Beratung, sondern auch Lesern zugänglich zu machen, starten engagierte Mitarbeiter des VKI – anfangs gegen den Willen des Vorstandes – mit einfachsten Mitteln das Projekt „Konsument“: Produziert wird die Zeit-

schrift auf einer Olivetti-Schreibmaschine und einer kleinen Rotaprint-Maschine. Die erste Ausgabe erscheint mit Datum August/September und kostet drei Schilling. Der erste Test: Frankfurter.

1962

Beim Nagellack-Test veröffentlicht „Konsument“ erstmals eine Tabelle mit Teilbewertungen und nennt die Namen der Hersteller. Das Titelthema der ersten gedruckten Ausgabe (Jänner) ist ein Zigarettentest. Ohne Werbeausgaben beläuft sich die Zahl der Abonnenten bereits auf 10.000.

In der Mai-Ausgabe wird ein Taschenradio-Test veröffentlicht, bei dem die Untersuchungsergebnisse erstmals in einem Qualitätsurteil zusammengefasst werden: „sehr gut“, „gut“ und „minder gut“. Die stetig steigende Nachfrage nach Beratung – sowohl im Rechts- als auch im Produktbereich – führt zur Gründung von insgesamt vier VKI-Landesstellen. Den Anfang macht 1963 die Landesstelle in Eisenstadt. 1964 folgt Oberösterreich, ein Jahr später Tirol. Die Landesstelle in Graz eröffnet 1985.

70er Jahre

1970

Der VKI ist seit seiner Gründung Mitglied der IOCU, der weltweiten Dachorganisation der Konsumentenorganisationen. Im Juni organisiert der VKI in Baden bei Wien den 6. IOCU-Weltkongress unter dem Motto „Wissen ist Macht. Konsumentenziele in den 70er Jahren“.



1973

Um Konsumenten vor allem beim Kauf technischer Haushaltsgeräte Übersichten und Entscheidungshilfen zu übermitteln, veröffentlicht der VKI die ersten Informationsbroschüren. Diese enthalten neben einer allgemeinen Beschreibung der Vor- und Nachteile einer bestimmten Gerätegruppe auch eine Markt- und Nettopreisübersicht.

Im selben Jahr wird die VKI-Beschwerdestelle geschaffen. Die Beschwerden werden systematisch ausgewertet und – bei Schwerpunkten – Schiedstellen geschaffen. Der VKI bringt ab 1973 seine Erfahrungen bei Begutachtungen von Gesetzes- und Verordnungsentwürfen ein.

1974

Im Jänner tritt die Republik Österreich, vertreten durch das Bundesministerium für Handel, Gewerbe und Industrie, dem VKI als außerordentliches Mitglied bei und verpflichtet sich zu einem Mitgliedsbeitrag, der dem der vier ordentlichen Mitglieder zusammen genommen entspricht – bei gleichzeitigem Verzicht auf Stimmrecht und Einflussnahme im operativen Geschäft. Diese Förderung dient dazu, völlig unabhängig ausschließlich für Konsumenten tätig zu sein. Am 20. Novem-

ber veranstaltet der VKI eine Fachtagung zum Thema „Marktmacht Konsumenteninformation“, an der über 300 Vertreter der Konsumenten, der Industrie, des Handels und Gewerbes, der Wissenschaft und der Behörden teilnehmen und zentrale Themen und Zielsetzungen des Konsumentenschutzes diskutieren.

Im selben Jahr wird „Konsument“ bunt, eine Ausgabe kostet nunmehr zehn Schilling. Der VKI wird Mitglied der European Testing Group (ETG), ein Zusammenschluss europäischer Verbraucherorganisationen. Zweck: die Durchführung von Gemeinschaftstests, um Zeit und Geld zu sparen.

1975

Das Bundeskanzleramt beauftragt den VKI mit einer Energiesparkampagne: Mehr als 200.000 Exemplare des „Energiesparbuchs“ mit Energiespartipps für den Haushalt werden österreichweit versendet. Der Österreichische Viehverkehrsfonds fördert die Herausgabe der Sondernummer „Konsument – Alles über Fleisch und Wurst“, dessen Verteilung durch Inserate mit Bestellkarten, Werbespots im Hörfunk und über Fleischerbetriebe erfolgt. Die Abozahlen steigen in diesem Jahr von 16.900 auf 31.800 Abonnenten.

1977

„Konsument“ erscheint monatlich (bisher zehn Ausgaben pro Jahr), das Testmagazin wird nun auch regelmäßig in Trafiken verkauft. Anfangs wandern 2.500 Stück pro Monat über den Ladentisch.

1979

Am 8. März tritt das Konsumentenschutzgesetz in Kraft. Der VKI wird als ein zur Verbandsklage berufener Verband anerkannt.

80er Jahre

1982

Am Beispiel eines Gulaschsuppen-Tests wird die Aussagekraft von sensorischen Tests mit wissenschaftlichen Methoden untermauert. Die Sensorik (Aussehen, Geruch, Geschmack, Konsistenz) ist seit diesem Zeitpunkt bei vielen Lebensmittel-Tests anerkannter Bestandteil des Gesamturteils.

1987

Der erste Waschmittel-Test, der fast ein Jahr gedauert und drei Millionen Schilling Testkosten verschlungen hat, entlarvt die Umweltsünder unter den Produzenten. Seither wurden Waschmittel umweltverträglicher und die Waschmitteltests Routine.

1988

In einer umfassenden Literaturdatenbank macht der VKI verbraucherrelevante Publikationen zahlreicher in- und ausländischer Institutionen auch für die interessierte Öffentlichkeit zugänglich (bis 2005).



90er Jahre

1990

Im August beauftragt das Bundesministerium für Umwelt, Jugend und Familie den VKI im Rahmen eines Werkvertrages zur Ausarbeitung von Richtlinien für das Österreichische Umweltzeichen.

1991

Als erstes Nicht-EG-Land wird der VKI assoziiertes Mitglied bei der BEUC (The European Consumers Organisation). Ab 1994 ist der VKI Vollmitglied.

1992

Gründung des Verbraucherrates im Österreichischen Normungsinstitut unter Vorsitz des VKI. Aufgabe: Die Berücksichtigung von Konsumenteninteressen im Normungswesen. Die Abozahlen erreichen mit 102.078 Abonnenten ihren historischen Höchststand.

1993

Seit Beginn des Jahres bietet der VKI neben der persönlichen Rechtsberatung auch das „Konsumententelefon“: Verbraucher können sich über konsumentenrechtliche Belange auch telefonisch informieren. Der Dampfreiniger-Test in der März-Ausgabe deckt gefährliche Sicherheitsmängel auf. Manche Hersteller drohen mit Klagen, die

Sicherheitsvorschriften werden verschärft. Der Bekanntheitsgrad der Zeitschrift „Konsument“ liegt bei 88 Prozent.

1994

Seit Jänner gibt der VKI die monatlich erscheinenden Informationen zum Verbraucherrecht heraus (ab 1996 über die VKI-Homepage). Zudem wird erstmals die Konsumentenrecht-Entscheidungssammlung (KRES) veröffentlicht. Die Fachpublikation handelt alle Problemkreise des Verbraucherrechts ab, sie wird jährlich mit Nachsendungen ergänzt. Im Auftrag der AMA kontrolliert der VKI ab Juli Lebensmittel, die das AMA-Gütezeichen tragen, auf die Einhaltung der entsprechenden Qualitätsanforderungen. Der VKI startet mit dem Nachrechnen von Verbraucher Krediten, in den folgenden Jahren gibt es zahlreiche Musterprozesse gegen Banken wegen überhöhter Zinsverrechnungen.

1996

Mit Beginn des Jahres ist der VKI mit seiner Homepage www.konsument.at im Internet präsent. Ab Jänner bietet der VKI einen individuellen Prämienvergleich von Kfz-Haftpflichtversicherungen an. Die Printausgabe zeigt sich ab April in einem neuen Outfit, gleichzeitig wird der Umfang auf 48 Seiten erweitert.

1997

Der VKI vertreibt seine Paperback- und Buchausgaben der Reihe „Konsument“-extra nunmehr auch über den österreichischen Buchhandel. Der dritte und letzte Band der KRES-Reihe erscheint.

Die Restaurierung des Beratungssaals im VKI-Infocenter wird fertiggestellt. Um den Anforderungen der steigenden telefonischen Anfragen gerecht zu werden, implementiert der VKI im Februar eine neue EDV- und Telefoninfrastruktur – Information und Beratung sollen damit kundenorientierter werden.

1999

Der VKI wird Trägerorganisation des „Europäischen Verbraucherzentrums Österreich“, das von der EU eingerichtet wurde und Verbrauchern bei grenzüberschreitenden Problemen zur Seite stehen soll. Mit August wird die VKI-Prüfstelle akkreditiert. Der Akkreditierungsumfang erstreckt sich über neun Fachgebiete und insgesamt 35 Prüfstellen.



Ab 2000

2000

In der Oktober-Ausgabe bewertet „Konsument“ im Rahmen seines Laufschuh-Test erstmals auch das ethische Verhalten von Unternehmen (Umwelt, Soziales, Informationsoffenheit). Mit der Verknüpfung ethischer Kriterien mit den bewährten Produkttests leistet das Testmagazin weltweit Pionierarbeit.

2001

Eine Novelle des Gesetzes gegen den Unlauteren Wettbewerb (UWG) legitimiert den VKI, Verbandsklagen gegen irreführende Werbung zu führen. Der VKI erfindet im Rahmen der Zivilprozessordnung die „Sammelklage nach österreichischem Recht“ und bringt – mit Unterstützung von Prozesskostenfinanzierern – Sammelklagen gegen Banken und Reiseveranstalter ein. Die persönlichen Beratungsleistungen im VKI-Beratungszentrum werden Anfang Mai reorganisiert und Kostenbeiträge für Spezialberatungen eingeführt. Die weniger nachgefragten Produktberatungen werden sukzessive aufgelassen.

2002

Im April geht www.konsument.at in völlig überarbeiteter Form online, die Inhalte sind ab 2003 zum Teil kostenpflichtig.

2003

Der VKI schließt seine Landesstellen in Oberösterreich, Burgenland und der Steiermark. Die Homepage www.verbraucherrecht.at geht online, auf der die Ergebnisse der VKI-Klagstätigkeit nachzulesen sind. Im Zinsstreit mit den Banken wird mit den Sparkassen und der Bank Austria ein außergerichtlicher Ausgleich gefunden: Sie zahlen 70 Prozent der vorenthaltenen Zinsen. Gegen die BAWAG und andere Banken werden weitere Sammelklagen eingebracht.

2004

Sammelklagen des VKI führen in Sachen „WEB-Skandal“ zum größten Zivilprozess in der 2. Republik (3.200 Geschädigte und ein Streitwert in Höhe von 120 Millionen Euro). In der Testarbeit wird ein neuer Schwerpunkt gesetzt: Dienstleistungen und Produkte aus dem Gesundheitsbereich. Neben Medikamenten und Medizinprodukten fühlt „Konsument“ auch Ärzten, Apothekern und Kliniken auf den Zahn und übernimmt damit europaweit wieder einmal eine Vorreiterrolle.

2006

Der Toastschinken-Test in der Februar-Ausgabe sorgt in der Branche schon im Vorfeld für Aufregung, ein Produzent beantragt

sogar eine einstweilige Verfügung. Das Gericht entscheidet zugunsten des VKI. Im April werden die Gremien der Mitgliederorganisationen in Aufsichtsrat und Mitgliederversammlung umstrukturiert. Das Testmagazin ruft den Schülerwettbewerb „Jetzt teste ich!“ ins Leben. Junge Verbraucher zwischen 12 und 19 Jahren können sich daran mit eigenen Tests beteiligen.

2007

Mit Beginn des Jahres geht der individuelle Prämienvergleich für Kfz-Haftpflicht und Kasko-Versicherung online. Im September erscheint „Konsument“ in einem neuen Layout. Der im selben Heft veröffentlichte Olivenöl-Test beschert dem Verein mit mehr als 12.000 verkauften Heften den besten Kioskverkauf seit Jahrzehnten. Erstmals seit sieben Jahren wird der Heftpreis erhöht: Eine Ausgabe kostet ab Oktober 4,50 Euro (statt 4 Euro), ein „Konsument“-Abo kommt auf 45 Euro (statt 39,24 Euro). Eine umfassende Novelle des UWG im Dezember legitimiert den VKI, auch gegen aggressive Werbung vorzugehen.

2008

Dr. Josef Kubitschek wird mit 1. April 2008 – neben Ing. Franz Floss – zum Geschäftsführer des Vereins für Konsumenteninformation bestimmt. 2008 geht der Unfallversicherungsvergleich online, womit der VKI insgesamt drei Online-Versicherungsvergleiche anbietet. Gegen den AWD werden im Dezember eine Verbandsklage und drei Musterprozesse eingebracht. Der VKI wird zudem mit der Organisation von Sammelklagen betraut.



Statuten

des Vereins für Konsumenteninformation

beschlossen von der 47. Mitgliederversammlung am 21. November 2005

und der 49. Mitgliederversammlung am 7. April 2006

Bei personenbezogenen Bezeichnungen gilt die gewählte Form für beide Geschlechter.

§ 1 Name, Sitz und Tätigkeitsbereich des Vereins

- (1) Der Verein führt den Namen „VEREIN FÜR KONSUMENTENINFORMATION“ und hat seinen Sitz in Wien. Seine Tätigkeit erstreckt sich auf das gesamte Bundesgebiet.

§ 2 Zweck des Vereins

- (1) Der Verein für Konsumenteninformation (im Folgenden kurz VKI genannt) ist eine unabhängige, gemeinnützige, nicht auf Gewinn zielende Verbraucherorganisation zur Förderung von Verbraucherinteressen.
- (2) Schwerpunkte, wie zB Gebrauchstauglichkeit, technische Sicherheit, Schutz von Gesundheit und Umwelt, Nachhaltigkeit, ethischer Konsum, Verbraucherbildung und -erziehung, Schuldenprävention, Zugang zum Recht etc. werden im Rahmen der Zielsetzungen der internationalen Dachverbände für Verbraucherorganisationen gesetzt.
- (3) Zur Erfüllung dieser Zwecke hat der VKI unparteiisch und objektiv vorzugehen und darf insbesondere folgende Tätigkeiten entwickeln:
 - a) Herausgabe von Printmedien und Verbraucherinformation;
 - b) Untersuchung von Konsumgütern und Dienstleistungen; Beratung über die Qualität von Konsumgütern und Dienstleistungen; durch Beratung und Information wird auf Probleme aufmerksam gemacht und sollen Lösungsvorschläge und Handlungsbedarf aufgezeigt werden;
 - c) Rechtsberatung, Intervention und Schlichtungstätigkeit;
 - d) Vertretung der Verbraucherinteressen und Aufzeigen von konsumentenrelevanten Fehlentwicklungen in nationalen, europäischen und internationalen Gremien;
 - e) Beteiligung an Projektanträgen von europäischen und internationalen Einrichtungen;
 - f) Kontakt und Zusammenarbeit mit nationalen, europäischen und internationalen Organisationen zum Zweck der Fortentwicklung der Konsumentenpolitik;
 - g) Marktbeobachtung, Analyse und Evaluierung konsumentenrelevanter Entwicklungen;
 - h) Abmahnungen und Klagen;
 - i) Maßnahmen zur Förderung der Verbraucherbildung;
 - j) Fortbildungs- und Informationsveranstaltungen;
 - k) Produktion von Filmen, Rundfunk- und Fernsehsendungen und dgl.;
 - l) Führung einer autorisierten Prüfanstalt;
 - m) Gründung von und Beteiligung an anderen Institutionen (Vereinen, Stiftungen, Gesellschaften), die der Erfüllung des Vereinszwecks dienen.

§ 3 Aufbringung der Mittel

Die zur Erreichung des Vereinszweckes erforderlichen Geldmittel werden aufgebracht durch:

- a) Mitgliedsbeiträge
- b) Förderungen durch die ordentlichen Mitglieder und das außerordentliche Mitglied Bund
- c) Erlöse aus eigenen Tätigkeiten
- d) Einkünfte aus Vermögen und
- e) sonstige Zuwendungen

§ 4 Vereinsmitgliedschaft

- (1) Ordentliche Mitglieder des VKI sind die Wirtschaftskammer Österreich, der Österreichische Gewerkschaftsbund, die Bundesarbeitskammer und die Landwirtschaftskammer Österreich (Präsidentenkonferenz der Landwirtschaftskammern Österreich).
- (2) Außerordentliches Mitglied ist der Bund.
- (3) Weitere physische und juristische Personen können als fördernde Mitglieder aufgenommen werden. Die Aufnahme von fördernden Mitgliedern erfolgt durch die Mitgliederversammlung. Die Aufnahme kann ohne Angabe von Gründen abgelehnt werden; ein Rechtsmittel gegen die Ablehnung ist unzulässig.
- (4) Mitglieder können ihre Mitgliedschaft unter Einhaltung einer zwölfmonatigen Kündigungsfrist jeweils zum Jahresende kündigen.
- (5) Durch Beschluss der Mitgliederversammlung kann ein Mitglied, das in diesem Statut festgelegten Grundsätze beharrlich verletzt, oder mit seinen Mitgliedsbeiträgen oder zugesagten Förderungen trotz Mahnung ein Jahr im Rückstand ist, nach Anhörung mit sofortiger Wirkung vom Verein ausgeschlossen werden.

§ 5 Rechte und Pflichten der Mitglieder

- (1) Jedes ordentliche Mitglied hat einen jährlichen Mitgliedsbeitrag zu leisten. Die Höhe der Mitgliedsbeiträge wird von der Mitgliederversammlung beschlossen. Der Mitgliedsbeitrag ist – ohne anders lautenden Aufsichtsratsbeschluss – bis 31. März des Geschäftsjahres fällig.
- (2) Die Mitglieder haben den VKI nach Kräften zu fördern, in allen Angelegenheiten, über die sie im Rahmen der Organe des Vereins oder seiner Ausschüsse Kenntnis erhalten, Verschwiegenheit zu bewahren sowie sich jeder konkurrierenden Tätigkeit, die den Aufgaben des Vereins zuwiderlaufen könnte, zu enthalten.
- (3) Die Ergebnisse der Forschung stehen den Mitgliedsorganisationen über Wunsch zur Verfügung, soweit dies mit den Interessen der Auftraggeber bzw. der nach dem Urheberrecht Berechtigten vereinbar ist.

§ 6 Mitgliederversammlung

- (1) Die ordentlichen Mitglieder und das außerordentliche Mitglied Bund entsenden je drei Delegierte. Die fördernden Mitglieder können an einer Mitgliederversammlung teilnehmen, haben kein Stimm- und Vorschlagsrecht in der Mitgliederversammlung sowie kein aktives oder passives Wahlrecht in Bezug auf die anderen Organe des VKI.
- (2) Mitgliederversammlungen werden vom Präsidenten des Aufsichtsrats einberufen. Der Präsident des Aufsichtsrats hat mindestens einmal jährlich eine ordentliche Mitgliederversammlung einzuberufen. Der Präsident des Aufsichtsrats hat weiters dann eine Mitgliederversammlung einzuberufen, wenn ein ordentliches Mitglied oder das außerordentliche Mitglied Bund dies unter Angabe von Gründen beim Aufsichtsrat schriftlich beantragt; spätestens sechs Wochen nach Eingang des schriftlichen Begehrens hat die Mitgliederversammlung stattzufinden.
- (3) Die Mitgliederversammlung hat folgende Aufgaben:
 - a) Aufnahme und Ausschluss von fördernden Mitgliedern
 - b) Beschlussfassung über die Höhe des Mitgliedsbeitrages
 - c) Die Bestellung und Abberufung des Abschlussprüfers
 - d) Bestellung und Abberufung der Mitglieder des Aufsichtsrates, wobei auf die repräsentative Zusammensetzung des Aufsichtsrates gemäß der Mitgliederstruktur Rücksicht zu nehmen ist, und der Rechnungsprüfer
 - e) Entlastung des Aufsichtsrates und der Rechnungsprüfer
 - f) Beschlussfassung über Statutenänderungen
 - g) Beschlussfassung über die Auflösung des VKI
 - h) Die Mitglieder haben für die Bestellung des Aufsichtsrats ein Vorschlagsrecht.
 - i) Entgegennahme von Berichten der Geschäftsführer über die Tätigkeit und die finanzielle Gebarung des Vereins
 - j) Entgegennahme des Berichts der Rechnungsprüfer bei Unregelmäßigkeiten
 - k) Bestellung eines Sonderprüfers gemäß § 25 Abs. 1 VerG
- (4) Die Mitgliederversammlung wird vom Präsidenten des Aufsichtsrats geleitet. Die Delegierten müssen zwei Wochen vor Abhaltung der Mitgliederversammlung schriftlich oder per E-Mail über Ort, Zeit und Tagesordnung informiert werden. Anträge zur Tagesordnung müssen spätestens eine Woche vor der Mitgliederversammlung schriftlich oder per E-Mail beim Präsidenten des Aufsichtsrats eingebracht werden. Gültige Beschlüsse können nur zu Tagesordnungspunkten gefasst werden.
- (5) Die Mitgliederversammlung ist beschlussfähig, wenn mindestens zwei Drittel der stimmberechtigten Delegierten anwesend sind. Falls die Mitgliederversammlung zur festgesetzten Stunde nicht beschlussfähig ist, findet eine halbe Stunde später am gleichen Ort eine neue Versammlung statt, die ohne Rücksicht auf die Zahl der anwesenden Delegierten beschlussfähig ist. Das außerordentliche Mitglied Bund hat in der Mitgliederversammlung lediglich Stimmrecht bei der Bestellung und Abberufung der Mitglieder des Aufsichtsrates und der Rechnungsprüfer. Gültige Beschlüsse können nur mit Dreiviertelmehrheit der anwesenden stimmberechtigten Delegierten gefasst werden. Stimmrechtsvollmachten dürfen nur an andere Delegierte und nur pro Sitzung erfolgen. Ein Delegierter darf höchstens 4 Stimmen vertreten.

§ 7 Geschäftsführer

- (1) Der Verein hat einen oder mehrere Geschäftsführer, die auf unbestimmte Zeit bestellt werden.
- (2) Die Geschäftsführer führen unter Aufsicht des Aufsichtsrates die laufenden Geschäfte des VKI und vertreten diesen nach außen, sofern dazu nicht der Präsident des Aufsichtsrats zuständig ist. Jeder Geschäftsführer ist allein vertretungsbefugt. Die Verteilung der Geschäftsführungsaufgaben erfolgt in der Geschäftsordnung der Geschäftsführung.
- (3) Die Geschäftsführer sind dem VKI gegenüber verpflichtet, bei ihrer Geschäftsführung die Sorgfalt eines ordentlichen Unternehmers anzuwenden.
- (4) Der dafür zuständige Geschäftsführer hat dafür zu sorgen, dass ein Rechnungswesen und ein internes Kontrollsystem geführt werden, die den Anforderungen des Vereins entsprechen.
- (5) Die Geschäftsführer sind verpflichtet, einen Jahresabschluss (Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung und Anhang) aufzustellen und diesen – gemeinsam mit dem Wirtschaftsprüfungsbericht – nach Prüfung durch die Rechnungsprüfer, dem Aufsichtsrat zur Feststellung vorzulegen. Die Vorlage an den Aufsichtsrat muss innerhalb der ersten fünf Monate eines Wirtschaftsjahres für das vorangegangene Wirtschaftsjahr erfolgen.
- (6) Die Geschäftsführer sind verpflichtet, Abschlussprüfern und Rechnungsprüfer die für die Prüfung erforderlichen Unterlagen vorzulegen und die erforderlichen Auskünfte zu erteilen.

- (7) Die Geschäftsführer haben dem Aufsichtsrat jeweils im letzten Quartal des laufenden Jahres für das darauf folgende Jahr über grundsätzliche Fragen der künftigen Geschäftspolitik des VKI zu berichten sowie die künftige Entwicklung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage anhand einer Vorschaurechnung darzustellen (Budget inklusive Jahresvorschau, Personal- und Investitionsplanung). Die Geschäftsführer haben weiters dem Aufsichtsrat regelmäßig, mindestens vierteljährlich, über den Gang der Geschäfte und die Lage des VKI im Vergleich zur Vorschaurechnung unter Berücksichtigung der künftigen Entwicklung zu berichten (Quartalsbericht). Bei wichtigem Anlass ist dem Vorsitzenden des Aufsichtsrats (Präsident des Aufsichtsrats) unverzüglich zu berichten. Ferner ist über Umstände, die für die Rentabilität oder Liquidität des VKI von erheblicher Bedeutung sind, dem Aufsichtsrat unverzüglich zu berichten (Sonderbericht). Das Budget inklusive Jahresvorschau und die Quartalsberichte sind schriftlich zu erstatten und auf Verlangen des Aufsichtsrats mündlich zu erläutern; sie sind jedem Aufsichtsratsmitglied auszuhändigen. Die Sonderberichte sind schriftlich oder mündlich zu erstatten. Die Geschäftsführer sind weiters verpflichtet, dem Aufsichtsrat monatlich eine Aufstellung über die offenen Verfahren, die vom VKI geführt werden, zu übermitteln.
- (8) Die Geschäftsführer sind verpflichtet, in der Mitgliederversammlung über die Tätigkeit und die finanzielle Gebarung des Vereins zu informieren. Wenn ein Mitglied dies unter Angabe von Gründen verlangt, haben die Geschäftsführer eine solche Information dem betreffenden Mitglied und gleichzeitig auch allen anderen Mitgliedern auch sonst binnen vier Wochen zu geben. Die Geschäftsführer sind weiters verpflichtet, Gesellschaftsorganen und Abschlussprüfern den Statuten und dem Vereinsgesetz entsprechend zu berichten und diese zu informieren.
- (9) Jede weitere Erwerbstätigkeit oder die Ausübung von ehrenamtlichen Funktionen, die für die Vereinsinteressen von Belang sein können, bedürfen der Genehmigung des Aufsichtsrates.

§ 8 Aufsichtsrat

- (1) Der Aufsichtsrat besteht aus 10 Mitgliedern. Er wird auf 3 Jahre bestellt. Die Geschäftsführer, Rechnungsprüfer, Betriebsratsmitglieder und Experten können zu den Sitzungen beigezogen werden.
- (2) Die Mitglieder des Aufsichtsrats wählen aus ihrem Kreis für die Dauer von 3 Jahren einen Präsidenten, einen ersten, einen zweiten und einen dritten Stellvertreter. Wiederwahlen sind zulässig. Eine Abwahl ist mit der Zweidrittelmehrheit möglich. Der Aufsichtsrat hält regelmäßig, mindestens einmal im Quartal, eine Sitzung ab. Diese wird vom Präsidenten schriftlich einberufen. Die Sitzungsleitung erfolgt durch den Präsidenten. Bei der Einberufung sind Dringlichkeit sowie Erfordernisse der Vorbereitung angemessen zu berücksichtigen.
- (3) Jedes Aufsichtsratsmitglied oder die Geschäftsführer können unter Angabe des Zwecks und der Gründe verlangen, dass der Präsident des Aufsichtsrats unverzüglich den Aufsichtsrat einberuft. Die Sitzung muss binnen drei Wochen nach Einberufung stattfinden. Wird einem von mindestens zwei Aufsichtsratsmitgliedern oder von den Geschäftsführern geäußerten Verlangen nicht entsprochen, so können die Antragsteller unter Mitteilung des Sachverhalts selbst den Aufsichtsrat einberufen.
- (4) Der Aufsichtsrat ist beschlussfähig, wenn alle Mitglieder geladen wurden und mindestens drei ordentliche Vereinsmitglieder durch Aufsichtsratsmitglieder vertreten sind. Beschlüsse werden mit einfacher Stimmenmehrheit gefasst, bei Stimmengleichheit entscheidet die Stimme des Sitzungsleiters. Stimmrechtsvollmachten dürfen nur an andere Aufsichtsratsmitglieder und nur pro Sitzung erfolgen. Ein Mitglied darf höchstens zusätzlich zwei Stimmen vertreten. Schriftliche Umlaufbeschlüsse sind zulässig, wenn kein Aufsichtsratsmitglied dem Verfahren widerspricht.
- (5) Die Vertreter des außerordentlichen Vereinsmitglieds Bund haben im Aufsichtsrat nur das Stimmrecht für
 - a) die Bestellung und Abberufung der Geschäftsführer,
 - b) die Beschlussfassung über das Budget für das kommende Kalenderjahr,
 - c) die Beschlussfassung über die Genehmigung des Rechnungsabschlusses und
 - d) die Beschlussfassung über die zustimmungspflichtigen Geschäfte.
- (6) Der Verein wird nach außen in folgenden Angelegenheiten durch den Präsidenten des Aufsichtsrats vertreten:
 - a) Abschluss von Dienstverträgen mit den Geschäftsführern.
 - b) Als Eigentümervertreter für den VKI in Tochtergesellschaften.
 In allen anderen Angelegenheiten vertreten die Geschäftsführer den Verein.
- (7) Aufgaben des Aufsichtsrats sind insbesondere:
 - a) Überwachung der Geschäftsführung
 - b) Bestellung und Abberufung der Geschäftsführer
 - c) Beschlussfassung über die Geschäftsordnung für die Geschäftsführer
 - d) Beschlussfassung über das Budget (inklusive Jahresvorschau, Personal- und Investitionsplan) für das kommende Wirtschaftsjahr
 - e) Feststellung des Jahresabschlusses
 - f) Festlegung allgemeiner Grundsätze der Vereinspolitik
 - g) Einberufung der Mitgliederversammlung
 - h) Vorschlag eines Abschlussprüfers an die Mitgliederversammlung
 - i) Entlastung der Geschäftsführung
 - j) Nominierung von Vertretern des VKI in nationalen und internationalen Gremien.

- (8) Folgende Geschäfte bedürfen der Zustimmung des Aufsichtsrats:
- a) Erwerb und Veräußerung von Beteiligungen, von Unternehmen und Betrieben, weiters die Stilllegung von Unternehmen und Betrieben;
 - b) Der Erwerb und die Veräußerung von Liegenschaften sowie die Verpfändung von Liegenschaften;
 - c) Die Errichtung und Schließung von Landesstellen und Zweigniederlassungen;
 - d) Das jährliche Investitionsprogramm sowie darin enthaltene einzelne Investitionen, deren Anschaffungs- oder Herstellungskosten den Betrag von € 150.000,00 übersteigen;
 - e) Die Aufnahme von Anleihen, Darlehen und Krediten, die in einem Geschäftsjahr den Betrag von € 300.000,00 übersteigen oder ein einzelnes solches Geschäft, wenn es den Betrag von € 150.000,00 übersteigt;
 - f) Aufnahme, Aufgabe oder Auslagerung von Geschäftszweigen oder Änderungen der Leistungsstruktur;
 - g) Die Festlegung von Grundsätzen über die Gewährung von Erfolgs- oder Umsatzbeteiligungen und Pensionszusagen an leitende Angestellte im Sinne des § 80 Abs. 1 AktG 1965 idGF, sowie der Abschluss oder die Änderung von Betriebsvereinbarungen;
 - h) Abschluss von Verträgen mit Mitgliedern des Vereins sowie mit natürlichen oder juristischen Personen, die von den Mitgliedern des Vereins wirtschaftlich oder rechtlich abhängig sind, die in einem Geschäftsjahr den Betrag von € 300.000,00 übersteigen oder ein einzelnes solches Geschäft, wenn es den Betrag von € 150.000,00 übersteigt.
- (9) Der Aufsichtsrat kann von den Geschäftsführern jederzeit einen Bericht über die Angelegenheiten des VKI verlangen. Auch ein einzelnes Mitglied des Aufsichtsrats kann einen Bericht, jedoch nur an den Aufsichtsrat als solchen, verlangen.
- (10) Der Aufsichtsrat kann die Bücher und Schriften des VKI sowie die Vermögensgegenstände, namentlich die Vereinskasse und die Bestände an Wertpapieren und Waren, einsehen und prüfen. Er kann damit auch einzelne Mitglieder oder für bestimmte Aufgaben besondere Sachverständige beauftragen.

§ 9 Rechnungsprüfer

- (1) Der Verein hat 5 Rechnungsprüfer. Sie werden auf 3 Jahre bestellt.
- (2) Den Rechnungsprüfern obliegt, allenfalls aufgrund einer von ihnen zu erstellenden Geschäftsordnung, die Überprüfung der Finanzgebarung des VKI im Hinblick auf die statutengemäße Verwendung der Mittel. Sie sind auch berechtigt, die Ordnungsmäßigkeit der Rechnungslegung zu überprüfen. Die Rechnungsprüfer dürfen in alle mit der Gebarung des VKI im Zusammenhang stehenden Unterlagen Einsicht nehmen und von der Geschäftsführung weitergehende Auskünfte verlangen. Sie können sich durch einen von ihnen namhaft zu machenden externen Experten unterstützen lassen.
- (3) Die Prüfung hat innerhalb eines Monats nach Vorlage des Jahresabschlusses und Wirtschaftsprüfungsberichts zu erfolgen. Es ist ein Prüfungsbericht an den Aufsichtsrat zu erstatten.
- (4) Der Prüfungsbericht hat die statutengemäße Verwendung der Mittel zu bestätigen oder festgestellte Gebarungsmängel oder Gefahren für den Bestand des Vereins aufzuzeigen.
- (5) Die Rechnungsprüfer können schriftlich an den Aufsichtsrat ihren Rücktritt erklären.

§ 10 Abschlussprüfer

- (1) Die Mitgliederversammlung wählt für die Dauer von 3 Jahren auf Vorschlag des Aufsichtsrats einen unabhängigen und unbefangenen Abschlussprüfer. Der Abschlussprüfer übernimmt die Prüfung der Finanzgebarung des Vereins im Hinblick auf die Ordnungsmäßigkeit der Rechnungslegung.
- (2) Stellt der Abschlussprüfer bei seiner Prüfung Tatsachen fest, die erkennen lassen, dass der Verein seine bestehenden Verpflichtungen nicht erfüllen kann oder die erwarten lassen, dass der Verein in Zukunft zur Erfüllung seiner Verpflichtungen nicht in der Lage sein wird, so hat er dies dem Aufsichtsrat unverzüglich mitzuteilen.
- (3) Der Abschlussprüfer hat einen Prüfungsbericht an den Aufsichtsrat zu übermitteln.
- (4) Die Mitgliederversammlung kann den Abschlussprüfer aus wichtigem Grund jederzeit abberufen.
- (5) Der Abschlussprüfer kann schriftlich an den Aufsichtsrat seinen Rücktritt erklären.

§ 11 Schiedsgericht

- (1) In allen Streitigkeiten aus dem Vereinsverhältnis entscheidet ein Schiedsgericht. Es besteht aus drei Schiedsrichtern. Jeder Streitteil bestellt einen Schiedsrichter; diese bestimmen eine dritte Person zum Vorsitzenden des Schiedsgerichtes. Der Vorsitzende darf keinem Vereinsorgan angehören.
- (2) Das Schiedsgericht fällt seine Entscheidungen bei Anwesenheit aller seiner Mitglieder mit einfacher Stimmenmehrheit und entscheidet nach bestem Wissen und Gewissen. Seine Entscheidungen sind vereinsintern endgültig, sofern nicht aufgrund gesetzlicher Vorschrift der ordentliche Rechtsweg offen steht.

§ 12 Auflösung des Vereins

- (1) Die freiwillige Auflösung des Vereins erfolgt durch Beschluss einer zu diesem Zweck einberufenen außerordentlichen Mitgliederversammlung. In dieser ist auch über die Verwendung des Vereinsvermögens zu entscheiden, die nur nach Maßgabe des Abs. 2 erfolgen kann.
- (2) Bei Auflösung des Vereins sowie bei Wegfall des bisherigen Vereinszweckes im Sinne der §§ 34 ff BAO fällt das Vereinsvermögen auf jeden Fall einer gemeinnützigen Vereinigung zu, die es ihrerseits einem gemeinnützigen Zweck im Sinne der §§ 34 ff BAO zuzuführen hat.

FOS



Beratung
Inform und Shop

VKI

Beratung | Shop

Infoabende | Erster Rat

Bauen, Wohnen, Finanzieren

Konsument

VKI, Mariahilfer Straße 81, 1060 Wien
Öffnungszeiten: Mo - Fr von 9.00 - 18.30 Uhr
Telefon: 01/588 770
Internet: www.konsument.at
e-Mail: konsument@vki.or.at

00000000