Verein für Konsumenteninformation

Tätigkeitsbericht 2011

Tätigkeitsbericht 2011

Verein für Konsumenteninformation

VKI

Inhalt

5 Vorwort

9 Vorwort der Geschäftsführung

13 2011 im Überblick

17 Bereich Untersuchung

25 Bereich Publikation

33 Bereich Recht

37 Bereich Beratung

41 VKI-Landesstelle Tirol

45 Europäisches Verbraucherzentrum

51 Kooperationen und Projekte

57 Interessenvertretungen

59 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

63 Personal- und Wirtschaftsdaten

67 Mitglieder und Organisationsaufbau

69 VKI-Chronik

81 Statuten

88 Impressum

Foto: Johannes Zinner

Rudolf Hundstorfer
Bundesminister für Arbeit,
Soziales und Konsumentenschutz

Vorwort

Es freut mich, dem Verein für Konsumenteninformation (VKI) im Rahmen dieses Vorwortes nochmals zu seinem 50-jährigen Bestehen gratulieren zu können. Der VKI und die Republik Österreich, vertreten durch das Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz (BMASK), sind seit Jahrzehnten in enger Zusammenarbeit verbunden. Einerseits trägt die Republik Österreich in Form einer Basissubvention zur Finanzierung des VKI bei, andererseits führt der VKI u.a. im Auftrag des BMASK – aber auch der Arbeiterkammern – regelmäßig Prozesse und Klagen, deren Ziel es ist, die Rechtssicherheit von KonsumentInnen weiterzuentwickeln.

Der Blick zurück lässt gegenwärtige Herausforderungen umso deutlicher hervortreten. Die zunehmende Globalisierung und der europäische Binnenmarkt haben eine Erweiterung der Angebotspalette und eine Liberalisierung großer Wirtschaftsbereiche mit sich gebracht. Hier sind Markttransparenz und zuverlässige Marktinformation gefordert. Technologische Entwicklungen im Bereich der Telekommunikation, im Finanzdienstleistungsbereich bis hin zu Energieversorgungsleistungen stellen Chancen dar, kreieren aber auch neue Gefahren für KonsumentInnen – wie etwa im Fall der unerbetenen Telefonwerbung („Cold Calling"), die zunehmend betrügerisch eingesetzt wird und schwerpunktmäßig an ältere Menschen gerichtet ist.

Konsumentenschutz und -information kann nicht an den nationalen Grenzen enden – wie dies etwa auch bei Online-Shopping und Reisen deutlich sichtbar wird. Der wachsende Informations- und Beratungsbedarf von KonsumentInnen zu grenzüberschreitenden Fragen wird von Institutionen wie dem Europäischen Verbraucherzentrum Österreich abgedeckt, eine gemeinsamen Einrichtung des VKI und der Europäischen Kommission, die sich sowohl EU-weit, als auch international als Vorzeigeprojekt etablieren konnte. Nichtsdestotrotz sind die gegenwärtigen und

künftigen Herausforderungen auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene nach wie vor groß. Ich blicke aber zuversichtlich auf viele weitere Jahre guter Zusammenarbeit mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des VKI – zum Wohle der Konsumentinnen und Konsumenten.

Rudolf Hundstorfer
Bundesminister für Arbeit,
Soziales und Konsumentenschutz

Ing. Franz Floss
Geschäftsführer

Foto: Wilke

Foto: Hable

Dr. Josef Kubitschek
Geschäftsführer

Vorwort der Geschäftsführung

2011 konnten wir auf 50 Jahre Verein für Konsumenteninformation (VKI) und Testmagazin KONSUMENT zurückblicken, in denen wir unser Wissen und unsere Erfahrungen für Konsumentinnen und Konsumenten eingesetzt haben. Um dies auch in Zukunft zu ermöglichen, bedarf es der Sicherstellung der Finanzierung. Ein Umstand auf den auch die VKI-Belegschaft im Rahmen unserer Jubiläumsfeier hingewiesen hatte. Wer aber finanziert den VKI?

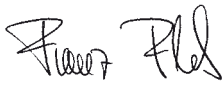
Zu einem überwiegenden Anteil sind es die Leserinnen und Leser unserer Publikationen. Fast 50 Prozent der Einnahmen stammen aus den Erlösen unser Print- und Onlinepublikationen, insbesondere jene des Testmagazins KONSUMENT. Eine wichtige Rolle spielt im Printbereich zudem eine langjährige Kooperation mit der Arbeiterkammer Tirol, die allen Tiroler Haushalten mit AK-Mitgliedern ein KONSUMENT-Abonnement finanziert. Weitere Erlöse stammen aus Aufträgen an unsere Rechtsabteilung, den Untersuchungsbereich und die VKI-Prüfstelle, aus Kostenbeiträgen für die Konsumentenberatung sowie aus Mieteinnahmen und (bescheidenen) Zinsgewinnen. Der Eigenfinanzierungsanteil liegt damit bei rund 77 Prozent. Etwa ein Viertel unseres Budgets wird durch Mitgliedsbeiträge der Sozialpartner und eine Subvention des Bundesministeriums für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz (BMASK) aufgebracht.

Rosig ist unsere finanzielle Situation derzeit nicht. Die Herausforderungen sind groß: u.a. gleich bleibende Beiträge der Mitgliedsorganisationen, ein Rückgang bei den Zeitschriftenabonnements, ein sich änderndes Medien- und Informationsverhalten von KonsumentInnen, die Erwartungshaltung kostenlos verfügbarer Inhalte im Internet, steigende Kosten und eine immer schneller und komplexer werdende Konsumwelt. Nicht zuletzt verzichten wir aus Gründen der Objektivität und Unabhängigkeit auf Werbeeinnahmen.

Umso mehr ist es ein Verdienst der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des VKI, die sich im Test- und Publikationsbereich, in der Rechtsabteilung und der Beratung für

die Information der KonsumentInnen und die Durchsetzung ihrer Rechte engagieren, dass der Leistungsumfang des VKI in den letzten Jahren nicht wesentlich eingeschränkt werden musste.

Die Erwartungen an uns sind aber wohl ebenso groß wie die Herausforderungen. Das zeigen u.a. jene Umfragen, bei denen das Marktforschungsinstitut market im Auftrag der Tageszeitung „Der Standard" erhob, welche Organisationen sich in Österreich für Gerechtigkeit einsetzen. Sowohl 2011 als auch 2012 landeten wir auf dem ersten Platz. Um diesen Erwartungen gerecht zu werden, werden wir auch weiterhin unser Bestes geben und – unter Wahrung unserer Unabhängigkeit – auf Kooperationen mit nationalen und internationalen Institutionen und Organisationen setzen. Was wir konkret für Konsumentinnen und Konsumenten im Jahr 2011 geleistet haben, darüber informieren wir Sie auf den folgenden Seiten.



Ing. Franz Floss
Geschäftsführer
ffloss@vki.at

Dr. Josef Kubitschek
Geschäftsführer
jkubitschek@vki.at

2009 1996 1979 1972 1964 1961

Konsument

Die Unbestechlichen

Seit 1961 vergleicht, ...

1961 um die Qualität von ... dariern auf dem Wiener ... markt. Das Urteil der ... Forscher: „Alle drei ... legten Proben sind als ... tauglich, aber ...

„Wir dürfen uns keine Fehler erlauben. Wenn ... Produkt bei uns ...

... die ethische Komponente von Waren untersucht – wie sind sie entstanden, haben Kinderhände mitgewirkt? „Darauf bin ich stolz", sagt Mirko Bernhard, VKI-Urgestein seit 1966.

... wieder gegeben. „Du kommst schon noch in meine Gasse", habe ein Firmeninhaber einmal gedroht, sagt Floss. Geklagt werde wenig, „weil das dann durch alle Medien gehen würde", sagt Floss, und die Angst, in der Öffentlichkeit schlecht dazustehen, sei der wichtigste Verbündete für den Verein.

50 Jahre Konsument

Ein wichtiges Stück Konsumentenschutz feiert im August/September einen runden Geburtstag.

Links: Moderatorin Daniela Soykan mit den VKI-Geschäftsführern Josef Kubitschek und Franz Floss

Entspannte Stimmung herrschte bei der Jubiläumsfeier im Wiener Stadtsaal

Bereits seit über 50 Jahren vertritt der VKI die Rechte der Konsumenten

Für das leibliche Wohl der zahlreichen Gäste sorgten kulinarische Schmankerln des Flying Buffets

EVENT

50 Jahre Konsumentenschut...

Der Verein für Konsumenteninformation lud anlässlich des 50-jährigen Bestehens in den Wiener Stadtsaal zur Jubiläumsfeier. Passend zu diesem Rahmen und dem Motto „Selbstironie statt Selbstbeweihräucherung" beleuchtete Kabarettist Thomas Mau... rer kuriose und amüsante Highlights, die bei Durchsicht historischer Konsument-Ausgaben zutage traten. www.vki.at

JUBILÄUM

50 Jahre Konsumentenschutz in Österreich

Überteuerte Heizdecken, Anlegerbetrug, mangelnde Produktqualität: **Seit 1961 werden die Konsumenten geschützt und aufgeklärt.**

Energiesparen kostet Zeit

VKI und PVÖ eng verbunden

Gute Zusammenarbeit im Sinne der KonsumentInnen zwischen VKI und Pensionistenverband – **auch personell.**

Eier auf der Waage: Damals ging es noch nicht um Käfig- oder Bodenhaltung, sondern hauptsächlich um die Frische der Nahrung.

Roaring Sixties: Der erste Test über Autowerkstätten, bei dem auch Firmennamen genannt wurden, erschien 1966. Tenor: mangelhaft.

Moderne: Bei einem der ersten Ethik-Tests wurden Bedingungen unter die Lupe genommen, unter denen Laufschuhe hergestellt werden.

Skihelme unter Druck: Die Tests werden aufwendiger und teurer. Dienstleistungen im Gesundheits- und Medizinbereich werden wichtiger.

„...ser Kapital ist die Glaubwürdigkeit"

Fotos: Martina Draper

2011 im Überblick

50 Jahre VKI/KONSUMENT

2011 feierten wir unser 50-jähriges Bestehen. Hier veröffentlichten wir u.a. in der KONSUMENT-Septemberausgabe die Jubiläumsbeilage „Jede Ausgabe ein Gewinn", die einen Rückblick auf die Erfolge des VKI der vergangenen Jahrzehnte sowie einen Überblick über 50 Jahre Testmagazin KONSUMENT bot. Vom 12. bis 16. September 2011 boten wir Konsumentinnen und Konsumenten kostenlose telefonische Beratung sowie kostenlose persönliche Beratung in unserem Beratungszentrum in der Mariahilferstraße an.

Ein weiteres Projekt war die Digitalisierung sämtlicher seit 1961 erschienenen KONSUMENT-Ausgaben. Diesen Rückblick auf die letzten 50 Jahre konnten Abonnentinnen und Abonnenten auf DVD auch als kleines Dankeschön für deren Treue kostenlos bei uns bestellen.

Nicht zuletzt organisierten wir am 10. Februar 2012 im Stadtsaal, dem ehemaligen Beratungssaal des VKI, eine offizielle Feier mit RepräsentantInnen aus Wirtschaft, Politik und Partnerorganisationen, sowie einstigen und heutigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des VKI. Hier präsentierte Kabarettist Thomas Maurer auf Grundlage historischer KONSUMENT-Ausgaben Highlights aus den letzten 50 Jahren. Die Belegschaft des VKI nahm die Jubiläumsfeier darüber hinaus zum Anlass, um auf die finanzielle Situation und zukünftige Aufgaben des VKI hinzuweisen.

Umfragesieger bei Gerechtigkeit

Die Tageszeitung „Der Standard" ließ im Mai 2011 via market-Institut erheben, welche Organisationen sich in Österreich für Gerechtigkeit einsetzen. Unter den abgefragten Institutionen erhielten wir die besten Werte – ein Resultat, das wir in einer darauffolgenden Umfrage im Februar 2012 wiederholen konnten.

Kinderwerbung im Visier

2011 starteten wir im Auftrag der Arbeiterkammer Tirol ein Projekt, das Verstöße gegen unzulässige Kinderwerbung aufzeigen und abstellen soll. 2011 brachten wir gegen zwei Supermarktketten Unterlassungsklagen ein. Hier liegt bereits ein Berufungsurteil vor, dass sich erstmals mit dem Verbot von Kinderwerbung auseinandersetzt.

Best of KONSUMENT

Im Einzelheftverkauf erzielten wir 2011 mit der Novemberausgabe (Coverthema: „Olivenöl – Wer schummelt") das beste Verkaufsergebnis. Mehr als 8.000 Exemplare wurden verkauft. Ebenfalls über dem Durchschnitt lagen die Jänner- und die Dezemberausgabe mit den Coverthemen „Diäten – Mit welchen Sie wirklich abnehmen" und „Sekt – Ein echter Knaller".

Foto: EFB Österreich/APA-Fotoservice/Preiss

EVZ – Erster Fluggastrechte-Informationstag

Am 7. Juli 2011 informierte das Europäische Verbraucherzentrum (EVZ) im Rahmen des ersten europäischen Fluggastrechte-Informationstages Flugreisende am Wiener und am Innsbrucker Flughafen über ihre Rechte bei Nichtbeförderung, Fluganullierung, Flugverspätung und Gepäckverlust. Der Fluggastrechte-Informationstag wurde vom Netzwerk der Europäischen Verbraucherzentren (ECC-Net) organisiert und fand europaweit statt.

Beratungsstatistik 2011

2011 wurden von unserem Wiener Beratungszentrum und der VKI-Landesstelle Tirol 57.408 persönliche, schriftliche und telefonische Beratungen durchgeführt. Addiert man diese mit den Beratungszahlen des Europäischen Verbraucherzentrums (6.532) und der gemeinsam mit dem Fonds Gesundes Österreich betreuten Ernährungshotline (1.152), ergibt dies für 2011 insgesamt 65.092 Beratungen.

VKI in Tirol

Einen Überblick über unsere Beratungs- und Informationstätigkeit in Tirol verschaffte sich Konsumentenschutzminister Rudolf Hundstorfer bei einem Besuch der VKI-Landesstelle in Innsbruck am 28. Oktober 2011.

Erstmals getestet

Werden Privatversicherte bei Wartezeiten auf Operationen bevorzugt? Ist Einkaufen in Deutschland billiger als in Österreich? Wie viel können sich KonsumentInnen beim Verkauf ihres Altgoldes von Juwelieren, Münzhändlern und „Fliegenden Händlern" erwarten? Diese und viele weitere Themen testeten wir 2011 erstmals, was teils sehr große Medienresonanz und rege Leserreaktionen zur Folge hatte.

VKI: ÖkoBusinessPlan-Betrieb 2011

Am 16. März 2011 wurden wir als ÖkoBusinessPlan-Betrieb des Jahres 2011 ausgezeichnet. Wiens Umweltstadträtin Ulli Sima überreichte uns die Auszeichnung im Wiener Rathaus für die Erarbeitung eines Konzepts zur Durchführung von vergleichenden Ethik-Untersuchungen in Österreich. Das erste Projekt, ein Nachhaltigkeitstest österreichischer Supermärkte, wurde in KONSUMENT 12/2011 veröffentlicht.

VKI-Fußball: Dritter Platz bei Konsumentenschützer-EM

Den dritten Platz belegten die VKI-Fußballer bei der Europameisterschaft der Verbraucherschutzorganisationen am 17. September 2011 in London. Wie im Jahr zuvor in Wien erreichten wir das kleine Finale gegen das französische Team von Que Choisir. Den EM-Titel holten sich erneut die britischen Kicker von which, die das Finale gegen die deutschen Kollegen der Stiftung Warentest für sich entschieden. Die Schweizer von k-Tipp wurden Fünfter, vor Consumentenbond aus den Niederlanden. Am 22. September 2012 geht die von uns ins Leben gerufene EM in Berlin zum mittlerweile dritten Mal über die Bühne und hat sich damit offenbar zu einer festen Größe im Terminkalender der europäischen Verbraucherschutzorganisationen entwickelt.

Fotos: VKI

Bereich Untersuchung

Foto: Wilke

„Mit unseren Tests informieren wir objektiv und unabhängig von Firmen über Eigenschaften und Kaufbedingungen von Produkten und Dienstleistungen. Damit geben wir nicht nur Konsumentinnen und Konsumenten eine Orientierungshilfe, wir beeinflussen auch das Marktgeschehen: Produkte mit weniger oder nicht zufriedenstellenden Testurteilen verschwinden oft sofort aus den Regalen, wie es 2011 etwa auch aufgrund unseres Tests zu Erdbeer- und Heidelbeerjoghurts der Fall war."

Ing. Franz Floss
Leiter des Bereichs Untersuchung

Unsere Testbilanz 2011

2011 wurden von uns 113 Tests, Reports und Markterhebungen (2010: 121) veröffentlicht, davon mehr als die Hälfte in Eigenregie. Bei sämtlichen weiteren Untersuchungen kooperierten wir mit Konsumentenorganisationen – vor allem mit der deutschen Verbraucherorganisation Stiftung Warentest und mit der gemeinsamen, internationalen Testorganisation von Verbraucherverbänden, der International Consumer Research and Testing Ltd (ICRT).

Erstmals getestet

Nachfolgend eine Auswahl an Themen, die wir 2011 erstmals untersucht haben:

Wartezeiten bei OP-Terminen. Die größte Aufmerksamkeit erzielten wir 2011 mit unserem Test zu Wartezeiten bei Operationsterminen. Dieser zeigte, dass Patientinnen und Patienten mit einer Zusatzversicherung deutlich rascher einen notwendigen Operationstermin erhalten als Kassenpatienten. Dies entfachte eine erneute öffentliche Diskussion über die Zwei-Klassen-Medizin. Zahlreiche LeserInnenreaktionen ließen uns zudem darauf schließen, dass die Versicherungsanbieter den Privatversicherten mehr in Aussicht stellen als tatsächlich gesetzlich vorgesehen ist. Diese Annahme wurde uns – bis auf wenige Ausnahmen – in einem weiteren Test bestätigt, den wir in KONSUMENT 2/2012 veröffentlichten.

Thema	Test	Report/ Markterhebung	Ausgabe
Bereich Ernährung			
Aufbackgebäck	●	○	3
Debreziner	●	○	6
Diäten	●	○	1
Eier	○	●	4/online
Erdbeerjoghurt	●	○	10
Frankfurter	●	○	5
Heidelbeerjoghurt	●	○	11
Hühner Nuggets	●	○	9
Kassabons	○	●	4
Lebensmittel-Check	○	●	3
Multivitaminsäfte	●	○	7
Olivenöl	●	○	11
Schokoosterhasen	●	○	4/online
Sekt	●	○	12
Verpackte Salate	●	○	8
Bereich Ethik			
Hotelgruppen	●	○	3
Jeanshersteller	●	○	7
Smartphone-Hersteller	●	○	2
Supermärkte	●	○	12
Bereich (Finanz-)Dienstleistungen			
Anlageberatung für Senioren	●	○	1
Auslandsüberweisungen	○	●	3
Bausparen	○	●	3
Flüge online buchen	○	●	4
Fondspolizzen	○	●	2
Geldanlage, höhere Zinsen	○	●	8
Goldverkauf	●	○	1
Goldverkauf in Tirol	●	○	12
Haushaltsversicherung-Anpassungsprobleme	○	●	2
Haushaltsversicherung-Einbruch/Diebstahl	○	●	11
Haushaltsversicherung-Schadensfall	○	●	8
Haushaltversicherungen-Wasserschäden	○	●	5
Internet-Bezahldienste	●	○	4
Investmentfonds	○	●	9
KFZ-Versicherungen	○	●	9
Kontowechsel	○	●	10
Kreditkarten	○	●	7

„Ösi-Aufschlag". In der LeserInnenpost nehmen schon seit vielen Jahren Beschwerden über die großen Preisdifferenzen zwischen Deutschland und Österreich für ein und dasselbe Produkt einen prominenten Platz ein. Unser Preisvergleich bestätigte diese Beschwerden. Die Erklärungen der Unternehmen waren wortreich, aber wenig überzeugend.

Ethiktest Supermärkte. In Zusammenarbeit mit dem Institut für Internationales Management der Universität Graz und mit finanzieller Unterstützung durch das Lebensministerium haben wir 2011 erstmals erhoben, wie nachhaltig heimische Supermärkte agieren. Die neun größten Handelskonzerne wurden eingeladen, ihre Nachhaltigkeit unter Beweis zu stellen. Fünf nahmen die Herausforderung an. Getestet wurden die Nachhaltigkeit der Sortimentspolitik, die Umwelt- und die Personalpolitik.

Goldverkauf. Sowohl in Wien als auch in Innsbruck/Umgebung erhoben wir, wie viel sich Konsumentinnen und Konsumenten tatsächlich von Ankaufsstellen für Gold und Schmuck (Juweliere, Scheideanstalten, Altwarenhändler, Bruchgoldankäufer, Münzhändler und „Fliegende Händler") erwarten können. Das Ergebnis fiel teils wenig glänzend aus. Wir fanden Preisunterschiede von mehr als der Hälfte zum Tageskurs. Die Ergebnisse zum Test Goldverkauf in Innsbruck und Umgebung stellten wir gemeinsam mit der Arbeiterkammer Tirol im Rahmen einer Pressekonferenz vor.

Einhaltung von Jugendschutzbestimmungen in Solarien. Unser Test zeigte auf, dass die Jugendschutzbestimmungen nur mangelhaft eingehalten werden. Sechs von 15 Solarien hätten im Zuge unseres Tests – trotz gesetzlichem Verbot – unserer minderjährigen Testperson Zutritt gewährt.

Wie wir testen

Recherche. Anhand von Rechercheergebnissen, VerbraucherInnenwünschen und LeserInnenbefragungen entscheiden wir, welches Produkt oder welche Dienstleistung tatsächlich getestet wird. Es ist allerdings nicht möglich, jedes Produkt oder jede Dienstleistung zu testen. Manche Tests sind zu teuer, andere wiederum besitzen für VerbraucherInnen nur eine beschränkte Aussagekraft.

Markterhebung. Sobald es grünes Licht für eine Untersuchung gibt, beginnen wir mit der Markterhebung. Wir erstellen vor Ort in Supermärkten und Fachmärkten, anhand von Studien und von Fachmedien eine Marktübersicht. Damit stellen wir sicher, dass die Auswahl der von uns zu prüfenden Produkte nicht willkürlich ist.

Thema	Test	Report/ Markterhebung	Ausgabe
Kreditzinsen	❍	●	5
Kreditzinsen	❍	●	10
Online-Ticketshops	●	❍	8
Pensionsvorsorge	❍	●	1
Pensionsvorsorge Immobilien	❍	●	5
Prämiengeförderte Zukunftsvorsorge	●	❍	6
Preisvergleich Österreich/Deutschland	❍	●	12
Privathaftpflichtversicherung	❍	●	7
Ratenkauf	❍	●	2
Sparen	❍	●	1
Sparen	❍	●	11
Tierbetreuung im Urlaub	❍	●	6
Unterjährigkeitszuschlag	❍	●	8
Wettbüros	●	❍	6
Zusatzkrankenversicherungen	❍	●	4
Bereich Gesundheit			
Einkauf in Apotheken (Alli)	●	❍	7
Fitnesscenter	●	❍	7
Internetapotheken	●	❍	4
Operationstermine	●	❍	9
Reisemedizinische Zentren	●	❍	12
Schadstoff-Information	❍	●	7
Solarien	●	❍	5
Vorsorgeuntersuchung	❍	●	2
Bereich Haushalt, Sport, Freizeit, Auto			
Aktuelle Automodelle	●	❍	9
Autonavigationsgeräte	●	❍	6/online
Crosstrainer und Laufbänder	●	❍	4
Damenski	●	❍	11
Elektrofahrräder	●	❍	8
Energiesparende Lampen	●	❍	3
Energiesparende Lampen	●	❍	10
Filterkaffeemaschinen	●	❍	12
Geschirrspüler	●	❍	6
Heizkosten	❍	●	1/online
Heizkosten	❍	●	11/online
Holzeinzelöfen	❍	●	
Küchenarmaturen	●	❍	9
Kühlschränke	●	❍	8

Einkauf. Sobald die Auswahl getroffen ist, kaufen wir die Produkte ein. Dabei verhalten wir uns wie normale Kunden, sprich: wir bleiben anonym. Das ist für die Objektivität unserer Tests von zentraler Bedeutung, denn nur so können wir Manipulationen ausschließen.

Untersuchungsdesign. In der Zwischenzeit arbeiten unsere zuständigen ProjektleiterInnen am Untersuchungsdesign. Dieses wird u.a. im Rahmen eines „Fachausschusses", an dem auch VertreterInnen der Wirtschaft teilnehmen, diskutiert und gegebenenfalls abgeändert. Danach folgt der eigentliche Test.

Test. Beim klassischen Warentest führen wir eine technische und eine praktische Prüfung durch. Beim technischen Teil testen wir in unabhängigen Labors oder im VKI-eigenen akkreditierten Prüflabor die Gebrauchsfähigkeit und die Umweltverträglichkeit der Produkte nach den jeweils festgelegten Kriterien oder bestimmen die chemische Zusammensetzung. Im Praxisteil lassen wir Laien und ExpertInnen die Testobjekte zum Beispiel hinsichtlich Bedienungs- bzw. Tragekomfort, bei Lebensmitteln auf Aussehen, Geruch, Geschmack und Konsistenz bewerten. Die Laienverkostungen finden in den Labors des VKI statt. Damit wir beurteilen können, ob ein Laie die sensorischen Fähigkeiten besitzt, um Unterschiede zwischen den einzelnen Produkten zu schmecken, führen wir vor der eigentlichen Verkostung eine Vorverkostung durch. Nur wer diese Hürde schafft, darf auch beim eigentlichen Test mitmachen.

Auswertung. Sobald alle Ergebnisse verfügbar sind, werten wir diese aus. Für die abschließende Bewertung eines getesteten Produktes oder einer untersuchten Dienstleistung vergeben wir Noten, wobei die Skala in fünf Schritten von „sehr gut" bis „nicht zufriedenstellend" reicht.

Publikation. Die Aufgabe unserer Redakteurinnen und Redakteure ist es dann, basierend auf den Prüfergebnissen, einen Artikel zu verfassen, der im Testmagazin KONSUMENT und online auf www.konsument.at veröffentlicht wird.

Begriffe aus der Testarbeit

Dienstleistungstests. Anders als bei Warentests reicht bei Dienstleistungstests der Vergleich von Produkteigenschaften oft nicht aus. Je nach Test sind womöglich auch verständliche Informationen über das (Finanz-)Produkt (z.B. Informationsbroschüren, Website), die individuelle Beratung und der Kundendienst von Bedeutung. Damit sind wir immer wieder neu vor eine Herausforderung gestellt: Welche Kriterien sind für die Konsumentinnen und Konsumenten von Bedeutung und wie kann man diese messen und bewerten?

Thema	Test	Report/ Markterhebung	Ausgabe
Maschinengeschirrspülmittel	●	○	5
Nassrassierer	●	○	2
Pulsmessgeräte	●	○	5
Rindenmulch	●	○	6
Skibrillen	●	○	1
Skigebiete	○	●	12
Solarstrom	○	●	8
Sommerreifen	●	○	3
Staubsauger	●	○	4
Steckdosenleisten	●	○	10
Stromrechnungen	●	○	4
Stromzähler	○	●	3
Wachsmalkreiden	●	○	9
Waschmaschinen	●	○	10
Wasserenthärtung	○	●	11
Wasserkocher	●	○	2
Winter- Ganzjahresreifen	●	○	10
Bereich Kosmetik			
Deos	●	○	8
Naturkosmetik Gesichtscremes	●	○	2
Slipeinlagen	●	○	4
Sonnenschutzmittel	●	○	7
Zahnpasten	●	○	6
Bereich Neue Medien			
Akkus für Digitalkameras	●	○	1
Antivirensoftware	●	○	7
Bedienbarkeit von Digitalkameras	●	○	7
Digitalkameras	●	○	1
Digitalkameras	●	○	3/online
Facebook	○	●	9
Farbdrucker	●	○	6
Handys	●	○	2
Handys	●	○	6/online
Multifunktionsdrucker	●	○	4
Notruf im Haushalt	○	●	9
Seniorenhandys	●	○	4
Soundbars	●	○	10
Spielkonsolen	●	○	5
Stromversorgung auf Reisen	○	●	7
Tablets	●	○	12
TV-Geräte	●	○	12

Zeichenerklärung: ● = ja, ○ = nein

Ethik-Tests. Immer mehr Konsumentinnen und Konsumenten erwarten von Unternehmen, dass die Produktion unter fairen Bedingungen für Mensch und Umwelt erfolgt. Im Jahr 2000 führten wir als erste Verbraucherorganisation einen Ethik-Test zu Laufschuhherstellern durch, bei dem wir die Verantwortung von Unternehmen in Hinblick auf Gesellschaft, Umwelt und Arbeitsbedingungen bewerteten. Seitdem wurden in Kooperation mit europäischen Verbraucherorganisationen zahlreiche weitere Ethiktests veröffentlicht: u.a. zu Herstellern von Digitalkameras, Handys, Jeans, Kaffee, Spielzeug, Staubsaugern und Waschmaschinen.

Kurztests. Hier nehmen wir häufig jene Produkte unter die Lupe, die bei Lebensmitteldiskontern für einen begrenzten Zeitraum angeboten werden. Dabei wählen wir Produkte aus Warengruppen aus, die bereits in der Vergangenheit getestet wurden. Meist prüfen wir nur maßgebliche Einzelaspekte wie etwa die Gebrauchstauglichkeit, um die Ergebnisse innerhalb kürzester Zeit auf www.konsument.at veröffentlicht zu können.

Markt- und Preisübersicht. Nicht immer ist es sinnvoll, unzählige einzelne Produkte zu testen. Manchmal ist es aussagekräftiger, einen Überblick über das Warenangebot zu geben. Das ist etwa der Fall, wenn die Qualitätsunterschiede erfahrungsgemäß sehr gering sind oder der Preis und die Ausstattung eng miteinander korrelieren.

Systemtests. Oft gibt es innerhalb einer Produktgruppe verschiedene Systemlösungen. Wir untersuchen dann typische Produkte dieser unterschiedlichen Systeme (etwa mobile und standortgebundene Breitbandzugänge) und informieren über deren jeweilige Vor- und Nachteile.

VKI-Prüfstelle

Die VKI-Prüfstelle ist ein Auftragslabor, das seit dem 1. August 1999 nach der ÖNORM EN ISO/IEC 17025 akkreditiert ist. Arbeitsschwerpunkte sind Untersuchungen von Lebensmitteln tierischer und pflanzlicher Herkunft, Spielzeug, Sonnenbrillen sowie akustische Messungen. Unsere Stärken sind das breite Know-how sowie die langjährige Erfahrung in der Bewertung von Produkten. Ein Qualitätsmanagementsystem sichert Präzision, Richtigkeit und Nachvollziehbarkeit der Prüfergebnisse. Das relativ kleine Team (ChemikerInnen, Elektro- und NachrichtentechnikerInnen, ErnährungswissenschafterInnen) ermöglicht eine flexible, kundenorientierte Arbeitsweise. Dabei wird bis hin zur Beratung in technischen oder lebensmittelrechtlichen Fragen ein umfangreicher Service über die eigentlichen Untersuchungen hinaus geboten. Das detaillierte Leistungsverzeichnis der VKI-Prüfstelle ist auf www.konsument.at verfügbar.

Fotos: VKI

Bereich Publikation

Foto: Wilke

„2011 konnten wir auf 50 Jahre Testmagazin KONSUMENT zurückblicken. Von 1961 bis 2011 wurden in 550 KONSUMENT-Ausgaben tausende Tests und zigtausende Testurteile veröffentlicht und damit eine große Bandbreite an Themen abgedeckt. Diesen Erfolg verdanken wir in erster Linie unseren treuen Abonnentinnen und Abonnenten. Mit der zunehmenden Bedeutung des Internets liegen große Herausforderungen vor uns."

Gerhard Früholz
Chefredakteur KONSUMENT und Bereichsleiter Publikation

50 Jahre Testmagazin KONSUMENT

Mit der Jubiläumsbeilage „Jede Ausgabe ein Gewinn", die in der KONSUMENT-Septemberausgabe veröffentlicht wurde, boten wir einen Einblick in unsere bisherige Arbeit. Der Bogen war thematisch weit gespannt: von den Anfängen in den 1960er-Jahren, als in österreichischen Haushalten die ersten TV-Geräte angeschafft wurden, bis in das gar nicht mehr so neue Jahrtausend mit den dramatischen Veränderungen durch die Verbreitung des Internets. Abonnentinnen und Abonnenten, die beim Blättern in dieser Jubiläumsbeilage „Lust auf mehr" verspürten, boten wir zusätzlich ein kleines Dankeschön für deren Treue: eine kostenlos erhältliche DVD mit allen bisher erschienenen Heften als PDF, von der ersten Ausgabe im September 1961 bis zum September-Heft 2011.

Sanfter Relaunch

2011 wurde das Erscheinungsbild sanft überarbeitet. Ab der KONSUMENT-Aprilausgabe verbannten wir die kleinsten Schriften aus dem Heft und verbesserten die generelle Lesbarkeit von Text und Tabellen. Auch inhaltlich boten wir unseren Leserinnen und Lesern Neuerungen: Die auf www.konsument.at beliebten Rubriken „Computertipps" und „Lebensmittelcheck" sind nun auch im Heft zu finden. Die Reaktionen auf den KONSUMENT-Relaunch in der April-Ausgabe waren zahlreich und überwiegend positiv. Eine von uns durchgeführte LeserInnenbefragung zeigte, dass 90 Prozent „zufrieden" bzw. „sehr zufrieden" mit den Neuerungen sind.

Leichter Rückgang bei Abonnements

KONSUMENT ist die bedeutendste Einnahmequelle des VKI. Mit Stand Ende Dezember 2011 zählten wir rund 58.000 Abonnentinnen und Abonnenten und damit um drei Prozent weniger als im Vergleich zum Vorjahr. Diese Entwicklung deckt sich mit jener von vergleichbaren internationalen Konsumentenorganisationen. Im Einzel-

KONSUMENT-Mediadaten

Verlag und Redaktion	Verein für Konsumenteninformation, Linke Wienzeile 18, 1060 Wien
Erscheinen	monatlich
Preis	€ 4,50, Abo € 48,00
Umfang	52 Seiten
Auflage	zirka 80.000
Seitenpreis	inseratenfrei

Unsere Kooperationen im Überblick

Arbeiterkammer Tirol. Im Zuge unserer Kooperation mit der AK Tirol erhalten in Tirol sämtliche Haushalte von AK-Mitgliedern das Testmagazin KONSUMENT – ergänzt um Informationen zu aktuellen Veranstaltungen und Serviceangeboten der AK Tirol.

Arbeiterkammer Oberösterreich. Die Kooperationsvereinbarung mit der Arbeiterkammer Oberösterreich umfasst die Überlassung der Nutzungsrechte für einen Test pro Ausgabe, der auf der Website der AK Oberösterreich abrufbar ist.

Europäisches Verbraucherzentrum (EVZ). In Zusammenarbeit mit unseren Kolleginnen und Kollegen vom Europäischen Verbraucherzentrum produzierten wir 2011 Informationsfolder zu den Themen „Urheberrecht" und „Kaufen und Verkaufen im Internet".

geizhals.at. Wir stellen Usern, die über die Preisvergleichsplattform Geizhals auf www.konsument.at gelangen, die Testergebnisse in gekürzter Form kostenlos zur Verfügung.

klima:aktiv. In der KONSUMENT-Ausgabe 11/2011 erschien in Kooperation mit klima:aktiv, der Klimaschutzinitiative des Lebensministeriums, eine zwölfseitige Beilage zum Thema „Neue Kennzeichnung: Energiesündern auf der Spur". Zielsetzung dieses Projektes war es, die Konsumentinnen und Konsumenten mit den neuen Energielabels vertraut zu machen und mit konkreten Spartipps einen Beitrag zum bewussten Umgang mit Energie zu leisten. Die fachliche Beratung erfolgte durch klima:aktiv und die Austrian Energy Agency.

Stadt Wien. „Bewusst einkaufen – Lebensmittel unter Kontrolle" ist der Titel einer Spezialausgabe von KONSUMENT, die 2011 in Kooperation mit der Stadt Wien entstand. Das KONSUMENT Spezial erläutert die wichtigsten Gütezeichen im Lebensmittelbereich und gewährt einen Blick hinter die Kulissen der Lebensmittelproduktion und der Lebensmittelkontrolle.

Foto: VKI

heftverkauf wurden 2011 über 58.000 Exemplare des Testmagazins abgesetzt. Das beste Ergebnis erzielte das November-Heft mit dem Coverthema „Olivenöl – Wer schummelt" mit über 8.211 verkauften Exemplaren. Ebenfalls über dem Durchschnitt lagen die Jänner- und die Dezemberausgabe mit den Coverthemen „Diäten – Mit welchen Sie wirklich abnehmen" und „Sekt – Ein echter Knaller".

Über KONSUMENT

Das Testmagazin KONSUMENT erschien erstmals im September 1961 und ist im Printbereich das wichtigste Sprachrohr des Vereins für Konsumenteninformation. Hier informieren wir Monat für Monat branchenübergreifend über das Angebot und die Qualität von Produkten und Dienstleistungen sowie über verbraucherrechtliche Belange. Mindestens sechs Tests und zahlreiche Reports werden in jeder KONSUMENT-Ausgabe veröffentlicht. Um unsere Unabhängigkeit zu garantieren, ist KONSUMENT inseratenfrei. Damit nimmt KONSUMENT in der österreichischen Presselandschaft eine Sonderstellung ein und entspricht zugleich internationalen Standards seriöser Verbrauchermagazine.
Wie kommen wir zu unseren Themen? Das Grundgerüst besteht aus den wichtigsten Anschaffungen von KonsumentInnen. Themen aus den Bereichen Unterhaltungselektronik, Haushalt, Computer, Sport und Freizeit, Auto, Versicherungen, Finanzprodukte und -dienstleistungen werden regelmäßig aufgegriffen und aktualisiert. Darüber hinaus werten wir LeserInnenwünsche systematisch aus und lassen diese in die aktuelle Planung einfließen. Manche Themen greifen wir auf, weil sie aufgrund aktueller Entwicklungen „in der Luft liegen".

KONSUMENT-Bücher

Manche Themen würden den Umfang von KONSUMENT sprengen. Deshalb geben wir auch Bücher zu Schwerpunktthemen heraus. Hier ist die größte Herausforderung, teils sehr komplexe Themen auf der Basis von ExpertInnenwissen verständlich aufzubereiten. Der Großteil der KONSUMENT-Sonderpublikationen wird über unseren eigenen Vertrieb abgesetzt. Unsere Bücher sind auch im Buchhandel und in gut sortierten Trafiken erhältlich.
2011 wurden zehn Bücher veröffentlicht – darunter vier aktualisierte Neubearbeitungen von erfolgreichen Titeln: „Küchen planen & einrichten", „Ich hole mir mein Recht!", „Mein neuer PC" und „Wohnen im Eigentum". Damit hatten wir 2011 insgesamt 64 Titel im Verlagsangebot. Dieses stellten wir vom 10. bis 13. November 2011 auch im Rahmen der Internationalen Buchmesse in Wien vor.

Unsere Buchveröffentlichungen 2011

Achtung, Finanzfalle!

Das KONSUMENT-Buch „Achtung, Finanzfalle!" gibt Einblick in die Verkaufsmethoden der Finanzbranche. Auch Informationen zu kleinen Fallstricken, die SparerInnen Rendite kosten, kommen nicht zu kurz.

50 Jahre 1961–2011
Konsument
Jede Ausgabe ein Gewinn

Achtung, Finanzfalle!
Küchen planen & einrichten
Pubertät
Genossenschaftswohnungen
Fotografieren statt knipsen
Ich hole mir mein Recht!
Mein großer Rechts-Berater
Wohnen im Eigentum
Ihr Recht im Internet
Mein neuer PC

Fotografieren statt knipsen
Noch nie wurde so viel fotografiert wie heute, doch die Masse an Fotos schafft auch Überdruss. Das KONSUMENT-Buch „Fotografieren statt knipsen" soll anhand vieler Beispiele Lust darauf machen, die eigene Kreativität zu entdecken und das Thema Fotografie mit anderen Augen zu sehen. Dieses Buch wurde zu einem der erfolgreichsten Titel in unserem Verlagsangebot.

Genossenschaftswohnungen
Im KONSUMENT-Buch „Genossenschaftswohnungen" informieren wir über die Rahmenbedingungen von Wohnungsangeboten gemeinnütziger Bauvereinigungen, Rechte und Pflichten der MieterInnen, die Beendigung des Mietverhältnisses sowie die Möglichkeiten des käuflichen Erwerbs.

Ich hole mir mein Recht! 2. Auflage
Die moderne Rechtsordnung ist komplex, Prozesse sind meist langwierig und teuer. Wer gut informiert ist, kann sich besser helfen. In „Ich hole mir mein Recht!" beschreiben wir, was KlägerInnen beim Anwalt und vor Gericht erwartet und verraten, was man beachten sollte, falls man selbst einmal geklagt wird.

Ihr Recht im Internet
Welches rechtliche Grundwissen man als Internet-User haben sollte, zeigen wir mit diesem KONSUMENT-Buch. Hier behandeln wir nicht nur die Rechte von KonsumentInnen, sondern auch deren Pflichten. Denn nur zu schnell kann es passieren, dass man – etwa beim Verkauf auf eBay – die Rechte anderer verletzt und dann aus heiterem Himmel mit Forderungen konfrontiert wird.

Küchen planen & einrichten, 3. Auflage
Bei sorgfältiger Planung kann selbst auf kleinstem Raum ein optimal nutzbarer Arbeits- und Wohnbereich entstehen. Wie, das zeigen wir mit diesem KONSUMENT-Buch, das in der mittlerweile dritten Auflage erschienen ist.

Mein großer Rechts-Berater, 4. Auflage (Vertriebskooperation mit LINDE)
Ohne juristisches Fachchinesisch informiert die aktualisierte 4. Auflage von „Mein großer Rechts-Berater" zu traditionellen Rechtsproblemen u.a. in den Bereichen Arbeit, Ehe und Scheidung, Mietrecht und Telekommunikation sowie zu Streitsachen in neueren Bereichen wie Online-Shopping und medizinisch unterstützte Fortpflanzung.

Mein neuer PC
Unser KONSUMENT-Buch hilft bei der Entscheidung für den passenden PC und erklärt die ersten Schritte – von der Inbetriebnahme über das Einrichten der Internetverbindung bis hin zur Installation der wichtigsten kostenlosen Software.

Pubertät
Das KONSUMENT-Buch „Pubertät" zeigt anhand von Erfahrungsberichten von Jugendlichen und Eltern, wie andere diese oft stürmische Zeit überstehen. Expert-

Die Top 10 im Jahr 2011 (Stückzahlen im Eigenvertrieb)

1.	Fotografieren statt knipsen	1.603
2.	Wenn Nachbarn nerven	1.144
3.	Ihr Recht im Internet	1.048
4.	Wohnen im Eigentum	1.045
5.	Küchen planen & einrichten	829
6.	Mein neuer PC	785
7.	Private Pensionsvorsorge	715
8.	Pubertät	575
9.	Zähne	545
10.	Das Beste aus dem Internet	504

Fotos: VKI

BUCH WIEN November 2011

KONSUMENT präsentierte sich dieses Jahr wieder auf der BUCH WIEN. Im Gespräch mit KONSUMENT-Autor Gernot Schönfeldinger stellte Chefredakteur Gerhard Früholz (links) aktuelle Bücher aus dem Verlagsprogramm vor.

Innen geben Anregungen und wissenschaftliche Erkenntnisse bieten einen neuen Blickwinkel auf Geschehnisse, denen Eltern mitunter fassungslos gegenüberstehen.

Wohnen im Eigentum, 5. Auflage

Der KONSUMENT-Klassiker „Wohnen im Eigentum" begleitet zukünftige Eigenheimbesitzer auf dem langen Weg von der ersten Besichtigung bis zur Begründung des Eigentums und gibt Tipps, damit man letztlich nicht draufzahlt.

Onlineportal für KonsumentInnen – www.konsument.at

Die meisten Zugriffe verzeichneten wir 2011 bei den regelmäßig aktualisierten Übersichten von Sparformen und Sparzinsen (www.konsument.at/sparzinsen). Sehr gefragt ist auch das Thema Gewährleistung und Garantie. Zu der – neben „Computertipps" – meist gelesenen Rubrik zählt der „Lebensmittelcheck": Hier zeigen wir Schein und Sein in der Lebensmittelindustrie auf. Woche für Woche präsentieren wir ausgewählte Lebensmittel, deren Aufmachung größere Erwartung weckt, als das Produkt tatsächlich erfüllt. Neu hinzu kam 2011 die Rubrik „Bare Münze". Hier analysieren wir aktuelle Geld- und Versicherungsprodukte – von der Lebensversicherung mit Inflationsschutz bis hin zur Investition in Baumplantagen.
Einen besonderen Service erhalten User, die über die Preisvergleichsplattform www.geizhals.at auf www.konsument.at gelangen. In diesem Fall geben wir einen Kurzüberblick über die wichtigsten – im Normalfall kostenpflichtigen – Testergebnisse von Produkten.

2,2 Millionen Visits

Die Anzahl der Visits (= Besuche) lag 2011 mit 2,2 Millionen nahezu auf dem Vorjahresniveau, was einem Tagesschnitt von rund 6.000 BesucherInnen entspricht. Nahezu parallel verlief die Entwicklung der „unique users" (= einzelner Nutzer) und die Zahl der „page impressions" (= Seitenaufrufe). Die monatlichen Zugriffe lagen zwischen rund 145.000 (im April) und 233.000 (im Oktober). Dabei sind die hohen Zugriffszahlen im Oktober großteils auf den „Tag der offenen Tür" und den veröffentlichten Test zu Olivenöl zurückzuführen. Im Rahmen des „Tages der offenen Tür" boten wir Konsumentinnen und Konsumenten 24 Stunden lang freien Zugang zu sämtlichen Inhalten auf www.konsument.at.
Um kostenpflichtige Inhalte lesen zu können, stehen Konsumentinnen und Konsumenten drei Möglichkeiten zur Verfügung: Zum einen via KONSUMENT-Print-Abonnement, bei dem automatisch der Onlinezugang inkludiert ist (jährlich € 48,-); zum anderen via Online-Abonnement für jährlich € 25,- oder via Tageskarte für fünf Euro. Ende 2011 wurden 8.786 Online-Abonnements gezählt. Im gesamten Jahr 2011 wurden 1.356 Tageskarten in Anspruch genommen.

FAQ

Warum setzt konsument.at auf Paid Content? Qualitätsgesicherte Tests sind teuer. Unsere Untersuchungen werden im Wesentlichen von den KONSUMENT-AbonnentInnen finanziert. Diese Informationen online zu verschenken wäre gegenüber unseren Print-AbonnentInnen unfair. Aber: Es gibt viele kostenlose (Basis-)Informationen und Services für alle Konsumentinnen und Konsumenten und mit einem KONSUMENT-Abonnement sind alle Informationen auch online verfügbar.

Warum können nur angemeldete User in die Foren und schreiben? Wir möchten Missbrauch möglichst ausschließen. Zudem sind uns dauerhafte Kontakte mit unseren Abonnentinnen und Abonnenten wichtig.

Warum gibt es so viele ältere Beiträge auf konsument.at? Auch in älteren Beiträgen steckt viel Information. In diesen nachzulesen empfiehlt sich besonders dann, wenn man zu einem geringeren Preis etwa mit einem älteren Modell vorlieb nimmt. Außerdem lässt sich durch die Kombination von aktuellen und älteren Beiträgen die Entwicklung eines Produktes oder eines Dienstleistungsbereiches nachvollziehen.

Warum gibt es Testberichte nicht einzeln zu kaufen? Hilfreiche Informationen stecken nicht nur in den aktuellen Tests, sondern auch in anderen Beiträgen zum gleichen Thema. Eine Tageskarte oder ein Online-Abonnement bieten einen wesentlich breiteren Überblick über ein oder mehrere Produkte. Dadurch stehen den Usern mehr Informationen zur Verfügung und auch das Preis-Leistungsverhältnis ist dadurch für unsere KundInnen besser.

So entsteht das Testmagazin KONSUMENT

Sechs Wochen vor Erscheinungstermin. Der Countdown läuft. Die Heftplanung beginnt im Detail. Basierend auf der Jahresplanung werden die Themen festgelegt. Zudem wird entschieden, welches Thema Titelthema wird.

Fünf Wochen vor Erscheinungstermin. Der Großteil der Testergebnisse liegt vor. Die RedakteurInnen beginnen mit dem Verfassen der Artikel. Im Grafikerbriefing werden Seitenablauf, Fotos und Illustrationen besprochen.

Vier Wochen vor Erscheinungstermin. Die ersten Manuskripte sind fertig. Der Seitenplan steht fest. Im Grafikerbriefing werden Platzierung und Fotos geplant. Nun entscheidet sich, ob alle Themen termingerecht fertig werden. Ersatzthemen sind für den Notfall in Vorbereitung. In der Titelkonferenz werden die Überschriften festgelegt.

Drei Wochen vor Erscheinungstermin. Die RedakteurInnen stellen die letzten Manuskripte fertig. Der Feinschliff an den Testtabellen erfolgt. Das Editorial, die Rubriken und die Vorschau sind die letzten Texte, die fixiert werden, um möglichst aktuell in Produktion gehen zu können. Die Redaktion erhält Ausdrucke des Heftes zur Korrektur.

Zwei Wochen vor Erscheinungstermin. Aus den Covervorschlägen wird der endgültige Titel ausgewählt, das Inhaltsverzeichnis entsteht, die Auflage wird festgelegt. Noch einmal gibt es eine Kontrolle, ob Tabellen und Texte stimmig sind. Parallel dazu erfolgt eine letzte Korrektur auf Satz- und Rechtschreibfehler.

Zehn Tage vor Erscheinungstermin. Die Farbausdrucke gehen nochmals zur Endkontrolle an die Redaktion. Hier gibt es zum letzten Mal die Möglichkeit für Änderungen, dann heißt es: „Freigabe!". Die Texte wurden bis zu diesem Zeitpunkt bis zu siebenmal kontrolliert. Die Online-Redaktion bereitet anhand der Heftdateien die Online-Ausgabe vor.

Eine Woche vor Erscheinungstermin. Auch die Medienarbeit für das Heft geht nun ins Finish: Die Presseausendungen und gegebenenfalls eine Pressekonferenz befinden sich in Vorbereitung. Interviews und Medienkooperationen sind zu organisieren. Sperrfristen für die Medien werden festgelegt und mit der Redaktion abgestimmt.

Erscheinungstermin. Das Heft erscheint üblicherweise am letzten Donnerstag im Monat und ist im Einzelhandel erhältlich. AbonnentInnen erhalten dieses per Post zugestellt. Medienanfragen und die ersten Leserreaktionen auf das neue Heft dominieren das Geschehen. Und mittlerweile haben schon längst die Vorbereitungen für das nächste Heft begonnen.

Foto: VKI

Bereich Recht

Foto: Wilke

„Konsumentinnen und Konsumenten haben auf dem Papier oft bedeutend mehr Rechte, als sie in der Praxis gegenüber Unternehmen durchsetzen können. Hier können wir mit Musterprozessen, Verbandsklagen und Sammelklagen korrigierend eingreifen bzw. dazu beitragen, dass rechtliche Regelungen mit Leben gefüllt werden. Besonders erfreulich war für uns, dass wir 2011 erstmals ein Urteil zu einem Rechtsgebiet erwirken konnten, in dem bislang jegliche Rechtsprechung fehlte: das Verbot von Kinderwerbung."

Dr. Peter Kolba
Leiter Bereich Recht

Themen 2011

AWD war 2011 jenes Thema, das in den Medien die größte Resonanz fand. Sämtliche Sammelklagen gegen AWD wurden mittlerweile für zulässig erklärt. Dennoch wird sich die inhaltliche Befassung der Gerichte zum Vorwurf der „systematischen Fehlberatung" bis zumindest 2013 verzögern. Denn AWD setzt weiter auf Zeit und lässt eine weitere Vorfrage zur Prozessführung durch den Obersten Gerichtshof klären. Während sich die Gerichte bei den zivilrechtlichen Sammelklagen seit Jahren mit den Einwendungen des AWD befassen und noch kein Geschädigter zur behaupteten Fehlberatung vernommen werden konnte, läuft seit 2011 bei der Staatsanwaltschaft für Korruption und Wirtschaftsdelikte gegen den AWD auch ein strafrechtliches Ermittlungsverfahren. Rund 2.300 vom VKI vertretene Geschädigte haben sich diesem Verfahren als Privatbeteiligte angeschlossen.
Weiters zeigten sich die Medien 2011 insbesondere an folgenden Themen interessiert: AvW, Erlagscheinentgelte, Fremdwährungskredite sowie an unseren Klagen gegen aggressive Alkoholwerbung bei Maturareisen. Im Fall der Maturareisen klagten wir 2011 im Auftrag des Konsumentenschutzministeriums die beiden größten Anbieter, die in ihrer Werbung hemmungslosen Alkoholgenuss hervorstrichen. Anfang 2012 konnten wir uns mit beiden Anbietern darauf einigen, dass diese ab Herbst 2012 bei der Bewerbung ihrer Maturareisen auf aggressive Alkoholwerbung verzichten.

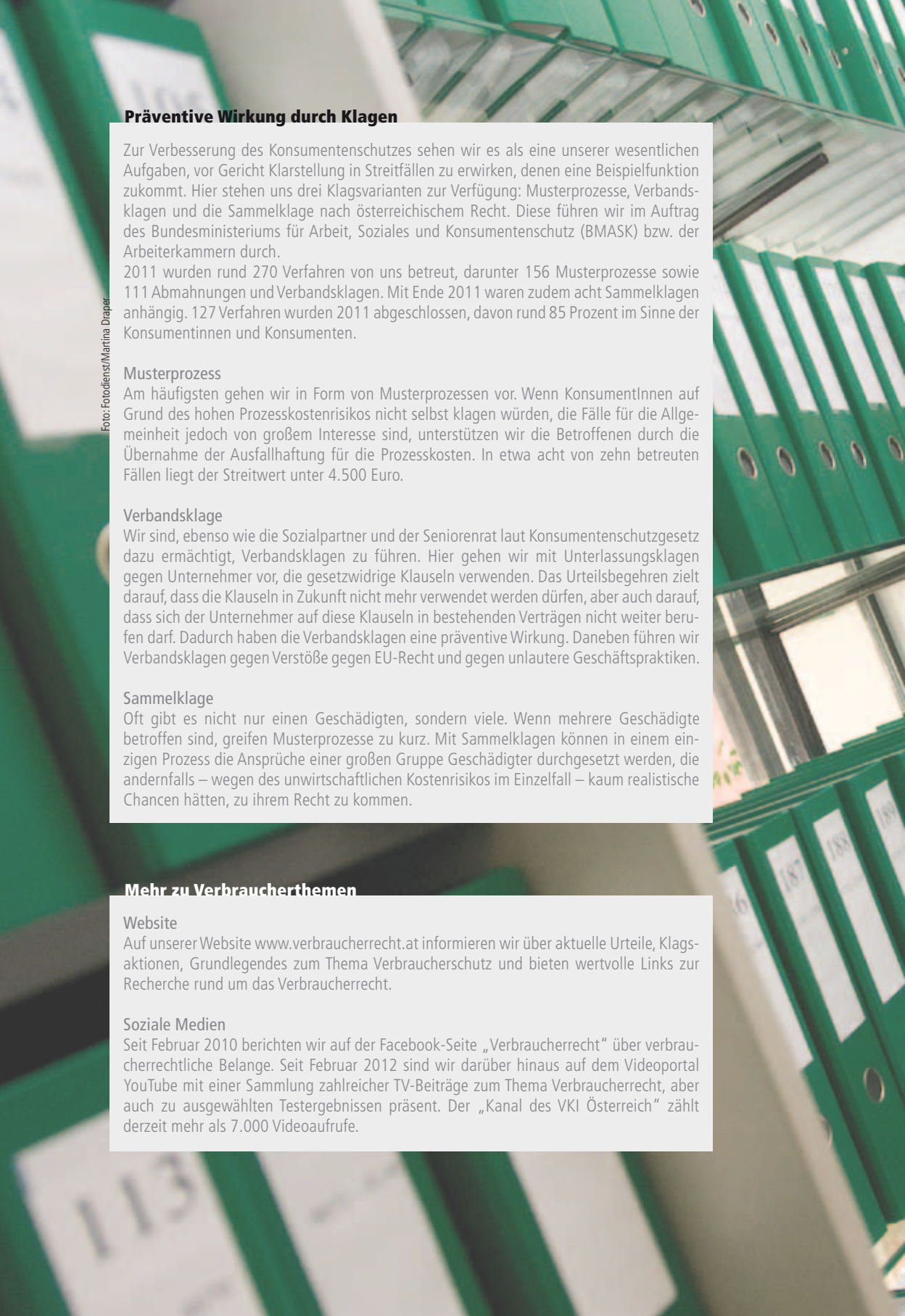


Foto: Fotodienst/Martina Draper

Präventive Wirkung durch Klagen

Zur Verbesserung des Konsumentenschutzes sehen wir es als eine unserer wesentlichen Aufgaben, vor Gericht Klarstellung in Streitfällen zu erwirken, denen eine Beispielfunktion zukommt. Hier stehen uns drei Klagsvarianten zur Verfügung: Musterprozesse, Verbandsklagen und die Sammelklage nach österreichischem Recht. Diese führen wir im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz (BMASK) bzw. der Arbeiterkammern durch.
2011 wurden rund 270 Verfahren von uns betreut, darunter 156 Musterprozesse sowie 111 Abmahnungen und Verbandsklagen. Mit Ende 2011 waren zudem acht Sammelklagen anhängig. 127 Verfahren wurden 2011 abgeschlossen, davon rund 85 Prozent im Sinne der Konsumentinnen und Konsumenten.

Musterprozess

Am häufigsten gehen wir in Form von Musterprozessen vor. Wenn KonsumentInnen auf Grund des hohen Prozesskostenrisikos nicht selbst klagen würden, die Fälle für die Allgemeinheit jedoch von großem Interesse sind, unterstützen wir die Betroffenen durch die Übernahme der Ausfallhaftung für die Prozesskosten. In etwa acht von zehn betreuten Fällen liegt der Streitwert unter 4.500 Euro.

Verbandsklage

Wir sind, ebenso wie die Sozialpartner und der Seniorenrat laut Konsumentenschutzgesetz dazu ermächtigt, Verbandsklagen zu führen. Hier gehen wir mit Unterlassungsklagen gegen Unternehmer vor, die gesetzwidrige Klauseln verwenden. Das Urteilsbegehren zielt darauf, dass die Klauseln in Zukunft nicht mehr verwendet werden dürfen, aber auch darauf, dass sich der Unternehmer auf diese Klauseln in bestehenden Verträgen nicht weiter berufen darf. Dadurch haben die Verbandsklagen eine präventive Wirkung. Daneben führen wir Verbandsklagen gegen Verstöße gegen EU-Recht und gegen unlautere Geschäftspraktiken.

Sammelklage

Oft gibt es nicht nur einen Geschädigten, sondern viele. Wenn mehrere Geschädigte betroffen sind, greifen Musterprozesse zu kurz. Mit Sammelklagen können in einem einzigen Prozess die Ansprüche einer großen Gruppe Geschädigter durchgesetzt werden, die andernfalls – wegen des unwirtschaftlichen Kostenrisikos im Einzelfall – kaum realistische Chancen hätten, zu ihrem Recht zu kommen.

Mehr zu Verbraucherthemen

Website

Auf unserer Website www.verbraucherrecht.at informieren wir über aktuelle Urteile, Klagsaktionen, Grundlegendes zum Thema Verbraucherschutz und bieten wertvolle Links zur Recherche rund um das Verbraucherrecht.

Soziale Medien

Seit Februar 2010 berichten wir auf der Facebook-Seite „Verbraucherrecht" über verbraucherrechtliche Belange. Seit Februar 2012 sind wir darüber hinaus auf dem Videoportal YouTube mit einer Sammlung zahlreicher TV-Beiträge zum Thema Verbraucherrecht, aber auch zu ausgewählten Testergebnissen präsent. Der „Kanal des VKI Österreich" zählt derzeit mehr als 7.000 Videoaufrufe.

Kinderwerbung im Visier

Besonderes Augenmerk legten wir 2011 auf das Thema Kinderwerbung. Die „direkte Aufforderungen an Kinder" in der Werbung, die beworbenen Produkte zu kaufen, ist zwar aufgrund des Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) verboten. Dennoch scheinen Unternehmen verstärkt die Zielgruppe „Kind" zu bewerben – sei das nun mit Kinderzeitschriften mit Spielzeugbeigaben, kindgerecht aufbereitete Verpackungen von Cornflakes, Süßigkeiten und Getränken, etc. Was genau unter dem Begriff „direkte Aufforderung" zu verstehen ist, war lange unklar und nicht ausjudiziert. Deshalb starteten wir 2011 im Auftrag der Arbeiterkammer Tirol ein Projekt, das Verstöße gegen unzulässige Kinderwerbung aufzeigen und abstellen soll. Hier riefen wir u.a. auch Konsumentinnen und Konsumenten dazu auf, uns ihre Beobachtungen, persönlichen Erfahrungen oder besonders fragwürdige Werbepraktiken, die sich an Kinder richten, zu melden.

2011 brachten wir gegen zwei Supermarktketten Unterlassungsklagen ein, da die Unternehmen im Rahmen einer Sammelstickeraktion Kinder zum Kauf der Stickeralben und von Stickern aufgefordert hatten. In einem Verfahren beanstandeten wir weiters die Praxis, mittels Sammelaktionen, die sich an Kinder richten, auch die Eltern zum verstärkten Einkauf bei diesem Supermarkt zu bewegen. Mittlerweile liegt ein Berufungsurteil des Oberlandesgerichts Linz vor, das sich erstmals mit dem Verbot von Kinderwerbung auseinandersetzt. Damit wurde ein wichtiges, neues Kapitel für Konsumentenschutz in der Praxis eröffnet: der Schutz der Kinder vor aggressiver Werbung.

Foto: Petignat

Bereich Beratung

Foto: VKI

„In vielen Bereichen, speziell beim Bauen, Wohnen und Finanzieren geht es für Konsumentinnen und Konsumenten meist um viel Geld und um langfristige Entscheidungen. Erfreulicherweise informieren sich immer mehr VerbraucherInnen bereits vor einer Kaufentscheidung oder der Beauftragung einer Dienstleistung bei uns. Viele kommen aber erst dann zu uns, wenn bereits Probleme aufgetreten sind. Hier geben wir mit unserem umfassenden Beratungsangebot Hilfestellung und oft lässt sich bereits mit einfachen Maßnahmen viel bewirken."

Dipl.-Ing. Renate Wagner
Leiterin des Bereichs Beratung

Beratungsstatistik 2011

2011 wurden von unserem Wiener Beratungszentrum und der VKI-Landesstelle Tirol 57.408 persönliche, schriftliche und telefonische Beratungen durchgeführt. Addiert man diese mit den Beratungszahlen des Europäischen Verbraucherzentrums (6.532) und der gemeinsam mit dem Fonds Gesundes Österreich betreuten Ernährungshotline (1.152), ergibt dies für 2011 insgesamt 65.092 Beratungen.
Die häufigsten Anfragen im Wiener Beratungszentrum (Mariahilfer Straße 81) betrafen Fragen zu allgemeinem Konsumentenrecht (Gewährleistung, Garantie, etc.), Mietrecht und Wohnungseigentumsrecht sowie Fragen zu Finanzdienstleistungen, Reisen und Telekommunikation. Anlässlich unseres 50-jährigen Jubiläums boten wir Konsumentinnen und Konsumenten vom 12. bis 16. September 2011 auch kostenlose Beratung. Nachfolgend ein Überblick zu den KonsumentInnenberatungen des Beratungszentrums in Wien:

Telefonische Beratungen

Bei unserer Erstanlaufstelle, dem Infoservice, können sich Konsumentinnen und Konsumenten unter der Nummer 01/ 588 770 über unsere Serviceangebote informieren, Termine für persönliche Beratungsgespräche vereinbaren. Darüber hinaus geben wir via Infoservice auch Auskünfte zu einfach zu beantwortenden Konsumentenanfragen – etwa zu Werbeaufkleber, Gewinnreisen oder dem passenden Mietvertragsformular. Letzteres war 2011 15.342 Mal der Fall.
Bei komplexeren Fragestellungen empfehlen wir telefonische oder persönliche Beratung durch unsere ExpertInnen. 2011 zählten wir rund 20.493 Kontakte bei unseren kostenpflichten Hotlines zu den Themenbereichen Konsumentenrecht, Bauen,

Foto: VKI

Unser Beratungsangebot im Überblick

Infoservice (Tel 01 588 770). Neben der Bestellhotline ist das Infoservice die Erstanlaufstelle für alle telefonischen Anfragen. Hier geben wir von Montag bis Freitag (9 – 16 Uhr) eine erste Auskunft.

ExpertInnenhotlines. Bei komplexeren Fragstellungen können sich Konsumentinnen und Konsumenten an unsere ExpertInnenhotlines wenden. Diese sind kostenpflichtig, da unsere Arbeit anders nicht zu finanzieren wäre. Erreichbarkeit: Mo – Fr, 9 – 15 Uhr.

- Konsumententelefon (Tel. 0900 310 015, max. 0,82 Euro/Minute)
- Bauen, Wohnen, Finanzieren (Tel. 0900 410 015, max. 1,36 Euro/Minute)
- Ernährungshotline (Tel. 0810 810 227, max. 0,0676 Euro/Minute).
- Europa-Hotline des Europäischen Verbraucherzentrums (Tel. 0810 810 225, max. 0,0676 Euro/Minute)

Persönliche Beratung. Beratung zu einfachen Problemstellungen aus den Bereichen Konsumenten- und Wohnrecht, Bauen und Energie bieten wir kostenlos und ohne Terminvereinbarung in unserem Beratungszentrum in der Mariahilfer Straße 81, 1060 Wien (Mo – Fr, 10 – 15 Uhr). Bei komplexeren Problemen vereinbaren wir ein kostenpflichtigen Termin mit unseren ExpertInnen (Kostenbeitrag: 15 Euro).

Interventionstätigkeit. Wenn Betroffenen angesichts des Prozesskostenrisikos eine gerichtliche Auseinandersetzung nicht anzuraten ist, bemühen wir uns um eine außergerichtliche Lösung. Wir erledigen auf Wunsch auch die Beschwerde-Korrespondenz im Namen der Betroffenen (Kostenbeitrag: 15 Euro).

Vorträge. Wir bieten Vorträge für Schülerinnen und Schüler im Alter von 14 bis 18 Jahre (Kosten: 70 Euro). Darüber hinaus bieten wir im Auftrag des Kuratoriums der Wiener Pensionistenheime auch für Seniorinnen und Senioren Vorträge in Pensionistenklubs an.

Bauplan- und Baukostenüberprüfung. Wir überprüfen unter Berücksichtigung technischer und energiewirtschaftlicher Aspekte Baupläne und Kostenvoranschläge auf Vollständigkeit und Angemessenheit (Kosten: 15 Euro/Etage).

VKI-Landesstelle Tirol. In der Landesstelle Tirol (Maximilianstraße 9, 6020 Innsbruck) bieten wir Rat und Hilfe bei Fragen zu Reklamationen, Gewährleistung, Garantie, Schadenersatz, verspäteter Lieferung, unklaren Verträgen und vielen anderen konsumentenrelevanten Themenbereichen sowie auch zu grenzüberschreitenden VerbraucherInnenproblemen. Tel: 0512/586878 (Mo – Do 8 – 12 Uhr), E-Mail: konsumenteninfo.tirol@vki-tirol.at bzw. europainfo.tirol@vki-tirol.at.

Wohnen und Finanzieren. Mehr als zwei Drittel der Anrufe entfielen auf das „Konsumententelefon", der Anlaufstelle bei Fragen zu Reklamationen quer durch alle Branchen, zu überhöhten Rechnungen oder zu Kündigungsmodalitäten und Rücktrittsmöglichkeiten von Verträgen aller Art.

Persönliche Beratungen

Wir bieten in unserem Beratungszentrum in Wien sowohl eine kostenlose Erstberatung als auch termin- und kostenpflichtige SpezialistInnentermine. Rund 6.000 KonsumentInnen nahmen 2011 das Angebot einer persönlichen Erstberatung in Anspruch, wobei Anfragen zu Umtauschrecht und zur Zulässigkeit von Zahlscheingebühren, zu Kautionen, zur Ausmalpflicht bei der Beendigung eines Mietverhältnisses sowie zur Zulässigkeit von Mahnspesen besonders häufig waren.
Weitere 5.021 Konsumentinnen und Konsumenten vereinbarten 2011 einen kostenpflichtigen Gesprächstermin mit unseren ExpertInnen. Die Bandbreite der Probleme ist groß: Ärger mit Handwerkern oder nicht funktionierenden Geräten, Flugverspätungen, Unregelmäßigkeiten bei Telefonrechnungen, die großen Sorgen der Fremdwährungskreditnehmer, Fragen zu Veranlagungen, die bei weitem nicht die in Aussicht gestellten Renditen erbrachten und Fragen von MieterInnen und WohnungseigentümerInnen vor Abschluss eines Vertrages, aber auch bei Problemen mit Verwaltungen oder Nachbarn.

Interventionen

Wir geben KonsumentInnen Hilfestellung bei der Beschwerdekorrespondenz mit Firmen und beim Bemühen um außergerichtliche Lösungen. Mit Erfolg: In zwei Drittel der Fälle können wir die Forderungen der Konsumentinnen und Konsumenten durchsetzen oder einen akzeptablen Vergleich erreichen. 2011 haben wir in 1.852 Fällen interveniert. Besonders oft bemühten wir uns um die Durchsetzung von Gewährleistungs- und Garantieansprüchen, die Anerkennung eines Vertragsrücktritts oder die Beendigung eines Vertrages, versuchten eine außergerichtliche Streitbeilegung bei Differenzen in Preisfragen und verhandelten Kulanzlösungen in sozialen Härtefällen aus.

Vorträge in Schulen

Wir bieten Schülerinnen und Schülern im Alter von 14 bis 18 Jahren einen Überblick zu den wichtigsten konsumentenrechtlichen Aspekten. Einen besonderen Schwerpunkt legen wir auf Grundlagen wie Gewährleistung, Garantie und Rücktrittsrecht, aber auch auf Onlineshopping und mögliche Schuldenfallen. 2011 hielten wir 32 Vorträge für rund 1.000 Jugendliche.

Fotos: VKI

VKI-Landesstelle Tirol

Foto: VKI

„Bei der Lösung von VerbraucherInnenproblemen ist es uns ein großes Anliegen, schnell und unbürokratisch Hilfestellung zu geben. Bei der Information von Konsumentinnen und Konsumenten setzen wir auf gute Zusammenarbeit mit den Sozialpartnern – etwa im Rahmen unseres jährlich mit der Arbeiterkammer Tirol veranstalteten Informationstages ‚Ernährung und Gesundheit', bei dem wir u.a. auch mit Expertinnen und Experten der Wirtschaftskammer Tirol kooperieren."

Mag. Ilona Zweckberger
Leiterin der VKI-Landesstelle Tirol

Beratungs- und Informationsschwerpunkte 2011

Seit 1965 gibt es in Innsbruck eine Beratungsstelle des Vereins für Konsumenteninformation. Wir kümmern uns mit drei Mitarbeiterinnen um die Anliegen von Tiroler Konsumentinnen und Konsumenten. 2011 führten wir rund 6.500 persönliche und telefonische Beratungen, u.a. zu folgenden Themenschwerpunkten:

Allgemeines Konsumentenrecht. Hier berieten wir zu Fragen hinsichtlich Gewährleistung, Garantie, Vertragsrücktritt oder Vertragskündigung.

Telekommunikation. In diesem Bereich stellten wir einen starken Anstieg der Anfragen zu „Cold Calling" (unerbetene Werbeanrufe ohne vorherige Zustimmung) fest. Weiters waren Downloadüberschreitungen sowie insgesamt zu hohe Telefon- oder Internetrechnungen Gegenstand zahlreicher Beratungen.

Geld und Versicherung. Hier gab es auch 2011 ungebrochen unzählige Anfragen zu Fremdwährungskrediten, aber auch zur Performance von Tilgungsträgern und zu Ablaufleistungen von Lebensversicherungen.

Reiserecht. In diesem Bereich berieten wir insbesondere zu Beschwerden hinsichtlich Flugverschiebungen, -annullierungen, -verspätungen, Bahnverspätungen oder Mängel in der Unterkunft.

Erster österreichischer Fluggastrechte-Informationstag: Die VKI Landesstelle Tirol informiert Flugreisende am Innsbrucker Flughafen (v.l.n.r. Mag. Ilona Zweckberger, Claudia Prettner, MMag. Anja Weiskopf)

Foto: Dr. Christian Schuster-Wolf

Foto: AK Tirol

Informationstag „Ernährung und Gesundheit": AK-Tirol-Präsident Erwin Zangerl beim Blutdruck messen

Grenzüberschreitende Verbraucherprobleme. Wir beraten als Außenstelle des Europäischen Verbraucherzentrums Österreich darüber hinaus zu grenzüberschreitenden Verbraucherproblemen. Ein Großteil der Anfragen bezog sich auf Internetbestellungen, Lieferverzug, Gewährleistung sowie Internetabzocke und mit Folgekosten verbundene Gewinnankündigungen per Telefon.

Einen Überblick über unsere Beratungs- und Informationstätigkeit verschaffte sich auch Konsumentenschutzminister Rudolf Hundstorfer bei einem Besuch der VKI-Landesstelle Tirol und der Arbeiterkammer Tirol am 28. Oktober 2011.

Informationstag „Ernährung und Gesundheit"

Wie gesund ist Fasten wirklich? Mit welchen Diäten kann man effektiv abnehmen? Welche Nahrung steigert die Leistungsfähigkeit beim Freizeitsport? Antworten auf diese und viele andere Fragen gaben wir Konsumentinnen und Konsumenten bei dem von uns gemeinsam mit der Arbeiterkammer Tirol veranstalteten Informations- und Beratungstag „Ernährung und Gesundheit" am 25. März 2011. AK- und VKI-JuristInnen berieten bei Fragen zu E-Nummern sowie zu Fitnesscenterverträgen. In Kooperation mit der Wirtschaftskammer Tirol und der Apothekerkammer Tirol wurde Gesundheitsbewussten kostenlos Ernährungsberatung, Informationen zu Diäten, Diabetes und Sportlernahrung, Blutdruckmessungen, Seh- und Hörtests und vieles mehr geboten. Abgerundet wurde das Programm durch einen Vortrag eines Sport- und Ernährungsmediziners zum Thema Abnehmen mit Fasten und Diäten.

Erster Fluggastrechte-Informationstag

Am 7. Juli 2011 informierten wir im Rahmen des ersten europäischen Fluggastrechte-Informationstages Flugreisende am Innsbrucker Flughafen über ihre Rechte bei Nichtbeförderung, Flugannullierung, Flugverspätung und Gepäckverlust. Der Fluggastrechte-Informationstag wurde vom Netzwerk der Europäischen Verbraucherzentren (ECC-Net) organisiert und fand europaweit statt.

Foto: VKI

Rechtsberatung – VKI-Landesstelle Tirol

In der Landesstelle Tirol bieten wir Rat und Hilfe bei Fragen zu Reklamationen, Gewährleistung, Garantie, Schadenersatz, verspäteter Lieferung, unklaren Verträgen und vielen anderen konsumentenrelevanten Themenbereichen.

Landesstelle Tirol
Maximilianstraße 9, 6020 Innsbruck
Tel. 0512/586878 (Montag – Donnerstag 8 – 12 Uhr)
E-Mail: konsumenteninfo.tirol@vki-tirol.at

Beim VKI Tirol ist zudem die Außenstelle des Europäischen Verbraucherzentrums Österreich untergebracht, das seinen Hauptsitz in Wien hat. Hier bieten wir Hilfestellung bei grenzüberschreitenden KonsumentInnenproblemen an.
E-Mail: europainfo.tirol@vki-tirol.at

Europäisches Verbraucherzentrum

Foto: VKI

„Das Europäische Verbraucherzentrum hat zwei große Aufgabenbereiche: Wir stellen für Verbraucherinnen und Verbraucher relevante Informationen aus dem gesamten EU-Raum bereit und beraten bei grenzüberschreitenden VerbraucherInnenproblemen im EU-Ausland. Besonders wichtig ist es uns, rasch und unbürokratisch zu helfen. Das ist uns auch insofern möglich, da wir mit 29 Europäischen Verbraucherzentren in allen EU-Staaten sowie in Island und Norwegen direkt kooperieren und dabei auch etwaige Sprachbarrieren keine Rolle spielen."

Mag. Georg Mentschl
Leiter des Europäischen Verbraucherzentrums

Hilfe bei Flugverspätung, Internetabzocke, Onlineshopping & Co.

Das Europäische Verbraucherzentrum (EVZ) ist eine gemeinsame Einrichtung des Vereins für Konsumenteninformation (VKI) und der Europäischen Kommission. Seit 1999 informieren und beraten wir Konsumentinnen und Konsumenten in Österreich und aus anderen EU-Staaten, wenn diese über die Grenzen hinweg Probleme mit in anderen EU-Ländern ansässigen Unternehmen haben oder Hilfe bei der außergerichtlichen Streitbeilegung benötigen.
Wir bieten persönliche, telefonische und schriftliche Beratung zu folgenden Themenbereichen: Internetabzocke, Onlineshopping, Reisen, Lotterien und Gewinnspiele, Autokauf im EU-Ausland, Autoanmietung sowie allgemeines Konsumentenrecht.
2011 wurden von uns 1.803 Beschwerden (Fallarbeit und schriftliche Erledigung) und 4.062 telefonische Anfragen bearbeitet. Dazu kamen 667 allgemeine schriftliche Informationsanfragen. Die häufigsten Anfragen erhalten wir zu Flugverspätungen bzw. Flugannullierungen, Internetabzocke, Onlineshopping (Lieferverzug, Nichteinhaltung der Gewährleistungspflichten, Rücktrittsrecht), Reisemängel, Werbefahrten ins Ausland und vermeintliche Gewinne bei ausländischen Lotteriegesellschaften.

Rasche Hilfe durch gute Vernetzung

Besonders wichtig ist es uns, Konsumentinnen und Konsumenten bei Problemen rasch und ohne großen bürokratischen Aufwand zu helfen. Das ist auch deshalb möglich, da wir Teil eines Netzwerkes sind, das in allen EU-Staaten sowie in Island

Beratung und Information

Europa-Hotline: Tel. 0810 810 225. Auf der Europa-Hotline sind wir österreichweit zum Regionaltarif erreichbar. Die Hotline ist die meist genutzte Beratungsschiene des Europäischen Verbraucherzentrums und wird insbesondere bei den zahlreichen Beschwerden über kostenpflichtige Internetseiten in Anspruch genommen.

Website: www.europakonsument.at. Unsere zweisprachige Website (deutsch-englisch) zählt zu den wichtigsten Informationskanälen, um Konsumentinnen und Konsumenten im In- und Ausland über ihre Rechte aufzuklären oder vor dubiosen Unternehmen zu warnen. Mehr als 86.000 Internet-User informierten sich im Jahr 2011 auf der wöchentlich aktualisierten Webseite. Das entspricht einer Steigerung der Besucherzahlen um mehr als 14 Prozent. Um die Fallbearbeitung zu vereinfachen, bieten wir hier zudem ein Onlineformular zur Einreichung von Beschwerden an.

Newsletter und Medienarbeit. 2011 wurden sechs Presseinformationen und 49 Europakonsument-Newsletter ausgesendet. Letztere waren teils zweisprachig – in Deutsch und Englisch – verfasst. Im Rahmen einer Pressekonferenz stellten wir zudem das KONSUMENT-Buch „Ihr Recht im Internet" vor.

Foto: Martina Draper

und in Norwegen Niederlassungen hat. Dieses Netzwerk nennt sich European Consumer Centres' Network (ECC-Net). Treten zum Beispiel beim Online-Kauf von Fliesen aus Italien mit dem dort ansässigen Händler/Produzenten Probleme auf, setzen wir uns mit unseren KollegInnen in Italien in Verbindung, die sich dann gemeinsam mit uns um die Lösung des Problems bemühen. Da wir in Englisch miteinander kommunizieren und unsere KollegInnen im Land vor Ort in der Landessprache, fallen damit auch etwaige sprachlichen Barrieren weg.
Für eine optimale Zusammenarbeit tauschen wir unsere Erfahrungen regelmäßig mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern anderer Europäischer Verbraucherzentren aus. 2011 gab es Besuche von Delegationen aus Dänemark, Deutschland, Estland, Irland, Lettland, den Niederlanden, und Ungarn in Wien. Mitarbeiterinnen des EVZ fuhren zwecks Erfahrungsaustausches zum EVZ nach Spanien. Unsere Tätigkeit wird jährlich von der Europäischen Kommission evaluiert und auch 2011 konnten wir wieder die bestmögliche Bewertung („excellent") erzielen.

Erster Fluggastrechte-Informationstag

Tausende Flugreisende sitzen alljährlich auf Europas Flughäfen fest, weil Flüge Verspätungen haben, überbucht sind oder ohne Vorankündigung gestrichen werden. Die 2005 in Kraft getretene EU-Fluggastrechteverordnung hat die Rechte von Flugreisenden zwar deutlich verbessert, allerdings sind diese Rechte bei Flugpassagieren immer noch wenig bekannt. Aus diesem Grund informierten wir am 7. Juli 2011 im Rahmen des ersten europäischen Fluggastrechte-Informationstages direkt vor Ort auf den Flughäfen Wien-Schwechat und Innsbruck-Kranebitten Passagiere über die aktuelle Rechtslage. Der Fluggastrechte-Informationstag wurde vom Netzwerk der Europäischen Verbraucherzentren (ECC-Net) organisiert und fand europaweit statt.

Europaweite Studie: Onlineshopping besser als sein Ruf

Onlineshopping wird zwar immer beliebter, der Prozentanteil jener, die im EU-Ausland kaufen, ist allerdings gering, da viele KonsumentInnen Betrug oder Übervorteilung fürchten. Wir haben gemeinsam mit dem Netzwerk der Europäischen Verbraucherzentren erhoben, ob diese Sorge begründet ist. Das Ergebnis war, dass der Onlinehandel gut funktioniert. Bei 305 Testkäufen – wir kauften u.a. Bücher, Kleidung und CDs – bei Onlineanbietern in ganz Europa wurden 94 Prozent unversehrt und zeitgerecht geliefert. In den Fällen, in denen die Waren retourniert wurden, wurde in 90 Prozent der Kaufpreis zurückerstattet. 2003 war dies nur bei 66 bzw. 69 Prozent der Bestellungen der Fall. Verbesserungsbedarf gibt es dennoch: Fünfzig Prozent der Händler erstatteten die Versandkosten nicht zurück, in zehn Prozent der Fälle war der Name des Händlers nur schwer oder gar nicht auf der Website zu finden. Die Studie „Online Cross-Border Mystery Shopping – State of the e-Union" gibt es auf www.europakonsument.at als Download.

Informationskampagne "Kenne deine Mächte – Nütze deine Rechte"

Ziel dieser Kampagne war es einerseits, über die Gefahren und Risiken im Internet aufzuklären und andererseits Wissen rund um den sicheren Umgang im Internet zu

Foto: VKI

Foto: EFB Österreich/APA-Fotoservice/Preiss

vermitteln, sowie Jugendliche über ihre Rechte im Netz zu informieren. 6.000 USB-Sticks mit diesen Informationen wurden an 150 Schulen österreichweit versendet.

Wiener Ferienmesse 2011

Auch 2011 waren wir auf der Wiener Ferienmesse (12. – 15. Jänner 2011) vertreten und informierten Besucherinnen und Besucher darüber, worauf sie im Vorfeld einer Reisebuchung achten sollten und was Katalogbeschreibungen wie „zentrale Lage", „Naturstrand" oder „für junge Leute" tatsächlich bedeuten. Darüber hinaus gaben wir Auskunft, was Konsumentinnen und Konsumenten tun können, wenn die Urlaubsreise anders verläuft als vereinbart, welche Rechte Fluggäste bei Nichtbeförderung, Verspätung sowie Verlust oder Beschädigung von Gepäckstücken haben und welche Versicherungen für einen Urlaub ratsam sind.

Kontakt

Europäisches Verbraucherzentrum Österreich
Europa-Hotline: Tel. 0810 810 225
www.europakonsument.at

Zentrale Wien: Mariahilfer Straße 81, 1060 Wien, E-Mail: info@europakonsument.at
Außenstelle Innsbruck: Maximilianstraße 9, 6020 Innsbruck, E-Mail: europainfo.tirol@vki-tirol.at

Unsere Kooperationen

Testmagazin KONSUMENT

Wir veröffentlichen in Kooperation mit dem Testmagazin KONSUMENT regelmäßig Beiträge, die grenzüberschreitende VerbraucherInnenprobleme oder -informationen zum Inhalt haben. 2011 wurden 29 Seiten in KONSUMENT veröffentlicht, u.a. zu folgenden Themen: Flugrettung, Internetapotheken, Kontowechsel, Onlineshopping, Online-Ticketshops, Preisvergleich Österreich – Deutschland, Produktpiraterie, Skigebiete-Vergleich.

KONSUMENT-Buch „Ihr Recht im Internet"

Das KONSUMENT-Buch „Ihr Recht im Internet" entstand in Zusammenarbeit mit dem Europäischen Verbraucherzentrum und erläutert nicht nur die Rechte von KonsumentInnen, sondern auch deren Pflichten – etwa wenn diese eine eigene Homepage betreiben, sich intensiv an Foren und sozialen Netzwerken beteiligen oder auf Auktionsplattformen wie eBay aktiv sind.

Informationsflyer: „Urheberrecht" und „Kaufen und Verkaufen im Internet"

In Zusammenarbeit mit unseren Kolleginnen und Kollegen vom VKI produzierten wir 2011 zudem Informationsfolder zu den Themen „Urheberrecht" und „Kaufen und Verkaufen im Internet".

Austrian Airlines Bordmagazin Skylines

Erstmals präsentierte sich das EVZ im Bordmagazin der Austrian Airlines Gruppe. In zwei Ausgaben, die jeweils zwei Monate in den Flugzeugen aufliegen, machten wir Werbung für grenzüberschreitenden Verbraucherschutz.

International

Bei vielen unserer Tests kooperieren wir mit anderen Verbraucherorganisationen – vor allem mit der deutschen Verbraucherorganisation Stiftung Warentest und der internationalen Testplattform International Consumer Research and Testing Ltd (ICRT). Das hat den Vorteil, dass nicht jede einzelne Organisation für sich genommen finanziell aufwändig eine bestimmte Produktgruppe testet. Dadurch bleiben Ressourcen für jene Tests frei, die aufgrund nationaler Besonderheiten nicht oder nur bedingt gemeinsam durchgeführt werden können – etwa in den Bereichen Finanzdienstleistung, Gesundheit und Ernährung.

ICRT – Internationale Gemeinschaftstests

Die ICRT (International Consumer Research and Testing Ltd) hat ihren Sitz in London und koordiniert internationale Gemeinschaftstests von Verbraucherorganisationen. Die Zusammenarbeit der Verbraucherverbände aus aller Welt hat zwei große Vorteile: Die kostspieligen Testaktivitäten können untereinander aufgeteilt und dadurch Geld, aber auch Zeit gespart werden.
2011 haben wir u.a. ICRT-Tests zu Digitalkameras, Sommer-, Winter- und Ganzjahresreifen sowie zu TV-Geräten veröffentlicht. Im Gegenzug wurde unser Damen-Ski-Test von Verbraucherorganisationen in Deutschland, Finnland, der Schweiz, Schweden, Slowenien und Tschechien übernommen.
Eine spezielle Arbeitsgruppe der ICRT befasst sich mit der unternehmerischen Verantwortung von Herstellern (Stichwort: „Ethik-Test"). Hier veröffentlichten wir 2011 u.a. Tests zu Smartphone-Herstellern, Jeansherstellern und zu Hotelgruppen.

Stiftung Warentest

Eine sehr enge Zusammenarbeit besteht aufgrund der weitgehend übereinstimmenden Marktstrukturen mit der deutschen Stiftung Warentest (STIWA). Zum Teil übernehmen wir – manchmal zeitlich versetzt – Tests, zum Teil testen wir auch gemeinsam. 2011 haben wir in Kooperation mit Stiftung Warentest u.a. folgende Tests veröffentlicht: Deos, Energiesparende Lampen, Geschirrspülmittel und Sonnenschutzmittel. Darüber hinaus veröffentlichen wir regelmäßig Medikamententests der STIWA im Testmagazin KONSUMENT und auf www.konsument.at.

National

Wir kooperieren auch auf nationaler Ebene mit verschiedensten Institutionen und Organisationen. Nachfolgend eine Auswahl unserer Kooperationen:

Österreichisches Umweltzeichen

Seit Oktober 1990 gibt es das wichtigste und bekannteste österreichische Umweltgütesiegel: das Österreichische Umweltzeichen. Es garantiert, dass die damit ausgezeichneten Produkte und Dienstleistungen umweltfreundlich, qualitativ hochwertig und nicht gesundheitsschädigend sind. Das Österreichische Umweltzeichen dürfen nur jene Produkte und Dienstleistungen tragen, die strenge Richtlinien erfüllen und die einer regelmäßigen Kontrolle durch unabhängige Gutachter unterzogen werden. Unsere Aufgabe ist es, das Österreichische Umweltzeichen fachlich zu betreuen und zu administrieren. Wir sind vom Lebensministerium (BMLFUW) für die Erstellung und Überarbeitung der Richtlinien, die Beratung interessierter Unternehmen sowie für die laufende Kontrolle der ausgezeichneten Produkte, Tourismusbetriebe, Bildungseinrichtungen sowie Konferenz- und Seminarveranstalter beauftragt. Derzeit gibt es mehr als 60 spezifische Umweltzeichen-Richtlinien für Produkte und Dienstleistungen. 18 bestehende Umweltzeichen-Richtlinien wurden 2011 novelliert. 109 Betriebe und Schulen kamen 2011 als Lizenznehmer neu hinzu. Gesamt ergibt dies 568 Lizenznehmer.

Produkte. Zu den mit dem Österreichischen Umweltzeichen ausgezeichneten Produkten zählen unter anderem Allzweck- und Sanitärreiniger, Bettmatratzen, Büro- und Schulartikel, Digitale Schnurlostelefone, Druckerzeugnisse, Geschirrspülmittel, Holzheizungen, Holzmöbel, Hygienepapier, Lacke und Wandfarben. Das Österreichische Umweltzeichen gibt es zudem für „Grünen Strom" und für „Grüne Fonds". Hier garantiert es die Verwendung von 100 Prozent erneuerbarer Energie bzw., dass ausschließlich in nachhaltige Unternehmen investiert wird. Insgesamt tragen 1.850 Produkte von 223 Lizenznehmern derzeit das Österreichische Umweltzeichen. Der Umsatz dieser Produkte beträgt ca. 512 Millionen Euro.

Tourismus. Beherbergungsbetriebe, Campingplatzbetreiber, Gastronomiebetriebe, aber auch Reiseveranstalter und Veranstalter von Konferenzen, Tagungen und Seminaren können ihre Verantwortung für die Umwelt mit dem Österreichischen Umweltzeichen nach außen kommunizieren. Die Kriterien für die Auszeichnung umfassen alle Umweltaspekte eines Tourismusbetriebes bzw. einer Reise oder einer Veranstaltung – vom Abfallmanagement, über Energiesparen bis hin zu gesunder Ernährung und umweltfreundlicher Anreise. Mit Ende 2011 führten 228 Tourismusbetriebe, vier Reiseveranstalter und 15 Konferenzveranstalter für „Green Meetings" das Österreichische Umweltzeichen.

Bildung. Seit Jänner 2002 gibt es auf Initiative des Lebensministeriums und des Unterrichtsministeriums das Österreichische Umweltzeichen für Schulen, seit 2007 auch für „außerschulische Bildungseinrichtungen" (Erwachsenenbildung). Hier sind ein aktives Umweltmanagement sowie die Qualität der Bildung wesentliche Anforderungen. Die Einhaltung der Kriterien wird – ebenso wie bei Tourismusbetrieben – alle vier Jahre vor Ort durch eigens ausgebildete AuditorInnen überprüft. Derzeit sind 86 Schulen und zwölf Weiterbildungseinrichtungen mit dem Österreichischen Umweltzeichen ausgezeichnet.

EU-Ecolabel – das Europäische Umweltzeichen. Darüber hinaus sind wir für die Umsetzung des EU-Umweltzeichens (Ecolabel) in Österreich verantwortlich: Wir sind an der Erarbeitung und Überarbeitung der Kriterien beteiligt und kontrollieren die Prüfgutachten, die für die Auszeichnung mit dem EU-Ecolabel notwendig sind. Das EU-Ecolabel für Produkte wurde 2011 von 30 Firmen genutzt, die 140 Ecolabel-Produkte anbieten und damit ca. 700 Millionen Euro umsetzen. Darüber hinaus führen derzeit 15 Beherbergungs- und sechs Campingbetriebe das Europäische Umweltzeichen.

Sämtliche Informationen zum Österreichischen sowie zum Europäischen Umweltzeichen gibt es auf www.umweltzeichen.at.

Agrar Markt Austria (AMA)
Wir kontrollieren Lebensmittel, die das AMA-Gütezeichen tragen, auf die Einhaltung der entsprechenden Qualitätsanforderungen. Dazu führen wir stichprobenartig Untersuchungen durch, die eine chemische, mikrobiologische und sensorische Prüfung beinhalten.

Apothekerkammer
2011 haben wir mit der Apothekerkammer eine Zusammenarbeit bei gesundheitsbezogenen Untersuchungen vereinbart. Im Gegenzug stellt die Apothekerkammer sämtlichen österreichischen Apotheken ein Onlineabonnement der Zeitschrift KONSUMENT zur Verfügung.

Arbeiterkammer Tirol
Im Zuge unserer Kooperation mit der AK Tirol erhalten in Tirol sämtliche Haushalte von AK-Mitgliedern monatlich eine Ausgabe des Testmagazins KONSUMENT – ergänzt um Informationen zu aktuellen Veranstaltungen und Serviceangeboten der AK Tirol. Darüber hinaus führten wir 2011 für die AK Tirol eine Untersuchung zum Thema Private Pensionsvorsorge durch. Nicht zuletzt starteten wir im Auftrag der AK Tirol 2011 ein Projekt zu Kinderwerbung, dessen Ziel es ist, Verstöße gegen unzulässige Kinderwerbung aufzuzeigen und abzustellen.

Arbeiterkammer Wien
2011 führten wir im Auftrag der Arbeiterkammer Wien Studien zu folgenden Themen durch: Kontowechsel, Krankenzusatzversicherung, Spanne bei Privatkrediten und Rentenversicherungen.

Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz (BMASK)
Im Auftrag des BMASK führen wir Klagen zur Verbesserung des KonsumentInnenschutzes. Darüber hinaus erstellten wir 2011 u.a. eine Studie zu Wartezeiten und Kosten von Warteschleifen bei der Nutzung von Mehrwertnummern.

Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft (BMLFUW)
Wir sind vom Lebensministerium mit den fachlichen und administrativen Arbeiten für das Österreichische und das Europäische Umweltzeichen beauftragt. In Zusammenarbeit mit dem Institut für Internationales Management der Universität Graz und mit finanzieller Unterstützung durch das Lebensministerium erhoben wir 2011 zudem erstmals, wie nachhaltig heimische Supermärkte agieren.

geizhals.at
Wir stellen Usern, die über die Preisvergleichsplattform Geizhals auf www.konsument.at gelangen, die Testergebnisse in gekürzter Form kostenlos zur Verfügung.

EU-Schülerkalender 2011/12

Der Europäische Schülerkalender gibt Jugendlichen einen Überblick zu verbraucherrelevanten Themen und wurde 2011 zum letzten Mal europaweit in über 3,4 Millionen kostenlos von der Europäischen Kommission versendet. Wir waren in Österreich für die Anpassung der fachlichen Texte an die österreichische Rechtslage zuständig und haben von 2006 bis 2011 rund 400.000 Exemplare an Schulen in Österreich vermittelt.

CSR-Tage auf der Ferien-Messe Wien

In Kooperation mit der Ferien-Messe Wien veranstalteten die Naturfreunde Internationale und ECPAT Österreich, die österreichische Vertretung der internationalen Kinderrechtsorganisation „End Child Prostitution, Child Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes" (ECPAT) 2011 zum ersten Mal ein zweitägiges Programm auf der Wiener Ferien-Messe, das sich intensiv mit Corporate Social Responsibility (CSR) und nachhaltigem Tourismus auseinandersetzt. Die CSR-Tage fanden vom 13. – 14. Jänner im Rahmen der Fachbesuchertage statt.

Hier boten wir gemeinsam mit dem Lebensministerium einen Kreativ-Workshop zur Angebotsentwicklung von umweltfreundlichen Reisen an. Dazu eingeladen waren alle Personen, die sich für die Entwicklung von Reiseangeboten interessieren: MitarbeiterInnen von Reiseveranstaltern, VertreterInnen umweltfreundlicher Destinationen, AnbieterInnen umweltfreundlicher Freizeitaktivitäten ebenso wie MitarbeiterInnen von Umweltzeichenhotels u. v. m. Dabei war es unser Ziel, verschiedenste Akteure zu vernetzen und Aspekte umweltfreundlicher Reisen und des Österreichischen Umweltzeichens für Reiseangebote kreativ zu vermitteln.

Gesundheit Österreich GmbH / Fonds Gesundes Österreich

Seit 1999 betreuen wir in Zusammenarbeit mit dem Fonds Gesundes Österreich (FGÖ) die Ernährungshotline (0810 810 227, Mo – Fr von 9 – 15 Uhr, max. 0,0676 Euro). Hier geben wir firmenunabhängige Informationen über Lebensmittel und zu ausgewogener Ernährung. 2011 führten wir 1.152 Beratungen durch. 2011 gab es anlässlich der Atomkatastrophe in Japan vermehrt Anfragen zu Lebensmittelkennzeichnung und Schadstoffen. Eine Zunahme an Anfragen gab es auch bei folgenden Themen: Direktvertrieb von Nahrungsergänzungsmitteln, Kinderernährung, Ernährung in der Schwangerschaft sowie zum Thema Übergewicht. Zusätzlich zur Ernährungshotline gibt es auch die Möglichkeit, per E-Mail Anfragen zu stellen: ernaehrungshotline@goeg.at.

Hauptverband der österreichischen Sozialversicherungsträger

Im Zuge der Kooperationsvereinbarung führten wir 2011 folgende Tests durch: Amalgamberatung, Physiotherapeuten in Steiermark und Vorarlberg, Verkauf von Generika in Apotheken.

klima:aktiv

In der KONSUMENT-Ausgabe 11/2011 erschien in Kooperation mit klima:aktiv, der Klimaschutzinitiative des Lebensministeriums, eine zwölfseitige Beilage zum Thema „Neue Kennzeichnung: Energiesündern auf der Spur". Zielsetzung dieses Projektes war es, die Konsumentinnen und Konsumenten mit den neuen Energielabels vertraut zu machen und mit konkreten Spartipps einen Beitrag zum bewussten Umgang mit Energie zu leisten. Die fachliche Beratung erfolgte durch klima:aktiv und die Austrian Energy Agency.

Österreichische Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit (AGES)

Hinsichtlich der Untersuchung von Lebensmitteln kooperieren wir u.a. mit der AGES.

Stadt Wien

„Bewusst einkaufen – Lebensmittel unter Kontrolle" ist der Titel einer Spezialausgabe von KONSUMENT, die 2011 in Kooperation mit der Stadt Wien entstand. Das KONSUMENT Spezial erläutert die wichtigsten Gütezeichen im Lebensmittelbereich und gewährt einen Blick hinter die Kulissen der Lebensmittelproduktion und der Lebensmittelkontrolle.

(Inter-)nationale Verbrauchervertretung

Wir tragen mit unserer Arbeit wesentlich dazu bei, dass Konsumgüter sicher sind, Lebensmittel nicht krank machen und Produktangaben der Wahrheit entsprechen. Wir sind u.a. in folgenden nationalen und internationalen Gremien und Organisationen tätig:

ANEC. Die Association de Normalisation Européenne pour les Consommateurs (ANEC) ist die Organisation zur Vertretung der KonsumentInneninteressen in der europäischen Normung. Hier sind wir in der ICT-Arbeitsgruppe (Information and Communication Technologies) vertreten, die sich u.a. mit Internet, Mobilfunk und Verkehrsinformationssystemen auseinandersetzt.

BEUC. BEUC ist die Kurzbezeichnung für die Interessenvertretung der KonsumentInnen in der EU (Bureau Européen des Unions de Consommateurs) und bemüht sich darum, Gesetzesinitiativen der Europäischen Union konsumentenfreundlicher zu gestalten. Sie besteht derzeit aus 42 unabhängigen nationalen Verbraucherverbänden aus 31 europäischen Ländern (EU, EWR und Bewerberstaaten).

Codexkommission. Zur Beratung des für Gesundheit zuständigen Ministers bei lebensmittelrechtlichen Vorschriften und zur Vorbereitung des Österreichischen Lebensmittelbuches (Codex Alimentarius Austriacus) wurde eine Kommission, die sogenannte Codexkommission, eingerichtet. Hier sind wir in zahlreichen Unterkommissionen vertreten.

Consumers International. Consumers International (CI) ist der Weltverband der Verbraucherorganisationen mit Sitz in London. Mehr als 220 Mitgliedsorganisationen aus mehr als hundert Ländern der Welt – darunter auch wir – sind darin vereint.

ECCG. Die Europäische Kommission konsultiert die European Consumer Consultative Group (ECCG), die sich aus nationalen und europäischen Verbraucherorganisationen zusammensetzt, zu Fragen der Verbraucherpolitik. Die ECCG beschäftigt sich u.a. mit europäischem Zivilrecht, Verbraucherrechte-Richtlinien und Fluggastrechten.

Österreichisches Normungsinstitut. In den Gesetzen der EU und der Nationalstaaten werden lediglich allgemeine Grundlagen zur Sicherheit und Gebrauchsfähigkeit von Produkten festgehalten. Die Konkretisierung erfolgt über Normen. Die KonsumentInneninteressen werden im Verbraucherrat des Österreichischen Normungsinstitutes berücksichtigt, in dem auch wir vertreten sind.

Mitarbeit in weiteren Ausschüssen, Beiräten und Kommissionen

- Digitale Plattform Austria
- E-Control
- Elektrotechnischer Beirat
- Internetoffensive Österreich (IOÖ)
- Österreichische Energieagentur
- Österreichische Gesellschaft für Umwelt und Technik (ÖGUT)
- Österreichische Kontrollbank (OeKB)
- Österreichische Vereinigung für das Gas- und Wasserfach (ÖVGW)
- Produktsicherheitsbeirat im Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz (BMASK)
- Rundfunk und Telekom-Regulierungsbehörde (RTR)
- Safer Internet
- Transparency International Österreich

u.v.m.

Medienpräsenz

2011 wurden in 4.155 Beiträgen (APA/OTS, Print, Rundfunk, Web) über uns berichtet (2010: 4.500). Top-Themen des Jahres waren AWD, der Test zu OP-Wartezeiten sowie das Zahlscheinentgelt.
Mit zehn Pressekonferenzen/-gesprächen setzten wir 2011 weitere zusätzliche Kommunikationsschwerpunkte, darunter eine gemeinsam mit der Arbeiterkammer Tirol veranstaltete Pressekonferenz zum Test „Goldverkauf in Tirol", bei der AK-Tirol-Präsident Erwin Zangerl, unser Geschäftsführer Dr. Josef Kubitschek und Projektleiter Edi Gallei teilnahmen. Großes Interesse gab es u.a. auch an der Vorstellung des KONSUMENT-Buches „Ihr Recht im Internet" mit den beiden Autoren Dr. Thomas Höhne und Mag. Alexander Koukal sowie Dr. Barbara Forster, einer Kollegin aus dem Europäischen Verbraucherzentrum (EVZ).

Medienarbeit im Überblick

Pressekonferenzen/-gespräche (2011: 10). AWD, Einfach bedienbare Handys, Fondsgebundene Lebensversicherungen, Goldverkauf in Tirol, Lebensversicherungen, Frankfurter, Kfz-Versicherungen, KONSUMENT-Buch „Ihr Recht im Internet", Olivenöl, Sekt, Testkauf Alli.

Teilnahme an externen Pressekonferenzen/-gesprächen (2011: 6). Biolebensmittel (AMA), Geschäfte an der Grenze des Erlaubten (Konsumentenschutzministerium), KONSUMENT Spezial „Bewusst einkaufen" (Stadt Wien), Kostbares Essen & Versorgen statt Entsorgen (Landwirtschaftskammer), Nachhaltigkeit von Billigschokolade (Pro-Ge/Südwind/Greenpeace), Reise-Sicherheitsgipfel 2011 (Europäische Reiseversicherung).

Presseaussendungen. 2011 wurden 109 Pressetexte via OTS ausgesendet (2010: 106)

Werbung mit Testplaketten. Für viele Hersteller ist das Werben mit Testurteilen ein beliebtes Marketinginstrument. Eine im Jahr 2010 durchgeführte repräsentative Erhebung des market-Institutes zeigt zudem, dass rund zwei Drittel der Österreicherinnen und Österreicher „eher schon" bzw. „auf jeden Fall" beim Einkauf auf Produkte achten, die eine Testplakette tragen. 2011 haben wir 91 Testplaketten ausgestellt (2010: 99). Davon wurden 16 Testplaketten im Ausland (Deutschland, Italien, Schweiz, Slowakei, Slowenien) verwendet. Die gefragtesten Themenbereiche waren: Lebensmittel, Haushalt/Garten sowie Freizeit/Sport.

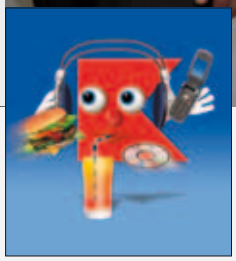
Foto: AK Tirol

Pressekonferenz „Goldankauf in Tirol" (VKI-Geschäftsführer Dr. Josef Kubitschek und AK-Tirol Präsident Erwin Zangerl)

Foto: VKI

Jury des Schülerwettbewerbes „jetzt teste ich!"

Bettina Reicher, Bakk. phil. (Der Standard), für den OeNB-Sonderpreis Direktionsrat Mag. Günther Thonabauer (Oesterreichische Nationalbank), Mag. (FH) Christina Unterberger (Bundesjugendvertretung), Mag. Onka Takats (ORF) und Ing. Franz Floss (Verein für Konsumenteninformation) sowie Gerhard Früholz (VKI-Testmagazin KONSUMENT, nicht im Bild).



OESTERREICHISCHE NATIONALBANK
EUROSYSTEM

Schülerwettbewerb „jetzt teste ich!" 2010/11

Der von der österreichischen UNESCO-Kommission und der Europäischen Kommission ausgezeichnete KONSUMENT-Schülerwettbewerb „jetzt teste ich!" fand im Schuljahr 2010/11 zum mittlerweile dritten Mal statt. Rund 1.250 Schülerinnen und Schüler im Alter von 12 bis 19 Jahren schlüpften in die Rolle von Nachwuchstestern. Zu gewinnen gab es rund 6.000 Euro Preisgeld – 1.500 Euro im Rahmen des von der Oesterreichischen Nationalbank (OeNB) gesponserten Sonderpreises „Wirtschaft und Finanzen". Bis zum Einsendeschluss am 31.03.2011 wurden 234 Arbeiten eingereicht – so viel wie noch nie zuvor (2008/2009: 140 Beiträge).
Als Hauptsponsor des Wettbewerbes konnten wir zum zweiten Mal die Oesterreichische Nationalbank (OeNB) gewinnen. Weiters unterstützten die Agrarmarkt Austria (AMA) und das Bundeministerium für Unterricht, Kunst und Kultur (bmukk) unseren Schülerwettbewerb finanziell bzw. organisatorisch.
Die Preisverleihung fand am 24. Juni im Stadtsaal statt. Mit dabei war in Vertretung des Bundesministers für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz Dr. Beate Blaschek, die stellvertretende Leiterin der Sektion Konsumentenpolitik im Konsumentenschutzministerium. Die GewinnerInnen des Schülerwettbewerbes 2010/2011 sind:

Altersgruppe 1991-1994
1. Platz: Online-Wörterbücher (Anja Krejcerik, Elisa Grohr; Wien)
2. Platz: Toilettenpapier (HTL Villach, Gruppensprecher: Thomas Rupnig, Kärnten)
3. Platz: Soziale Netzwerke (BHAK Braunau am Inn, Gruppensprecher: Tobias Buchner, Oberösterreich)

Altersgruppe 1995-1998
1. Platz: Wie sehr uns Marken beeinflussen – am Beispiel Cola (HLFS Elmberg, Gruppensprecherin: Johanna Aigner, Oberösterreich)
2. Platz: Energiesparlampen (Bundesgymnasium Tamsweg, Gruppensprecher: Andreas Gappmaier, Salzburg)
3. Platz: Pizzazustelldienste im 13. Bezirk (Fachmittelschulklasse F9 der Otto Glöckel Schule, Gruppensprecherin: Yvonne Sabrine Lechner, Wien)

OeNB-Sonderpreis „Wirtschaft und Finanzen"
– Beobachtung der Preisentwicklung anhand eines individuellen Schülerwarenkorbs (HBLA Oberwart, Gruppensprecherin: Juliane Lechner, Burgenland)
– Haarfärbemittel im internationalen Preisvergleich (HAK Mödling, Gruppensprecherin: Ulrike Prokes, Niederösterreich)

Sämtliche Informationen zu unserem Schülerwettbewerb gibt es auf www.konsument.at/jetzt-teste-ich.

Die stärksten Themen 2011

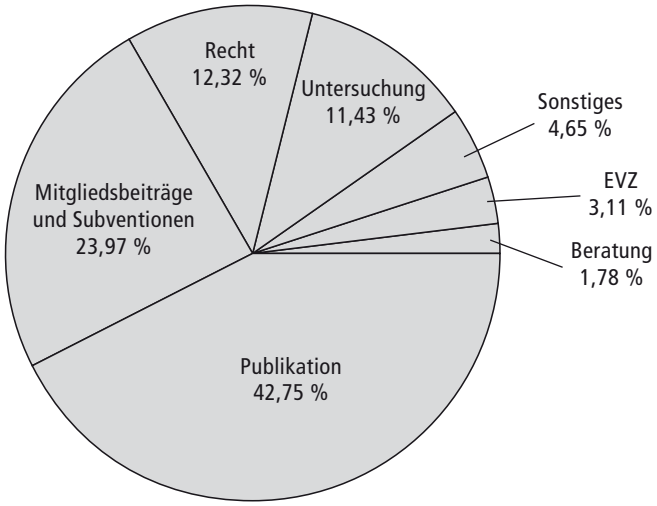
- AWD (285 Beiträge)
- TEST: OP-Wartezeiten (174 Beiträge)
- Zahlscheinentgelt (147 Beiträge)
- TEST: Bausparen (92 Beiträge)
- Alkoholwerbung bei Maturareisen (84 Beiträge)
- Fremdwährungskredite (73 Beiträge)
- TEST: Preisvergleich Österreich – Deutschland (67 Beiträge)
- TEST: Frankfurter und Debreziner (61 Beiträge)
- AvW (54 Beiträge)
- KONSUMENT-Buch: „Ihr Recht im Internet" (52 Beiträge)
- Report: Kfz-Versicherungen (50 Beiträge)
- Markt & Preis: Skigebiete (49 Beiträge)
- TEST: Olivenöl (49 Beiträge)
- Report: Fondspolizzen (48 Beiträge)
- Markt & Preis: Heizkostenvergleich (45 Beiträge)

Foto: VKI

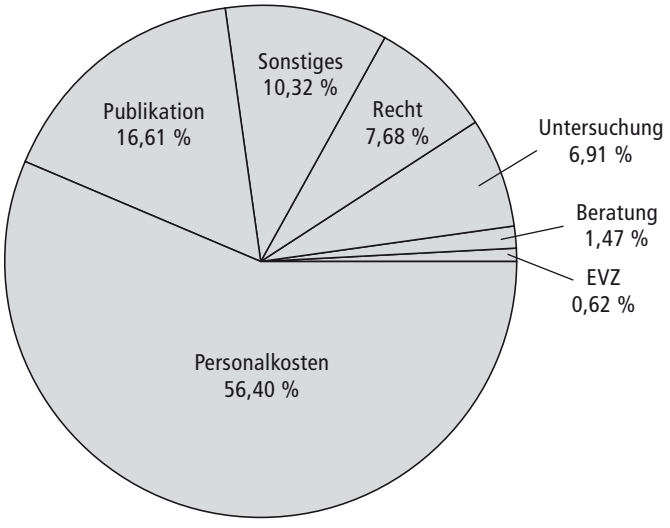
Personal- und Wirtschaftsdaten

Gemäß den Statuten (Details dazu auf Seite 81 ff) ist der Verein für Konsumenteninformation (VKI) 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, vertreten durch das Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz (BMASK), welches als Abgeltung für den gesellschaftlichen Auftrag des VKI eine Basissubvention beisteuert.
Der Eigenfinanzierungsanteil des VKI beträgt 76,85 Prozent (2010: 75,11 Prozent). Trotz des vollständigen Verzichts auf Inserate in den Publikationen können wir die Vereinstätigkeit zum überwiegenden Teil durch Erlöse aus unseren Publikationen, Projekten und Beratungstätigkeiten finanzieren.
Die Einnahmen sind 2011 um rund 177.000 Euro gesunken. Insgesamt belaufen sich die Einnahmen des VKI auf rund 10,5 Millionen Euro. Der Verkauf von Publikationen, allen voran das Testmagazin KONSUMENT, ist weiterhin eine der Haupteinnahmequellen des VKI. Des Weiteren fielen im Jahr 2011 zugleich die Gesamtkosten um rund 90.00 Euro – auf 10,5 Millionen Euro. Der Bilanzverlust des VKI liegt 2011 bei rund minus 18.200 Euro (Bilanzgewinn 2010: 68.800 Euro).
Ende 2011 beschäftigten wir 98 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (2010: 99). Umgerechnet auf fiktive Ganztageskräfte waren 82 (2010: 83) budgetwirksame Ganztageskräfte tätig.

Erlösstruktur



Kostenstruktur (nach Verwendung)



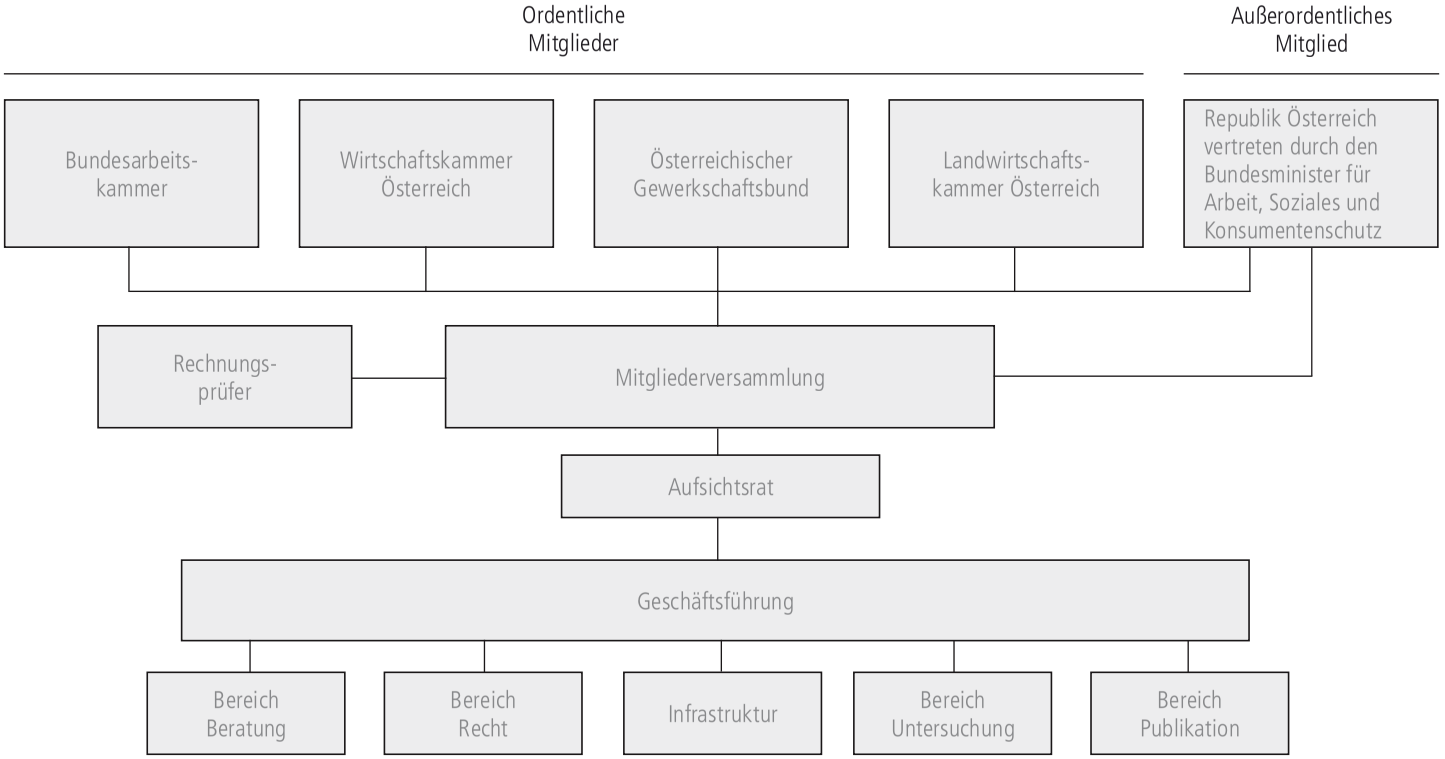
Jahresergebnis VKI 2010 bis 2011 in Euro (vom Wirtschaftsprüfer geprüft)

	2010	2011	Veränderung absolut	Veränderung in Prozent
Erlöse				
Publikation	4.557.440	4.472.446	– 84.994	– 1,86 %
Recht	1.461.769	1.288.865	– 172.904	– 11,83 %
EVZ	350.000	325.000	– 25.000	– 7,14 %
Beratung	189.333	186.319	– 3.014	– 1,59 %
Untersuchung	1.085.504	1.195.588	110.084	10,14 %
Sonstige Erlöse	487.498	486.352	– 1.146	– 0,24 %
Mitgliedsbeiträge und Subventionen	2.507.518	2.507.518	0	0,00 %
Insgesamt	10.639.062	10.462.088	– 176.974	– 1,66 %
Kosten				
Personalkosten	5.533.160	5.910.596	377.436	6,82 %
Sachkosten	5.037.092	4.569.734	– 467.358	– 9,28 %
Publikation	1.794.934	1.741.156	– 53.778	– 3,00 %
Recht	808.963	804.557	– 4.406	– 0,54 %
EVZ	177.075	64.727	– 112.348	– 63,45 %
Beratung	169.503	153.821	– 15.682	– 9,25 %
Untersuchung	640.194	723.926	83.732	13,08 %
Sonstiges	1.446.423	1.081.547	– 364.876	– 25,23 %
Gesamtkosten	10.570.252	10.480.330	– 89.922	– 0,85 %
Bilanzgewinn/Verlust	68.810	– 18.242	– 87.052	– 126,51 %

Mitglieder und Organisationsaufbau

Aufsichtsrat	
Präsident	Dr. Harald Glatz (BAK)
1. Stellvertreter des Präsidenten	Komm.-Rat Dkfm. Dr. Fritz Aichinger (WKO, bis 2.12.2011) KR Erwin Pellet (WKO, ab 2.12.2011)
2. Stellvertreter des Präsidenten	Dr. Christoph Michelic (LK)
3. Stellvertreter des Präsidenten	Mag. Ernst Tüchler (ÖGB)
Kooptiert	Dr. Maria Reiffenstein (BMASK)
Weitere Aufsichtsratsmitglieder	
Bundesarbeitskammer (BAK)	Mag. Rudolf Schiessl
Wirtschaftskammer Österreich (WKO)	Dr. Claudia Rosenmayr-Klemenz (bis 14.4.2011) Dr. Rosemarie Schön (ab 14.4. 2011)
Österreichischer Gewerkschaftsbund (ÖGB)	Dr. Ulrike Tembler (bis 14.4.2011) Dr. Andreas Oberlechner (ab 14.4.2011)
Landwirtschaftskammer Österreich (LK)	Dr. Claudia Litzllachner (bis 27.9.2011) Dr. Max Hörmann (ab 27.9.2011)
Republik Österreich	Mag. Christina Brichta-Hartmann
Rechnungsprüfer	
	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
Arbeitnehmervertretung	
	Mag. Ulrike Docekal

Stand 11.06.2012


Ordentliche Mitglieder
Außerordentliches Mitglied
Bundesarbeits-kammer
Wirtschaftskammer Österreich
Österreichischer Gewerkschaftsbund
Landwirtschafts-kammer Österreich
Republik Österreich vertreten durch den Bundesminister für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz
Rechnungs-prüfer
Mitgliederversammlung
Aufsichtsrat
Geschäftsführung
Bereich Beratung
Bereich Recht
Infrastruktur
Bereich Untersuchung
Bereich Publikation

Im Spiegel der Zeit

1960er 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 Zeitschrift 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.

1970er 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".

konsument

konsument
EIER-TEST

1970
konsument

10/1972
Konsument
Preisfieber bei Fieberthermometern
Waschbare Steppdecken

Konsument
Test Autoservice: Wenig Erfreuliches

Konsument
BERATUNGSZ
fernsehen nach Mass

Fotos: VKI

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 – Schiedsstellen 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. November 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 das Testmagazin 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 Abonnentenzahlen steigen in diesem Jahr von 16.900 auf 31.800.

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 Verein für Konsumenteninformation wird als ein zur Verbandsklage berufener Verband anerkannt.

1980er 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.

Konsument
Nicht alle sind kostenfrei

Konsument
Test Sekt und Champagner:
Die Erstklassigen

Konsument
Wohnmobile zum Mieten
Ruhe Sitten bei Krediten
Etikettenschwindel bei Eiern
Time-Sharing:
Lockmittel Traumurlaub

Konsument
Wie frisch ist unser Fleisch?

Konsument
Den Preisagenturen auf der Spur

Fotos: VKI

WHICH
Konsument

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).

1990er 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, dem Dachverband der europäischen Verbraucherorganisationen. 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 Abonnentenzahlen 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 nun 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 Verbraucherkrediten. 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.

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 ..... **Mag. Rudolf Schiessl**
- seit 11/2005 ..... **Ing. Franz Floss**
- seit 4/2008 ..... **Dr. Josef Kubitschek**

Fotos: VKI

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.

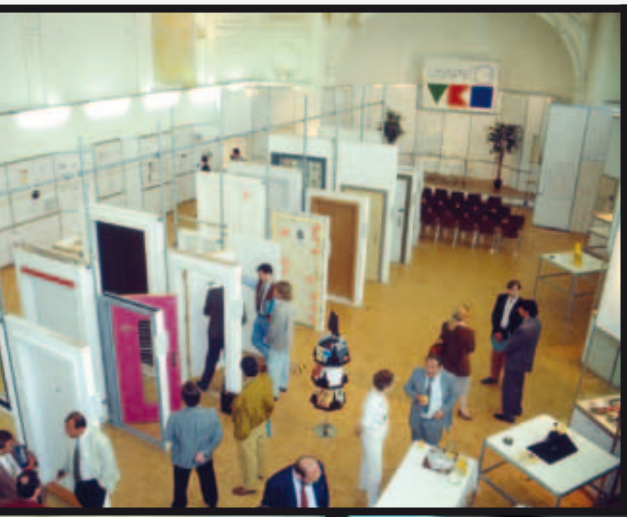
2002. Im April geht die Homepage www.konsument.at in völlig überarbeiteter Form online. Die Inhalte sind ab 2003 zum Teil kostenpflichtig.

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 Zinsenstreit 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

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**



Fotos: VKI

Medizinprodukten fühlt KONSUMENT auch Ärzten, Apothekern und Kliniken auf den Zahn und übernimmt damit europaweit 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. 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-Abonnement kommt auf 45 Euro (statt 39,24 Euro). Eine umfassende Novelle des Gesetzes gegen den Unlauteren Wettbewerb (UWG) im Dezember legitimiert den VKI, auch gegen aggressive Werbung vorzugehen.

2008. Im Zuge der Finanzkrise im Herbst 2008 wenden sich rund 7.000 AWD-Kunden mit Beschwerden an den VKI: Ihnen seien von AWD-Beratern Immobilienaktien als „so sicher wie ein Sparbuch", als „mündelsicher" oder gar als „Immobilienfonds" vermittelt worden. Entgegen all diesen Zusagen waren die Aktien-Kurse 2008 ins Bodenlose gestürzt und hatten sich nur sehr bescheiden erholt. Im Dezember bringt der VKI eine Verbandsklage und drei Musterprozesse gegen den Allgemeinen Wirtschaftsdienst (AWD) ein. Der VKI wird vom Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz zudem mit der Organisation von Sammelklagen betraut.

2009. Die neue Website des Europäischen Verbraucherzentrums (www.europakonsument.at) geht Ende März online. Am 31. August startet auch www.konsument.at mit dem neuen Content-Management-System in den Vollbetrieb. In der Causa AWD schließen sich 2.500 Geschädigte den Sammelklagen des VKI gegen den AWD an. Der Streitwert beträgt rund 40 Millionen Euro.

2010. Seit Juli 2010 bieten der VKI und das Europäische Verbraucherzentrum die Konsumentenberatung in neuen Räumlichkeiten an. Die Adresse bleibt gleich: Mariahilfer Straße 81, 1060 Wien. Erstmals führte das Netzwerk der Europäischen Verbraucherzentren (ECC-Net) unter der Federführung des Europäischen Verbraucherzentrums Österreich (EVZ) eine Preiserhebung der Ticketpreise von Skigebieten in 20 europäischen Ländern durch. Im Juni 2010 führt der Verein für Konsumenteninformation eine Kostenpflicht für die zeitlich begrenzte Nutzung der Testplaketten ein. Im Oktober 2010 wird der Preis für ein KONSUMENT-Abonnement von 45 auf 48 Euro erhöht.

Foto: Martina Draper

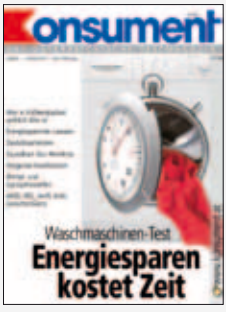
Foto: Martina Draper

Foto: Martina Draper

Foto: Martina Draper

Foto: VKI/Srna

Foto: VKI/Srna



2011. Der VKI und das Testmagazin KONSUMENT feiern ihr 50jähriges Jubiläum, u.a. mit einer kostenlosen Beratungswoche, einer Jubiläumsbeilage in KONSUMENT und einer DVD-Sammlung aller KONSUMENT-Ausgaben seit 1961. Der VKI erringt ein erstes Urteil, das sich inhaltlich mit dem Verbot von Kinderwerbung auseinandersetzt. Das Europäische Verbraucherzentrum (EVZ) organisiert in Wien und in Innsbruck den ersten Fluggastrechte-Informationstag. Der VKI testet erstmals österreichische Supermärkte auf deren Nachhaltigkeit.

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, Verbrauchererziehung und -bildung, 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 die 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 Kennt-

nis 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 Mitgliederver-

sammlung 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 Geschäftsführungsagenden 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 auf Grund 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.

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 Früholz

Bereichsleitung Recht
Dr. Peter Kolba

Bereichsleitung Untersuchung
Ing. Franz Floss

Grafische Gestaltung
VKI, Herstellung

Umschlagbild
VKI

Druck
Holzhausen Druck GmbH
1140 Wien

Verlags- und Herstellungsort
Wien, Juni 2012

Printed in Austria

Wir sind bemüht, so weit wie möglich geschlechtsneutrale Formulierungen zu verwenden. Wo uns dies nicht gelingt, gelten die entsprechenden Begriffe im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für beide Geschlechter.

Verein für Konsumenteninformation, Wien
www.konsument.at