

Stellungnahme der Verbraucherzentrale NRW zum Antrag
„Gelingende Integration von Flüchtlingen. Ein Integrationsplan für NRW“

für die Anhörung am 06. April 2016

vor dem Ausschuss für Klimaschutz, Umwelt, Naturschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz
des Landtags NRW

Einleitung:

Das Vorhaben des Landtags die Integration der nach NRW kommenden Menschen durch konkrete Maßnahmen zu erleichtern begrüßt die Verbraucherzentrale NRW ausdrücklich. Vor allem den präventiv gesetzten Fokus, der auch Maßnahmen zur Stärkung der Alltagskompetenz beinhaltet. Hier wird das Tor geöffnet, um den im Teilhabe- und Integrationsgesetz schon verankerten Auftrag, "Menschen mit Migrationshintergrund in ihrer Rolle als Verbraucherinnen und Verbraucher im Marktgeschehen zu stärken und die interkulturelle Öffnung der Verbraucherberatung und Verbraucherbildung voran(zu)bringen" (Teilhabe- und Integrationsgesetz §9.7).

In der aktuellen Studie der EU-Kommission "Consumer vulnerability across key markets in the European Union"¹ wird nach Ursachen und Umständen unterschieden, die Menschen vorübergehend/bzw. situationsbezogen zu besonders verletzlichen Verbrauchern machen. Dies trifft auf Geflüchtete in besonders hohem Maße zu, da sie in ihren Herkunftsländern mit z. T. deutlich anderen Konsumkulturen, Rechtssystemen und Problemlösegewohnheiten sozialisiert wurden, die häufig selbstverständlich auch auf den deutschen Markt übertragen werden, hier aber vielfach zu prekären Situationen führen. Sprachbarrieren, komplizierte Texte, beschönigende Werbeaussagen, schwer verständliche Bedienungsanleitung und gegebenenfalls der Wunsch nach Teilhabe an der hier vorherrschenden Konsumkultur, verstärken für die Gruppe der zu uns kommenden Menschen das Problem. Hinzu kommen noch unseriöse Geschäftsgebaren, die gezielt die Unwissenheit bestimmter Bevölkerungsgruppen ausnutzen, um ihren eigenen Gewinn zu maximieren.

An die Beratungsstellen der Verbraucherzentrale NRW wenden sich immer wieder Geflüchtete, bei denen das Zusammenspiel dieser Faktoren eine Rolle spielt.

- Beispielsweise werden häufig mehrfach Handyverträge abgeschlossen, in der Annahme, dass es sich hierbei um einen Prepaid-Tarif handelt. Es besteht häufig kein Bewusstsein darüber, dass ein Zweijahresvertrag abgeschlossen wird, der monatlich bezahlt werden muss, da es in vielen Ländern dieses Vertragssystem nicht zu geben scheint.
- Bei den Auslandsoptionen der Handytarife sind in manchen Fällen die relevanten Herkunftsländer nicht enthalten. Fehlendes Wissen über Tarifoptionen führt zu hohen Rechnungen und erschwelter Kostenkontrolle.
- In Flüchtlingsunterkünften werden von Unternehmen bspw. Telefon- bzw. Medienverträge betrieben, die aus Unwissenheit oder fehlender technischer Ausstattung nicht genutzt werden.
- Urheberrechtlich geschützte Dateien werden unbeabsichtigt heruntergeladen und womöglich weitergegeben. Abmahnungen wegen Urheberrechtsverletzungen sind die Folge.

¹ 1 Frei übersetzt: „Verbraucherverletzlichkeit in Schlüsselmärkten der Europäischen Union“
http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/vulnerability/index_en.htm

Für einige mag es sich hierbei um kleine Beträge handeln. Bei einem sehr begrenzten Budget, kann dies allerdings schnell zu ernsteren Problemen führen. Gepaart mit Versprechungen über "0% -Finanzierungen" oder ungeplanten Folgekosten kann hier schnell der Grundstein für den Start einer neuen Existenz mit Schulden gelegt werden. Dies ist nicht nur für jeden Einzelnen – unabhängig von Bleibeperspektiven oder -wunsch – keine wünschenswerte Perspektive, sondern auch in gesellschaftlicher Hinsicht ein Problem, wenn langfristig die Sozialkassen belastet werden.

In vielen der oben genannten Fälle kann nachsorgend in der Beratung geholfen werden. Jedoch kann davon ausgegangen werden, dass bislang nur ein geringer Teil der Probleme tatsächlich den Weg in die Beratung finden. Denn um dahin zu kommen, muss als Erstes das Tabu aufgebrochen werden über finanzielle Probleme zu sprechen und sich Hilfe zu holen. Unterstützende Einrichtungen, wie die Verbraucherzentrale NRW, müssen bekannt sein und es muss das Vertrauen bestehen, dass die Inanspruchnahme von Beratung sowie das Eingestehen von Problemen keine Auswirkungen auf Asylverfahren oder Bleibeperspektive haben.

Daher unterstützen wir den Vorschlag der Erstellung und Entwicklung eines Basispakets zur Stärkung der Konsumkompetenzen. Aus unserer Sicht sollten mit einem derartigen Basispaket folgende Ziele verfolgt werden:

Ziele eines Basispakets:

- Die zu uns kommenden Menschen haben einen Überblick über die hier geltenden Regeln beim alltäglichen Konsum und steigern ihre Verbraucherkompetenzen.
- Es werden die Grundlagen geschaffen, um Fehlentscheidungen mit Folgeproblemen zu verhindern. Dies schafft eine Basis für eine finanzielle und soziale Stabilität.
- Die existierenden Unterstützungs- und Beratungsangebote sind bei den Geflüchteten bekannt und werden in Anspruch genommen.
- Die Akteure in den Kommunen – Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Verwaltung, der Wohlfahrtsverbände, der ehrenamtlichen Initiativen und der Wohlfahrtsverbände – sind miteinander vernetzt und kennen die Angebote untereinander.
- Existierende Strukturen und Angebote werden mit neuen Angeboten verknüpft und erzeugen Synergieeffekte.
- Unseriöse Anbieter werden ins Visier genommen.

Insgesamt wird damit ein Beitrag zu einer verbesserten Integration geleistet und die Willkommensstruktur gestärkt.

Erste Erfahrungen aus der Arbeit mit Geflüchteten:

In einem ersten Schritt hat die Verbraucherzentrale NRW auf der Basis der schon bekannten Fragen von Geflüchteten auf einer Internetseite www.vz-nrw.de/fluechtlingshilfe rechtliche Informationen, Empfehlungen und Handlungsoptionen zusammengestellt. Diese richten sich v. a. an die Helfer – den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Verwaltung sowie den haupt- und ehrenamtlichen Unterstützern. Einige Informationen, v. a. aus dem Mobilfunkbereich, sind mehrsprachig vorhanden.

In Kommunen werden mit unterschiedlichsten Kooperationspartnern Gespräche geführt, um die Beratungsangebote der Verbraucherzentrale NRW auch für die Geflüchteten selbst (unterstützt durch Sprachmittler) leichter zugänglich zu machen.

Alle Menschen – auch die Geflüchteten – erhalten in den Beratungsstellen der Verbraucherzentrale NRW Unterstützung.

In einem Marktcheck wurde der Zugang zu Girokonten für Flüchtlinge unter die Lupe genommen und festgestellt, dass die Umsetzung der Übergangsregelung der BaFin noch holprig von den Banken umgesetzt wird.

In einigen Kommunen wurden einzelne Veranstaltungen für Multiplikatoren und in Ausnahmefällen - wie in den Quartiersprojekten in Bonn und Köln - auch mit Geflüchteten durchgeführt. Aus den gewonnenen Erfahrungen, dem Feedback und aus Erfahrungen und Studien über die Arbeit mit Migrantinnen ziehen wir folgende Schlüsse:

- Die Zielgruppe der Geflüchteten kann am besten mit mündlicher Information erreicht werden. Zum einen, da in vielen Herkunftsländern mündliche Absprachen einen höheren Stellenwert haben und schriftliche Informationen nur begrenzt wahrgenommen werden. Zum anderen fällt es Menschen, die gerade eine neue Sprache mit einer neuen Schrift erlernen, schwer, sich schriftliche Informationen zu erschließen.
- Informations- und Bildungsangebote richten sich v. a. an bestehende Gruppen und finden an den Orten statt, an denen sich die Menschen aufhalten. Hier kommen auch Peer-to-peer Ansätze zum tragen.
- Veranstaltungen mit Gruppen, die miteinander vertraut sind, ermöglichen eine größere Offenheit über persönliche Erfahrungen/Probleme zu sprechen und diese dann auch gemeinsam zu lösen. Dies trägt auch zum "Self-Empowerment" bei und leistet einen Beitrag im Rahmen der Bildung für nachhaltige Entwicklung.
- Die Umsetzung erfolgt am besten durch Fachkräfte, die sowohl einen verbraucherrechtlichen Background, interkulturelle Kompetenz sowie ein breites methodisches Spektrum haben und an die Erkenntnisse von Deutsch als Fremd/Zweitsprache und die Erwachsenenbildung anknüpft. Das Feedback von Lehrkräften aus Integrationskursen sagt eindeutig, dass die Verbraucherfragen dort gestellt werden, diese aber fachlich so komplex sind, dass Expertenwissen vonnöten ist. Die Basis der Vermittlung bezieht sich auf die Grundsätze der Bildung für nachhaltige Entwicklung.

Für die Arbeit mit den hier neu ankommenden Menschen gibt es aus der Perspektive der v. a. längerfristig bindenden Konsumentenscheidungen (Verträge, Kredite) zwei sensible Phasen, in denen die Menschen besondere Unterstützung bedürfen.

1. Ankunft mit erster Orientierung

Hier werden Entscheidungen getroffen über Handyverträge samt Internetzugang, Möglichkeiten der Girokontoeröffnung und der Gesundheitsversorgung sowie der entsprechenden Bezahlung. Zahlungswege in die Heimatländer spielen eine Rolle. Auch werden Themen der Nachhaltigkeit und des Klimaschutzes relevant. Die Anwendung der hier genutzten Systeme bspw. der Müllentsorgung und -trennung können einen Beitrag zum sozialen Frieden in der Nachbarschaft leisten. Die hierzulande eingesetzten Systeme der Heizung, Warmwasserbereitung sind häufig unbekannt und werden daher falsch eingesetzt. Von Bedeutung werden somit auch Maßnahmen zur Prävention von Schimmel in Wohnungen, die zum einen für die Bewohner gesundheitsförderlich und zum anderen hilfreich zur Sicherung der Qualität des Wohnungsbestands sind.

2. Einzug in eine eigene Wohnung

Beziehen die Menschen eine eigene Wohnungen, müssen eine Vielzahl an Verträgen selbständig abgeschlossen und bezahlt werden. Hier werden Verträge mit Energieversorgern und

Telekommunikations- und Rundfunkunternehmen abgeschlossen. Es stellt sich die Frage nach wichtigen Versicherungen, die offensiv vermarktet werden. Wohnungseinrichtungen werden angeschafft, auch für die Mobilität will gesorgt sein. Der Rundfunkbeitrag wird fällig, bzw. es muss ein Antrag zur Befreiung gestellt werden, etc. Auch die Konsequenzen dieser Verträge müssen verdeutlicht werden. Z. T. sind die Energiekosten in den Herkunftsländern stark subventioniert, so dass mit diesem Kostenblock in der Größenordnung nicht gerechnet wird. Auch ist das hier gängige Verfahren mit Abschlagszahlen und einer jährlichen Abrechnung (die in vielen Fällen zu Nachzahlungen führt) nicht bekannt.

Maßnahmepakete für ein Basispaket:

- **Vernetzung und Öffentlichkeitsarbeit:**
Ein wichtiger Teil eines Basispakets ist die Vernetzung der lokalen, regionalen und landesweiten Strukturen. Nur so kann ein guter Zugang zur Zielgruppe gewährleistet werden und eine qualifizierte Verweisstruktur auf allen Ebenen - vom Quartier bis hin zur Landesebene entstehen. Die Strukturen in den einzelnen Kommunen in NRW sind sehr unterschiedlich, v. a. auch bzgl. der unterstützenden professionellen und ehrenamtlichen Angebote. Daher müssen in den Regionen die vorhandenen Akteure zusammen gebracht werden. Die kommunalen Integrationsagenturen und Kommunalen Integrationszentren spielen hierbei eine zentrale Rolle. Mit ihren 60 Beratungsstellen bietet die Verbraucherzentrale NRW hier einen guten Anknüpfungspunkt, um die dezentralen kommunalen, regionalen sowie landesweiten Akteure weiter zu verstärken und ihre Kompetenzen einzubringen. Die Vernetzung erfolgt durch Beteiligung, aktive Öffentlichkeitsarbeit, und eigene Veranstaltungen, die weitere Akteure einbeziehen.

- **Entwicklung von Schulungs/Informationseinheiten**
In den Integrations- und Orientierungskursen sind Grundlagen der Konsum- und Alltagskompetenz vorgesehen. Diese sprechen einige Themengebiete an, können jedoch die ganze Bandbreite der Problemfelder und aktuelle Entwicklungen bei weitem nicht abdecken. Die aktuellen Entwicklungen v. a. bei Angeboten im Telekommunikationssektor, Energiemarkt oder auch die Komplexität von Vertragstexten ist in diesem Rahmen schwer darstellbar. Daher besteht Bedarf Materialien und Schulungseinheiten zu entwickeln, die als Basis für verschieden Aktivitäten dienen:
Zum einen können auf dieser Grundlage Multiplikatoren, wie Lehrkräfte in Integrationskursen, Ehrenamtliche Helfer, Sozialarbeiter, etc. geschult werden, die ihr Wissen weiter geben können.
Diese Wissensbasis kann genutzt werden, um für die Gruppe der Menschen, die in der Lage sind, sich komplexes Wissen selbst anzueignen, medial aufbereitet werden. Somit können diese Informationen zum Teil mit bestehenden Apps und Internetseiten verknüpft werden und über geschicktes Marketing an die Zielgruppe gebracht werden.

- **Schulungen/Workshops für die Geflüchteten selbst**
Besonders zielführend erscheint es uns mit geschulten Fachkräften direkt mit Gruppen von Geflüchteten zu arbeiten. Hierzu werden thematisch auf die anstehende Lebenssituation angepasste Themen aufbereitet und mit bestehenden Gruppen bearbeitet. Das können in ehrenamtlichen Sprachkursen Fragen rund ums Telefon, Internet, Urheberrechtsverletzungen sein. Gruppen, die gerade dabei sind, ihren Einzug in eigene Wohnungen zu planen können sich mit den anstehenden Fragen rund um die Wohnung: Energieversorgung, Telekommunikation, Bedienung der Heizung, Schimmelprävention, etc. beschäftigen.
Idealerweise geschieht dies jedoch in Modulen unmittelbar in den Integrations- und

Orientierungskursen. Sofern diese Einheiten von den Fachkräften der Verbraucherzentrale durchgeführt würden, könnten zusätzlich die dort aufgetretenen Fragen der Teilnehmer und Teilnehmerinnen aufgegriffen und bearbeitet werden.

- **Eingreifen bei unlauterem Geschäftsgebaren**

Wir gehen davon aus, dass durch den intensiveren Kontakt mit den Geflüchteten unlautere Angebote, Verkaufsmaschen, die gezielt die Unwissenheit von Geflüchteten ausnutzen früher und besser erkennen zu können. Dann kann mit gezielten Aktionen, wie Information, Abmahnungen oder ähnlichem eingegriffen werden und dieses Handeln unterbunden werden.

Ansprechpersonen für Rückfragen:

Wolfgang Schuldzinski, Vorstand der Verbraucherzentrale NRW,
vorstand@verbraucherzentrale.nrw, Tel: 0211-3809-119

Petra Maier, Leiterin Stab Bildung und Forschung,
petra.maier@verbraucherzentrale.nrw, Tel: 0211-3809-278