



Verbraucherzentrale
Bayern

Unsere Arbeit für die Verbraucher 2025



**Beratung.
Information.
Bildung.
Interessenvertretung.**

**Aus Gründen der besseren Lesbarkeit
wird bei Personenbezeichnungen die
männliche Sprachform verwendet.
Sämtliche Bezeichnungen gelten
grundsätzlich für alle Geschlechter.**

Inhalt

Grußwort	3
Das Jahr in Zahlen	4
Ereignisse im Überblick	5
Verbraucherberatung	6
Beratung – individuell, unabhängig und verlässlich	6
Hilfe für Geflüchtete	8
Verbraucherstimmen	10
Finanzdienstleistungen	11
Marktbeobachtung	13
Recht und Digitales	14
»Wirtschaftlicher Verbraucherschutz«	17
»Verbraucherschutz in ländlichen Regionen für junge Menschen«	18
Statement der Vorständin	20
Lebensmittel und Ernährung	22
Landesschwerpunkt Vollkorn	22
Außer-Haus-Verpflegung	24
Ernährungsarmut	25
Energie, Umwelt und Nachhaltigkeit	26
Umweltbildung mit Ausstellungen, Vorträgen und Schulprojekten	28
Politische Arbeit	29
Medien- und Öffentlichkeitsarbeit	31
Finanzen, Personal, Verwaltung	32
Organisation	34
Über die Verbraucherzentrale Bayern	36
Impressum	38





Liebe Leserinnen und Leser,

in einer Zeit, in welcher das Internet und damit auch der Online-Handel unser tägliches Leben immer stärker durchdringt und in nahezu alle Verbraucherbereiche hineinwirkt, rücken neben Fragen der Produktsicherheit neue Herausforderungen in den Mittelpunkt unseres gemeinsamen Handelns als Hüter des Verbraucherschutzes. Auch zunehmend andere digitale Risiken, wie Datenmissbrauch, Identitätsdiebstahl und Überschuldung gewinnen rasant an Bedeutung.

Die digitale Transformation bietet einerseits enorme Chancen – sie erleichtert den Zugang zu einer Vielzahl von Waren, Informationen und Dienstleistungen. Plattformen und globale Marktplätze ermöglichen es, Waren aus Drittstaaten mit nur wenigen Klicks zu bestellen. Auf diese Weise erreichen aber mitunter gefährliche Produkte deutsche Haushalte – von mangelhaft verarbeitetem Spielzeug mit verschluckbaren Kleinstteilen über Textilien, die mit giftigen Chemikalien behandelt sind, bis hin zu Elektrogeräten, die nicht den europäischen Sicherheitsnormen entsprechen. Andererseits eröffnet diese Transformation die angesprochenen neuen und bislang unbekannten Gefahren. Über soziale Medien erhalten die Menschen oft ungeprüfte oder falsche Informationen und Empfehlungen, die in die Irre führen. Der Verbraucherschutz des 21. Jahrhunderts unterliegt daher einem ständigen Wandel.

Eigenverantwortung der Verbraucherinnen und Verbraucher ist nach wie vor wichtig. Sie stößt jedoch an ihre Grenzen, wenn die Informationsbasis unvollständig oder manipuliert ist. Deshalb ist Aufklärungs- und Bildungsarbeit das zentrale Gegenmittel. Die Verbraucherzentrale Bayern ist dabei der unverzichtbare Kompass, der Verbraucherinnen und Verbraucher sicher durch die digitale Welt führt. Sie gibt Orientierung, prüft Fakten und steht uns als verlässliche Stimme zur Seite. Mit ihren Expertinnen und Experten ist sie eine wichtige Anlaufstelle, die kontinuierlich neue Angebote entwickelt – digital und analog –, zugeschnitten auf die Bedürfnisse der Menschen.

Nur wenn Marktüberwachung, grenzüberschreitende Kooperation, technologische Frühwarnsysteme und starke Verbraucherverbände Hand in Hand arbeiten, können sich die Bürgerinnen und Bürger in der digitalen Welt sicher zurechtfinden. Ich freue mich auf die weitere Zusammenarbeit mit der Verbraucherzentrale Bayern.

Thorsten Glauber, MdL

Bayerischer Staatsminister für
Umwelt und Verbraucherschutz

Das Jahr in Zahlen

Resonanz 2025

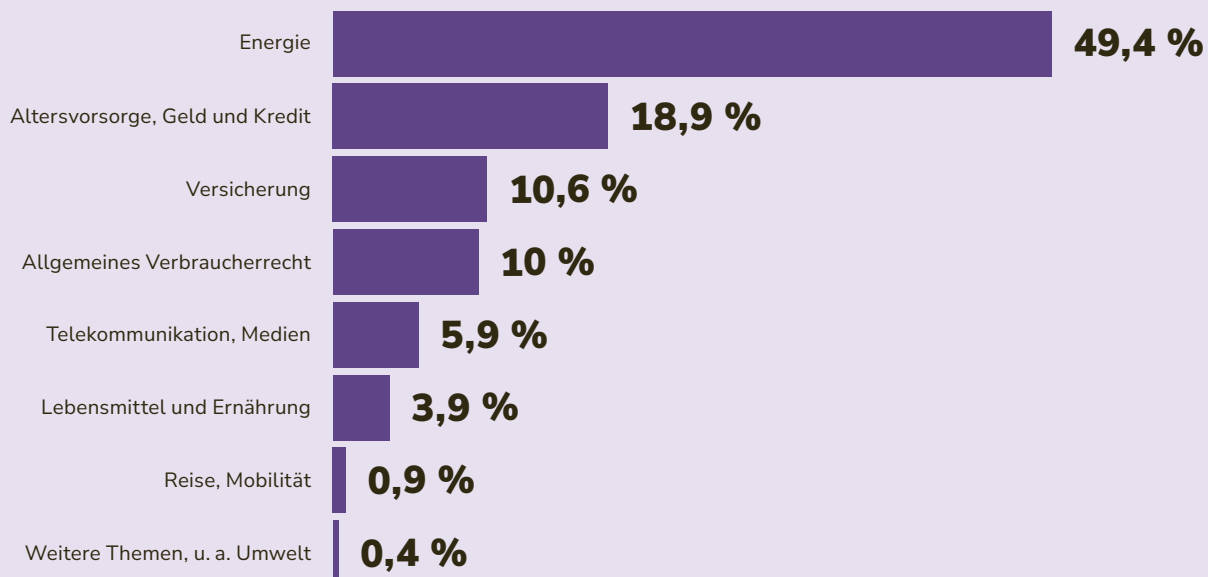
Beratungen	36.916
Auskünfte (u. a. Kurzinfos, Verweise)	56.440
Teilnehmende an Veranstaltungen	80.976
Newsletter-Abonnenten	9.818
Internetkontakte (eindeutige Seitenansichten) Die Zahl gibt die eindeutigen Seitenansichten auf verbraucherzentrale.bayern wieder.	1.630.007

Inhalte der Beratungen 2025

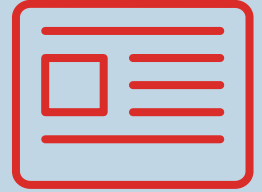
Die einzelnen Werte sind gerundet.

Abweichungen von 100 Prozent in der Summe sind diesem Vorgehen geschuldet.

Pro Beratung können mehrere Themen angesprochen werden.



Ereignisse im Überblick



Januar Nach seiner Wiederamtseinführung entfacht Donald Trump einen transatlantischen Handelsstreit.

Februar CDU, CSU und SPD bilden eine Regierungskoalition und wählen Friedrich Merz am 6. Mai im zweiten Wahlgang zum Bundeskanzler.

Mai Mit »Verbraucherschutz2go« startet ein neues, zielgruppenoptimiertes Informationsangebot für junge Menschen im Internet und auf Instagram. Mit kurzen und prägnanten digitalen Inhalten sollen junge Menschen für ihre Rechte in der Konsumwelt sensibilisiert werden.



instagram.com@
verbraucherschutz_togo



März Der noch amtierende Bundestag verabschiedet mit Unterstützung des Bündnis 90/ Die Grünen ein Sondervermögen für Klimaschutz und Infrastruktur in Höhe von 500 Milliarden Euro sowie eine Lockerung der Schuldenbremse.

Juni Die Internetadresse der Verbraucherzentrale Bayern lautet nun verbraucherzentrale.bayern. Dank der Top-Level-Domain »bayern« ist die Adresse kürzer und einprägsamer.

September Der Pauschalreise-Check der Verbraucherzentralen wird erweitert: Mit dem kostenlosen Online-Tool können Urlauber bei Problemen mit einer Pauschalreise in wenigen Schritten prüfen, ob ihnen Ansprüche gegenüber dem Reiseveranstalter zustehen.



verbraucherzentrale.bayern/
pauschalreisecheck

Juli Die Verbraucherzentrale Bayern präsentiert einen überarbeiteten Markenauftritt, ein neues Corporate Design und einen Claim: »Stark für mich.«

Dezember Die Verbraucherzentrale Bayern startet eine neue, kostenlose Prüfung von bis zu drei Wärmepumpen-Angeboten für Hauseigentümer. Energie-Experten bewerten die Angebote, beraten zu Fördermöglichkeiten und weisen Verbraucher auf versteckte Kosten hin.

November Der Verbraucherreport 2025 zeigt: Mehr als die Hälfte der bundesweit erfassten Beschwerden betrifft inzwischen die digitale Welt (57 Prozent). Dazu zählen unter anderem Fakeshops, untergeschobene Verträge oder manipulative Designs. 54 Prozent der Befragten fühlen sich online eher nicht oder gar nicht gut geschützt.

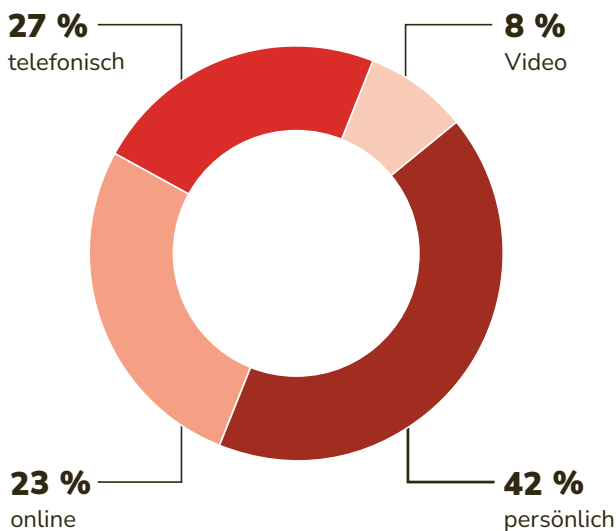


Verbraucherberatung

Beratung – individuell, unabhängig und verlässlich

Unseriöse Internetfirmen und Fakeshops machten 2025 Verbrauchern das Leben immer wieder schwer. Mit verschiedenen Beratungsformaten verhalfen die Fachberater Ratsuchenden zu ihrem Recht und unterstützten sie bei einer Vielzahl von Fragen aus dem Verbraucheralltag.

Beratungswege



Weiterhin beliebt – persönlicher Kontakt bei der Beratung

Die persönliche Beratung in einer Beratungsstelle vor Ort bleibt mit über 40 Prozent Anteil an den Beratungen für Verbraucher der bevorzugte Weg, um Hilfe bei individuellen Problemen zu erhalten. Aber auch die Beratungswege über Telefon bzw. Video und die Online-Beratung nahmen Verbraucher 2025 gerne in Anspruch.

Insgesamt unterstützten die Fachberater der Verbraucherzentrale Bayern im Jahr 2025 Verbraucher in rund 9.100 Fällen mit einer Rechtsberatung. Bei über 15.400 Ratsuchenden konnten die Mitglieder des Serviceteams durch Verweise und Kurzauskünfte schnell und unbürokratisch weiterhelfen.

Vor-Ort-Beratung an 15 Standorten

Augsburg, Bamberg, Deggendorf, Germering, Gröbenzell, Hof, Kempten, Landshut, Memmingen, München, Nürnberg, Rosenheim, Schweinfurt, Weiden, Würzburg

765 Rechtsvertretungen

In einzelnen Fällen übernimmt die Verbraucherzentrale Bayern eine weiterführende Rechtsvertretung von Ratsuchenden gegenüber Unternehmen. Im Jahr 2025 waren dies 765 Fälle. Die meisten Auseinandersetzungen betrafen Verstöße gegen allgemeines Verbraucherrecht sowie verbraucherschädigende Praktiken in den Bereichen Telekommunikation und Internet.

Beratungsthema des Jahres: Online-Formularservices

Sehr häufig hatten es die Fachberater im Jahr 2025 mit digitalen Antragsdiensten zu tun, die Hilfe beim Ausfüllen von Formularen anbieten: Auf Websites, die durch Aufmachung und Titel der URL den offiziellen Seiten der Deutschen Post oder des offiziellen Rundfunkbeitragservice ähneln, werden Verbraucher dazu gebracht, eine kostenpflichtige Meldedienstleistung in Anspruch zu nehmen. Diese kann aber kostenfrei auf den offiziellen Websites erledigt werden. Für Verbraucher war nicht immer sofort erkennbar, dass es sich um kostenpflichtige Angebote privater Anbieter handelte. Die bezahlte



»Unsere Beratung schützt Verbraucher, schafft Orientierung und hilft, Ansprüche wirksam durchzusetzen – auch gegen immer raffiniertere, unlautere Praktiken.«

Felix Laufenberg, Referatsleiter Verbraucherberatung – Informations-, Qualitäts- und Wissensmanagement

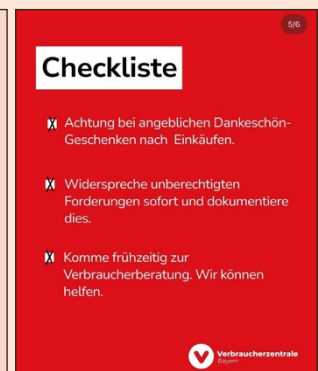
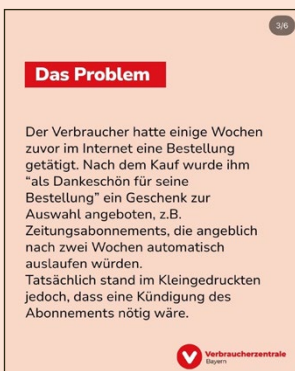
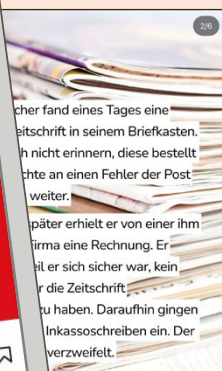
Leistung – wenn sie überhaupt erbracht wurde – beschränkte sich auf das Weiterleiten des Antrags an die jeweilige Behörde.

629 Beratungen zum Rundfunkbeitrag

2025 erhielten 629 Personen in den Beratungsstellen Hilfe zum Thema Rundfunkbeitrag. Darüber hinaus nahmen mehr als 141 Ratsuchende zu dem Thema eine individuelle Rechtsvertretung in Anspruch.

Neu: »Fall des Monats« auf Instagram

Mit einem monatlichen Post auf dem Instagram-Kanal der Verbraucherzentrale Bayern sensibilisiert das Referat Verbraucherberatung seit 2025 mit realen Fällen aus dem Beratungsalltag für typische Verbraucherfallen. Das Format erhöht den Wiedererkennungseffekt bei Betroffenen und erschließt neue Zielgruppen im Sinne der Prävention.



Instagram-Post zu Verbraucherfall



Die Referentinnen Bettina Große und Moussa Reem während eines Vortrags in Einfacher Sprache für die Sprachschule Freising

Hilfe für Geflüchtete

Die Maßnahmen im Jahr 2025 richteten sich an Geflüchtete unabhängig vom Herkunftsland und damit an eine erweiterte Zielgruppe. Das Bayerische Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz stellte Finanzmittel für Unterstützungsmaßnahmen bereit.



**Beratung erhielten
Geflüchtete per E-Mail an
gefluechtete@
verbraucherzentrale.bayern**

Folgende Angebote stärkten die Verbraucherkompetenz von Geflüchteten:

Persönliche, kostenfreie Beratung mit Übersetzung in jeder Sprache

Die Beratung erfolgte überwiegend per E-Mail und Übersetzungs-Tool – in komplexen Fällen telefonisch mit zugeschaltetem Dolmetscher. Knapp 200 Beratungen in elf Sprachen verdeutlichen den Beratungsbedarf. Rechtliche Fragen zu Verträgen, Rundfunkgebühren, Fakeshops, Inkasso, Abofallen und Haustürgeschäften standen im Vordergrund.

Vorträge in Einfacher Sprache

Das Themenportfolio in Einfacher Sprache wurde um das stark nachgefragte Thema »Verträge – Welche Rechte und Pflichten habe ich?« erweitert. Mit Online- und Präsenzvorträgen erreichte die Verbraucherzentrale Bayern Geflüchtete, Kooperationspartner und Multiplikatoren. Die Vorträge in Einfacher Sprache stellen bayernweit ein Alleinstellungsmerkmal dar und schließen eine bestehende Lücke im bayerischen Informations- und Bildungsangebot.

Inhouse-Schulungen in Einfacher Sprache

In Basis- und Aufbauworkshops bildeten sich 36 Mitarbeitende der Verbraucherzentrale Bayern weiter, um Informationen und Beratungen in Einfacher Sprache professionell gestalten zu können. Dadurch wurde die Kompetenz zur zielgruppenorientierten Kommunikation organisationsweit gestärkt.

Networking

Die Netzwerkarbeit wurde deutlich ausgebaut, da die erweiterte Zielgruppe zusätzliche Kooperationen mit Multiplikatoren möglich und nötig macht. Die Institutionen verbreiteten die Angebote über eigene digitale Kanäle und erhöhten dadurch die Reichweite.

Die Anzahl positiver Rückmeldungen von Geflüchteten, Kooperationspartnern und Multiplikatoren zu den zielgruppenorientierten Angeboten bestätigen deren Relevanz, Wirksamkeit sowie den bestehenden Bedarf.

Digitale Informationen in verschiedenen Sprachen

Dreiminütige Tutorials zu verbraucherrechtlichen Themen wurden in vier Sprachen übersetzt und auf der Internetseite sowie dem YouTube-Kanal der Verbraucherzentrale Bayern veröffentlicht.



**Tutorials auf
Deutsch, Türkisch,
Englisch, Ukrainisch
und Russisch**

[youtube.com/
@verbraucherzentralebayern/
playlists](https://youtube.com/@verbraucherzentralebayern/playlists)



**Informationen auf
Ukrainisch**

[verbraucherzentrale-
bayern.de/ukraine](https://verbraucherzentrale-bayern.de/ukraine)



**Informationen für
Helfende**

[verbraucherzentrale-
bayern.de/ukraine-de](https://verbraucherzentrale-bayern.de/ukraine-de)



**Informationen in
verschiedenen Sprachen**

[verbraucherzentrale-
bayern.de/fremdsprachen](https://verbraucherzentrale-bayern.de/fremdsprachen)

Verbraucherstimmen

»Ich wollte der Verbraucherzentrale Bayern danken für ihren Einsatz bei der Sammelklage gegen die Sparkasse [...]. Wir erhielten 850 Euro zurück und freuen uns sehr!!! Allen ein herzliches Dankeschön!!!«

»Vielen herzlichen Dank für das sehr gute (und beruhigende) Telefonat heute. Ich werde Ihrer Empfehlung folgen und abermals einen Widerspruch nach Ihrem Musterbrief schicken.«

»Vielen Dank für Ihre Hilfe und Ihren Rat. Ich bin sehr dankbar, dass es Organisationen gibt, die die Rechte von Verbrauchern schützen, insbesondere von solchen, die mit dem deutschen Recht nicht vertraut sind.«

»Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung und das nette Telefonat. Ich habe mich gut beraten und verstanden gefühlt, herzlichen Dank an Sie. Wir haben alles wie besprochen versendet und freuen uns jetzt auf einen positiven Ausgang.«

»Dank Ihres Einsatzes konnte der Vorgang mit PayPal erfolgreich abgeschlossen werden, was mir große Erleichterung verschafft hat. Es ist beruhigend zu wissen, dass man sich in solch schwierigen Situationen auf die Hilfe der Verbraucherzentrale und auf so engagierte Fachberaterinnen wie Sie verlassen kann. Nochmals vielen Dank für Ihre Mühe und Ihre freundliche Begleitung durch den gesamten Prozess!«

Finanzdienstleistungen

Haus, Auto, Hund und Zahn – zu diesen Versicherungsthemen nahmen 2025 besonders viele Verbraucher eine Beratung durch die Verbraucherzentrale Bayern in Anspruch. Im Bereich Finanzen beschäftigten die Ratsuchenden vor allem die Riester-Rente und immer häufiger auftretende Fälle von Online-Betrug.

Schlechter Kundenservice von Banken

Statt Kundenservice mit menschlichen Ansprechpartnern erhalten Bankkunden oft nur noch Antworten von Chatbots, die bei komplizierten Fragestellungen an ihre Grenzen stoßen. Auch 2025 wendeten sich daher Verbraucher an die Rechtsberatung der Verbraucherzentrale Bayern. In vielen Fällen konnten erst mittels einer Rechtsvertretung Lösungen gefunden werden.

Riester-Auszahlungen enttäuschen oft

Viele Riester-Sparer sind enttäuscht, wenn ihre angesparte Rente ausgezahlt wird. Dann zeigt sich bei Millionen Verträgen, wie gering die tatsächliche Sparleistung oft ist. In Gesprächen mit Fachberatern erhielten viele Ratsuchende zum ersten Mal grundlegende Informationen zur Riester-Rente. Außerdem bekamen sie Unterstützung dabei, ihren Vertrag beitragsfrei zu stellen, Geld teilweise auszahlen zu lassen oder den Vertrag zu kündigen.

Abgeschlossen: Musterklagen zum Prämiensparen

Die beiden Musterklageverfahren mit rund



Die Beratungen im Überblick

Von 5.503 Finanzberatungen fanden 30 Prozent per Video statt. Insgesamt wurden rund 13.180 Finanzthemen mit den Verbrauchern besprochen.

Die Versicherungsthemen wurden 4.741 Mal nachgefragt.

Schwerpunkte in der Versicherungsberatung waren die Themen Krankheit, Pflege und Rente. Im Bereich Geldanlage berieten die Experten vor allem zu Investmentfonds und Spar-

5.000 Betroffenen gegen zwei Sparkassen gingen nach fünf Jahren zu Ende. Das Verfahren gegen die Stadtsparkasse München wurde mit einem gerichtlichen Vergleich abgeschlossen. Die Klage gegen die Sparkasse Nürnberg ergab eine Entscheidung, die überwiegend zugunsten der Prämiensparer ausfiel. Während die betroffenen Sparer in München eine zügige Auszahlung ihrer Forderungen erhielten, verzögerte die Sparkasse Nürnberg die



»In der unübersichtlichen Welt der Online-Investments schaffen wir mit unabhängiger Beratung und verlässlichen Informationen Orientierung für Verbraucher. Die konstant hohe Nachfrage bestätigt unsere Arbeit.«

Sascha Straub, Referatsleiter Finanzdienstleistungen,
Marktbeobachtung und Statistik

Bearbeitung von Auszahlungsanträgen so sehr, dass vielen Betroffenen die Verjährung droht.

Beratungen zur Krankenversicherung

Beitragserhöhungen in der gesetzlichen Krankenversicherung

Die Erhöhung des GKV-Höchstbeitrags Anfang 2025 steigerte sichtlich die Nachfrage vieler Besserverdienenden nach einem Wechsel in die private Krankenversicherung. In mehr als 270 Beratungen erklärten die Experten mögliche Beitragsvorteile, wiesen aber auch auf

potenzielle Nachteile hin, um gut überlegte Entscheidungen zu unterstützen.

Tarifwechsel in der privaten Krankenversicherung

In der privaten Krankenversicherung kam es 2025 erneut zu deutlichen Beitragserhöhungen. Rund 240 Verbraucher fühlten sich bei der Suche nach Alternativen überfordert und ließen sich beraten, etwa beim Wechsel in

Marktbeobachtung

Die Marktbeobachtung der Verbraucherzentrale Bayern macht verbraucherrelevante Fehlentwicklungen früh sichtbar und bildet die Basis für rechtliches Handeln sowie politische Forderungen. 2025 erfasste sie 43.529 Anfragen und Beschwerden.

Digitale Dienste

Besonders häufig kritisiert wurden digitale Dienste, die in Suchmaschinen an erster Stelle erscheinen und Gebühren für meist kostenlose Leistungen öffentlicher Stellen fordern.

Gesetzlich Krankenversicherte berichteten von kostenpflichtigen Terminen über doctolib: Das Landgericht Berlin verurteilte den Anbieter daraufhin wegen Irreführung.

Finanzbetrug

Im Finanzbereich dominierten Betrugsmaschinen mit angeblich lukrativen Geldanlagen, die oft über WhatsApp-Gruppen verbreitet wurden.

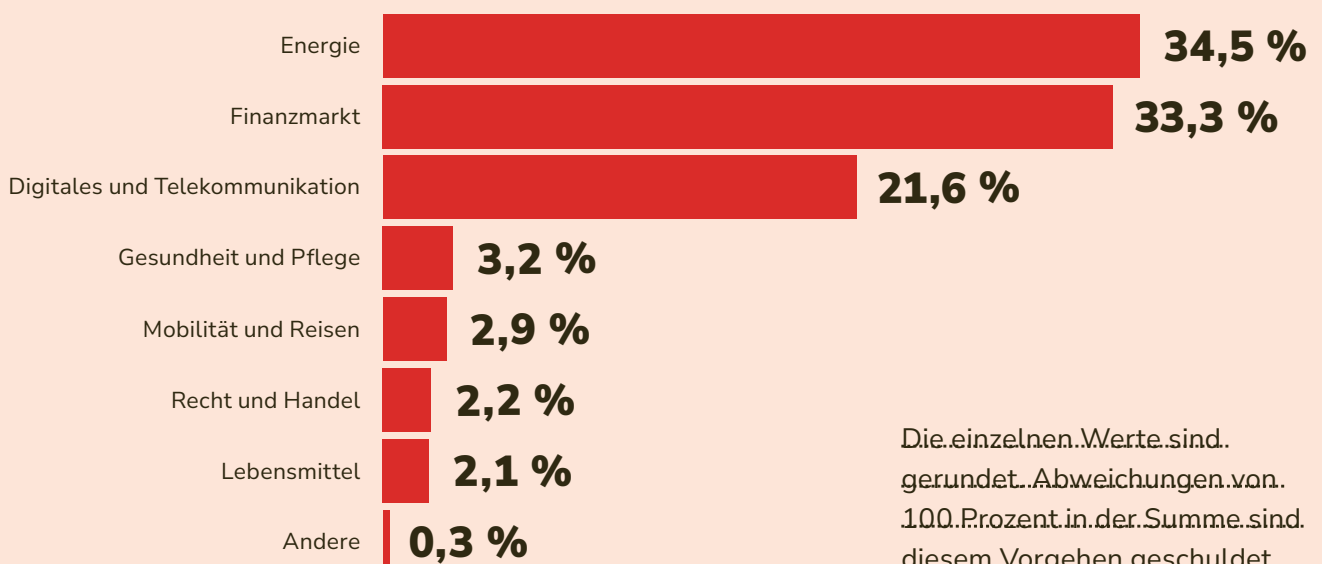
Energie-Registrierungen

Viele Verbraucher mit Photovoltaik-Anlagen, Wärmepumpen oder Wallboxen litten unter monatelangen Wartezeiten bei Netzbetreibern, was zu Einbußen durch verpasste flexible Tarife, Netzentgelt-Ermäßigungen oder Einspeisevergütungen führte.

Lebensmittel-Werbung

Die meisten Beschwerden betrafen unzulässige Gesundheitsversprechen für Nahrungsergänzungsmittel, dabei vor allem Fake-Werbung mit Prominenten für Cardio-, Diabetes-, Arthrose- oder Abnehmprodukte.

Themenschwerpunkte der Marktbeobachtung 2025



Recht und Digitales

Interaktive digitale Informationsangebote

Digitale Tools helfen Verbrauchern, ihre Rechte besser zu verstehen und durchzusetzen, etwa mit Hilfe von Checklisten oder Musterbriefen. 2025 entwickelte die Verbraucherzentrale Bayern mehrere neue Anwendungen, darunter Tools, die bei Ärger mit Reiseveranstaltern oder Fitnessstudios unterstützen. Zudem entstanden zwei digitale Angebote für junge Zielgruppen: das Game »Play or die dumb« und ein KI-Quiz. Spielerisch vermitteln sie Wissen zu Künstlicher Intelligenz, Taschengeld, Verträgen und sozialen Medien.

Digitale Tools	Abschlüsse bzw. Downloads
Datenlecks: Prüfen Sie schnell und kostenlos Ihre Ansprüche	3.380
Selbstbestimmt – Mein digitales Leben	2.761
Pauschalreise-Check: Hilfe bei Ärger mit dem Reiseveranstalter	1.998
Beschwerdebrief gegen schlechten Kundenservice erstellen	1.348
Tickettool – Festivals, Konzerte und Sportveranstaltungen: von Abbruch bis zu kurz	795

Beteiligung an Gesetzgebungsverfahren

Die Verbraucherzentrale Bayern brachte sich 2025 in mehreren Gesetzgebungsverfahren ein und legte konkrete Reformvorschläge vor:

Ticketmarkt In einem Positionspapier analysierte sie Missstände auf dem Erst- und Zweitmarkt und unterbreitete dem Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV) Vorschläge.

Kündigungsbutton Die Verbraucherschützer kritisierten, dass der gesetzlich vorgeschriebene Kündigungsbutton häufig nicht gesetzeskonform gestaltet wurde. Ein Überblickspapier dokumentierte problematische Gestaltungsbeispiele, die Verbraucher von einer Kündigung ihres Vertrags abhalten sollten.

Marktüberwachungsverordnung Gemeinsam mit anderen Verbraucherzentralen entstand ein Positionspapier zur Reform der Marktüberwachungsverordnung. Es verdeutlicht Probleme mit unsicheren Produkten auf Online-Marktplätzen und beinhaltet Lösungsvorschläge.

Verbrauchervertragsrecht/Widerrufsbutton Im Rahmen des Gesetzgebungsverfahrens zu Änderungen im Verbraucherrecht (BT-Drs. 21/1856) wurde Tatjana Halm, Referatsleiterin Recht und Digitales, als Sachverständige in den Bundesausschuss für Recht und Verbraucherschutz berufen.

Alle Stellungnahmen und Positionspapiere aus dem Referat Recht und Digitales sind hier zu finden:



[verbraucherzentrale.bayern/organisation/verbraucherzentrale/positionen-und-fachinformationen-recht-75184](https://www.verbraucherzentrale.bayern/organisation/verbraucherzentrale/positionen-und-fachinformationen-recht-75184)

Abzocke und Betrugsmaschen

Widerrufsprobleme, »China-Shops« und Fakeshops

Trotz des gesetzlichen Widerrufsrechts kam es bei Online-Bestellungen häufig zu Problemen. Verbraucher berichteten besonders oft von ausbleibenden Reaktionen auf Widerrufe, verzögerten oder ausbleibenden Rückzahlungen oder Rabattangeboten anstelle einer Rücknahme der Ware.

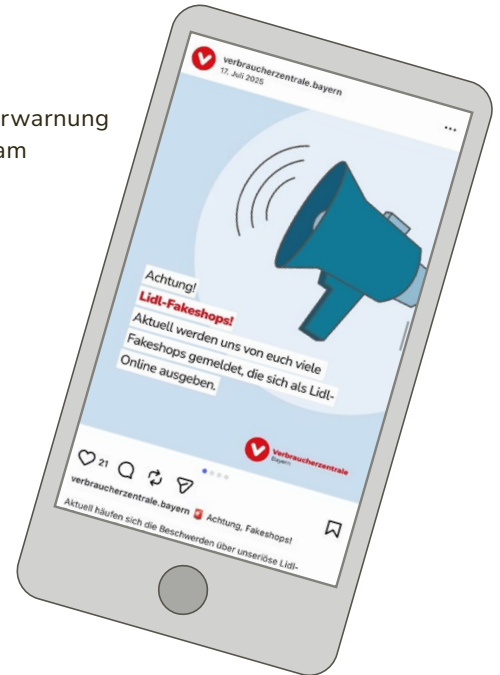
Die Probleme traten bei vermeintlich deutschen Online-Shops wie auch großen internationalen Plattformen wie Amazon, Shein und Temu sowie direkt in Asien betriebenen Shops auf. Besonders bei »China-Shops« zeigte sich oft erst später, dass der Anbieter nicht in Deutschland saß. Deutsche Domains (mit ».de«-Endung), deutschsprachige Seiten und vermeintlich familiäre Unternehmensgeschichten erzeugten Glaubwürdigkeit und Täuschung.

Da viele Verbraucher sich durch Werbung in sozialen Medien zum Kauf verleiten ließen, prüften sie die Seriosität des Shops oft weniger genau – ein Umstand, den unseriöse Anbieter gezielt ausnutzen.

Das Dauerproblem der Fakeshops, die mit günstigen Preisen locken, faktisch aber nicht existieren, wurde 2025 nicht kleiner. Nach der Bestellung wurde meist nicht geliefert und auf Nachfragen gab es keine Reaktion. Die Websites waren nach kurzer Zeit wieder offline – das Geld war für Betroffene fast immer verloren.

Auf ihrer Website und Instagram warnte die Verbraucherzentrale Bayern und gab Tipps.

Verbraucherwarnung auf Instagram



Falsche Preise im Supermarkt Verbraucher beschwerten sich immer wieder über höhere Preise an der Kasse als am Regal angegeben. Zudem warben Supermärkte mit vergünstigten App-Preisen in Prospekten, während der reguläre Preis oft kaum sichtbar war. Viele Käufer merkten erst an der Kasse, dass der günstige Preis nur mit der App galt. Das benachteiligte besonders ältere Menschen und Technikferne.

Klagen und Abmahnungen

Abmahnungen 2025 sprach die Verbraucherzentrale Bayern 32 Abmahnungen wegen Verstößen gegen Wettbewerbs-, AGB- und Verbraucherschutzgesetze aus. 19 Verfahren wurden bereits durch Unterlassungserklärungen abgeschlossen.

Marktcheck zum Influencer-Marketing Ein Marktcheck zeigte, dass Werbebeiträge vieler Top-Influencer auf Instagram unzureichend gekennzeichnet sind und gesetzliche Vorgaben wie die Impressumsangabe oft missachtet werden.

- Bei 23 von 26 Influencern wurden Verstöße festgestellt.
- Die Verbraucherzentrale Bayern hat 10 Influencer abgemahnt.
- 7 Influencer haben eine Unterlassungserklärung abgegeben.



Der Fakeshop-Finder

fakeshopfinder.de



»Verbraucherbildung und wirksame Rechtsdurchsetzung sind entscheidend, damit Verbraucher ihre Rechte kennen und zu ihrem Recht kommen. Wir setzen uns außerdem dafür ein, dass Verbraucherinteressen frühzeitig und ausgewogen in Gesetzen berücksichtigt werden.«

Tatjana Halm, Referatsleiterin Recht und Digitales

Unterlassungsklagen und Erfolge

Die Verbraucherzentrale Bayern führte 2025 insgesamt 16 Unterlassungsklageverfahren, davon neun neue Klagen, etwa gegen die TikTok Technology Limited und Amazon EU S.à r.l. Acht Verfahren konnten bereits erfolgreich abgeschlossen werden.



Kollektiver Rechtsschutz in Zahlen

- 32 neue Abmahnungen ausgesprochen
- 19 Verfahren positiv abgeschlossen
- 16 Unterlassungsklagen geführt



Am 24. November 2025 diskutierte Tatjana Halm (l.), Referatsleiterin Recht und Digitales, bei »Hart aber Fair« über Rabattaktionen und Bestellverhalten im Online-Handel. Im Mittelpunkt standen manipulative Online-Designs, unsichere Produkte und hohe Retourenquoten.

Rechtssicherheit bei neuen Gesetzen

schaffen In Verfahren gegen TikTok, Amazon und die Viagogo GmbH überprüfte die Verbraucherzentrale Bayern die Umsetzung des Digital Services Act (DSA). Ziel ist es, für mehr Transparenz und Rechtssicherheit in der digitalen Verbraucherwelt zu sorgen.

Erfolg gegen die PVZ Pressevertriebszentrale GmbH & Co. KG

Ein Erfolg wurde gegen die PVZ Pressevertriebszentrale erzielt. Das Unternehmen verpflichtete sich, künftig keine unberechtigten Forderungen – etwa bei untergeschobenen Zeitschriftenabonnements – mehr einzutreiben.

Projekt

»Wirtschaftlicher Verbraucherschutz«

Mit dem bundesweiten Projekt »Wirtschaftlicher Verbraucherschutz« (WVS) vermitteln die Verbraucherzentralen Menschen aller Altersgruppen alltagsnahe Rechtswissen. Auf Veranstaltungen, in Broschüren, einem Podcast, Social-Media-Beiträgen und interaktiven Online-Tools erhalten Ratsuchende Unterstützung, um ihre Rechte kennenzulernen und durchzusetzen. Bis Mitte des Jahres wurde das WVS-Projekt vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV) gefördert. Seit Juli 2025 ist das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV) zuständig.

Starke digitale Präsenz

Auch 2025 setzte das Projektteam einen Schwerpunkt auf digitale Angebote. Etablierte Formate wie der Podcast »Die Verbraucherhelden«, die Vortragsreihe »Lunch & Learn online«, die Videoreihe »#gewusstwie« oder Beiträge auf Instagram beantworteten regelmäßig wirtschaftlich-rechtliche Fragen aus dem Verbraucheralltag. Themen waren unter anderem Rechtsirrtümer im Supermarkt, Manipulation im Internet und Kontobetrug. Neu hinzu kamen digitale Anwendungen, etwa ein Tool zur Regelung des digitalen Nachlasses.

Kampagnen für mehr Sichtbarkeit

Mit gezielten Kampagnen erhöhte das Projekt WVS die Reichweite seiner digitalen Angebote deutlich. Ein Advertorial in den Online-Medien von Münchner Merkur und TZ sensibilisierte Leser für den bewussten Umgang mit Spuren, die man in einer digitalisierten Welt hinterlässt. Eine YouTube-Kampagne rückte die Videoreihe »#gewusstwie« in den Fokus.



Standbetreuung auf der Expo Würzburg, 25. Juli 2025

Präsent auch vor Ort

Auch mit Vorträgen, Multiplikatoren-Schulungen und Aktionsständen war das Projekt WVS aktiv. Auf der größten bayerischen Verbrauchermesse Consumenta in Nürnberg informierte das Projektteam zu Fakeshops, Dark Patterns und Künstlicher Intelligenz. Auf der Expo der Universität Würzburg tauschten sich Mitarbeiter mit Besuchern über aktuelle Entwicklungen zu KI aus.



Instagram-Post aus dem WVS-Projekt

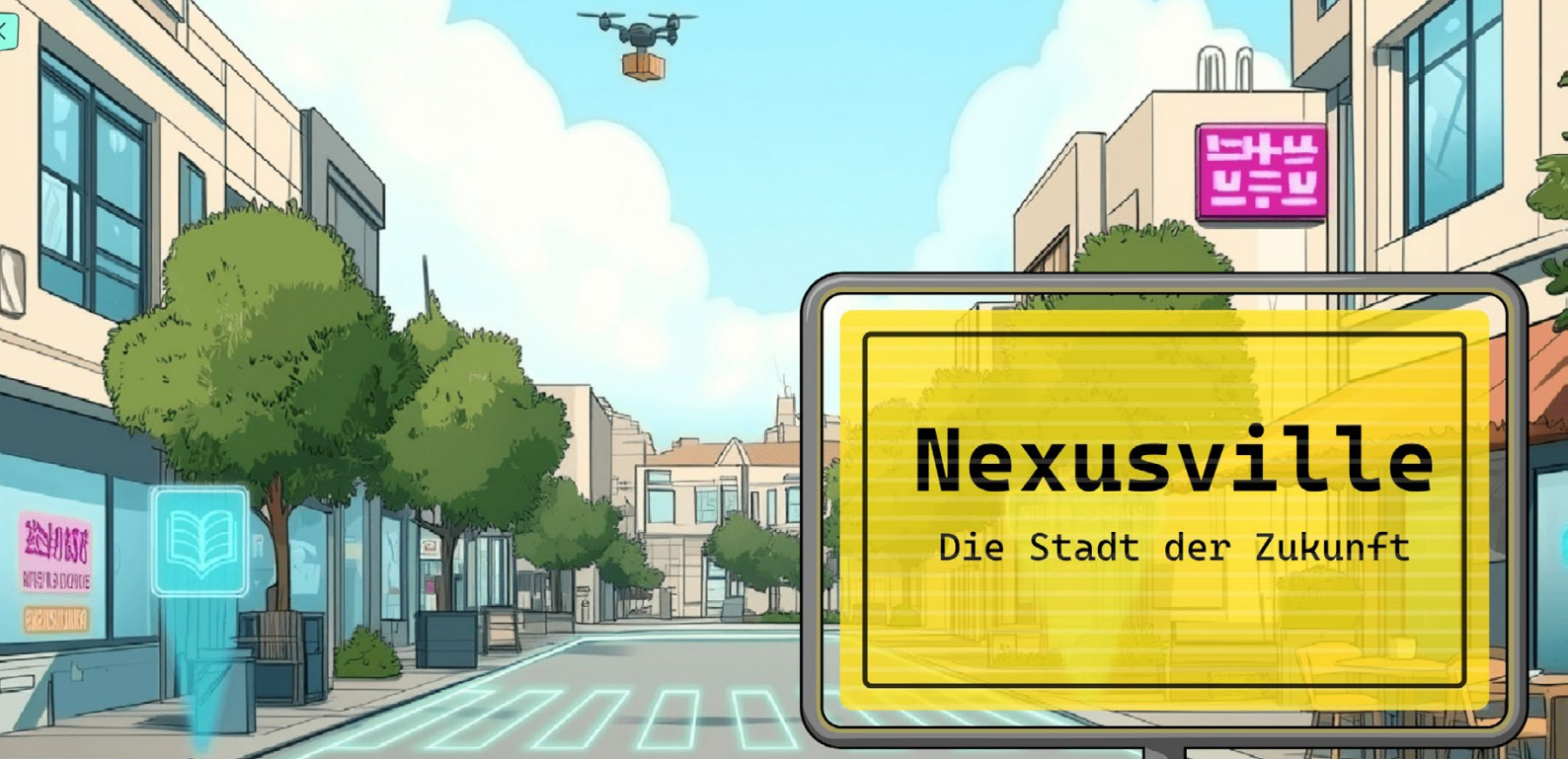


Illustration aus dem Spiel »Nexusville«

Projekt

»Verbraucherschutz in ländlichen Regionen für junge Menschen«

Das Projekt setzte sich auch im Abschlussjahr dafür ein, Jugendliche und junge Erwachsene vor unseriösen Anbietern zu schützen. Ziel war es, insbesondere junge Menschen im ländlichen Raum zu erreichen. In Kooperation mit der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen sowie mehreren Jugendverbänden und lokalen Vereinen standen Themen wie Digitalisierung, Finanzen und nachhaltiger Konsum im Fokus.

Zunächst förderte das Bundesministerium für Umwelt und Verbraucherschutz das Projekt, ab Mitte 2025 das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz.

Ideenwettbewerb »Landgemacht! Deine Ideen für Verbraucherschutz«

Die drei Gewinner des Ideenwettbewerbs konnten ihre Ideen mit Unterstützung des Projekts umsetzen. Den ersten Platz belegte der Verein Youthprotect mit dem Spiel »Nexusville«, einer interaktiven Lernplattform für Jugendliche zum Thema Online-Handel. Den zweiten Platz

erzielte eine Idee für eine interaktive Online-Plattform, bei der während der Wettkämpfe der »Martinschützen« im bayerischen Westerhofen aktuelle Verbrauchertipps in die digitale Ergebnisanzeige eingeblendet werden. Zum dritten Platz gekürt wurde die Idee des TSV Oberlauter in Oberfranken, einen Tauschschrank für gut erhaltene Sportkleidung ins Leben zu rufen.



[verbraucherschutz2go.de/
nexusville-die-stadt-der-zukunft/](https://verbraucherschutz2go.de/nexusville-die-stadt-der-zukunft/)



Podiumsdiskussion der Abschlussveranstaltung VLJM am 27. November 2025

Aktive Einbindung junger Menschen über Instagram

Eine Jugendredaktion mit bis zu neun Mitgliedern erstellte für den Instagram-Kanal @verbraucherschutz_togo Beiträge zu wirtschaftlich-rechtlichen Themen. Zum 1. Juli 2025 wurde der Instagram-Kanal an das Projekt WVS übergeben.

Website Verbraucherschutz2go

Das Projektteam erweiterte die Website verbraucherschutz2go.de um neue Formate wie Spiele, Quiz und Videos zu den Themen Digitales, Finanzen und Nachhaltigkeit. Dazu gehörten etwa eine Budget-Challenge oder ein Escape-Spiel rund um einen rätselhaften Datenklau.

Tag der offenen Tür des Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz in Berlin

Beim Tag der offenen Tür des BMJV im August 2025 machte das Projektteam mit einer KI-gestützten Fotobox spielerisch auf die Risiken und Auswirkungen von KI-generierten Fotos aufmerksam.

Abschlussveranstaltung

Das Projekt endete zum 31. Dezember 2025. Im Rahmen einer Abschlussveranstaltung am 27. November 2025 in München wurden die Erkenntnisse des Projekts vorgestellt und Perspektiven in Impulsvorträgen, Breakout-Sessions und einer Podiumsdiskussion ausgetauscht.



Weitere Infos zum Projekt

verbraucherschutz2go.de



Liebe Leserinnen und Leser,

unsere Zeiten sind von Krisen und vielen Herausforderungen geprägt, im Großen wie im Kleinen. 2025 war da keine Ausnahme. Während sich die politischen Konflikte auf der Welt zuspitzen, wächst die Komplexität unseres individuellen Alltags. Digitalisierung und Künstliche Intelligenz haben daran großen Anteil. Der moderne Verbraucher konsumiert über das Internet mit seinen schier unendlichen Möglichkeiten. Doch dort lauern auch stetig zunehmende Risiken und Gefahren.

Manipulation im Netz war im vergangenen Jahr ein großes Thema – Dark Patterns, Phishing, Fake-Informationen und Betrugsmaschen sind per se nichts Neues, unlautere Praktiken gewinnen aber durch technische Entwicklungen an Brisanz (s. S. 15). Als Verbraucher ist es nahezu unmöglich, alle Maschen und Tricks zu durchschauen. Die Folgen? Von unnötigen Kosten über hohe finanzielle Schäden bis hin zu massivem Vertrauensverlust in Wirtschaft und Politik.

Was brauchen Verbraucher?

Bildung und Aufklärung spielen eine wichtige Rolle und können Verbraucher befähigen, Fallstricke zu erkennen und zu vermeiden. Doch Verbraucherbildung stößt an Grenzen, wenn die Risiken des digitalen Konsums in alle Bereiche des Alltags vordringen und ein Ausmaß annehmen, das für Nichtexperten unüberschaubar wird. Es ist unabdingbar, dass politische Lösungen geschaffen werden, um Verbraucher wirksam zu schützen. Die gesetzlichen Rahmenbedingungen müssen sich zudem den technischen Entwicklungen anpassen.

Als zentrale Anlaufstelle für Verbraucher in Bayern kennen wir die Fragen, die die Menschen bewegen, und den Bedarf an gut zugänglichen und zuverlässigen Unterstützungsangeboten. Wir beraten Menschen, informieren sie und helfen ihnen, ihre Rechte durchzusetzen. Dabei leitet uns unser hoher Anspruch an unsere Kompetenz, Unabhängigkeit und unseren Einsatz für die Belange der Menschen in Bayern mit ihren unterschiedlichen Lebenssituationen und Bedürfnissen.

»Wir leisten einen essenziellen Beitrag, damit Verbraucher in Bayern auf die Berücksichtigung ihrer Interessen und den Schutz ihrer Rechte vertrauen können.«

Unsere Erkenntnisse aus Marktbeobachtung, Bildung und Beratung geben wir weiter: Wir setzen uns dafür ein, dass Verbraucherinteressen Gehör finden, und bringen uns daher in Gesetzgebungsprozesse ein (s. S. 14). Der Macht internationaler Konzerne setzen wir außerdem mit den Mitteln der Rechtsdurchsetzung etwas entgegen (s. S. 15 und 16).

Gemeinsam für faire Bedingungen

Komplexe Herausforderungen erfordern keine einfachen Antworten, sondern gut durchdachte, kluge Lösungen, die mit Expertise und Verständnis für unterschiedliche Perspektiven erarbeitet werden, die für Betroffene leicht zugänglich sind und Orientierung geben.

Die Verbraucherzentrale Bayern bildet ein Gegengewicht: Statt verfälschender Vereinfachungen geben wir zuverlässig, faktenbasiert und anbieterunabhängig Auskunft – dabei erklären wir komplizierte Sachverhalte so, dass sie gut verständlich sind.

Durch steten Dialog mit Politik, Wirtschaft und Forschung setzen wir uns für faire Bedingungen im Wettbewerb und im Sinne der sozialen Marktwirtschaft ein. Damit leisten wir einen essenziellen Beitrag, damit Verbraucher auf die Berücksichtigung ihrer Interessen und den Schutz ihrer Rechte vertrauen können (s. S. 29).

Mein großer Dank gilt allen Mitarbeitenden der Verbraucherzentrale Bayern und allen Mitstreitern, die im vergangenen Jahr und darüber hinaus mit ihrer Arbeit zu einem starken Verbraucherschutz beigetragen haben! Gemeinsam finden wir gute Lösungen für die Verbraucherinnen und Verbraucher in Bayern.



Ihre Marion Zinkeler

Geschäftsführender Vorstand
der Verbraucherzentrale Bayern



Die untersuchten Produkte im Marktcheck zu Kinderkekse

Lebensmittel und Ernährung

Landesschwerpunkt Vollkorn

Zwei Marktchecks der Verbraucherzentrale Bayern zeigen: Vollkornprodukte spielen im Alltag weiterhin eine untergeordnete Rolle – sowohl bei fertig belegten Semmeln als auch bei Kinderkekse.

Kinderkekse: Nährstoffarm trotz gesunder Werbung

Bei Kinderkekse wird Vollkorn nur selten verwendet. Von 33 untersuchten Produkten bestanden 18 ausschließlich aus Weißmehl. Lediglich sieben enthielten 100 Prozent Vollkorn.

Werbeaussagen wie »mit wertvollem Getreide« oder »natürlich« verleihen Produkten häufig ein gesundes Image, das die Zutatenliste nicht bestätigt. Auch Dinkel ist kein verlässlicher Hinweis für Vollkornqualität.

Die Forderung Kinderprodukte sollten nicht nur marketingwirksam, sondern auch ernährungsphysiologisch sinnvoll gestaltet sein. Die Verbraucherzentrale Bayern sieht hier die Hersteller in der Verantwortung.

Belegte Semmeln: Weißmehl dominiert

Eine Stichprobe in bayerischen Bäckereien ergab, dass bei belegten Semmeln fast ausschließlich Weißmehl verwendet wurde, Vollkornvarianten waren selten. Dabei liefern Vollkornprodukte wertvolle Ballaststoffe, Vitamine und Mineralstoffe und senken nachweislich das Risiko für ernährungsbedingte Erkrankungen. Erwachsene erreichen im Durchschnitt nur etwa die Hälfte der empfohlenen Ballaststoffzufuhr.

Auch die Bayerische Verzehrstudie III weist auf den bestehenden Handlungsbedarf hin.

Die Forderung Die Verbraucherzentrale Bayern fordert ein größeres Angebot an Vollkornprodukten im Handel und in Bäckereien. Zudem müssen Vollkornprodukte besser beworben und eindeutig gekennzeichnet werden.



Ausstellungseröffnung im StMELFT: Marion Zinkeler (l.) und Michaela Kaniber

Ausstellung »Vollkorn – voll gut!«

Im Rahmen des Landesschwerpunkts Vollkorn entwickelte die Verbraucherzentrale Bayern die Ausstellung »Vollkorn – voll gut! Warum wir mehr Ballaststoffe essen sollten«. Sie zeigt anschaulich, warum Ballaststoffe wichtig sind, und gibt alltagstaugliche Anregungen.

Staatsministerin Michaela Kaniber eröffnete die Ausstellung im Bayerischen Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus. Auf der Publikumsmesse »Consumenta« in Nürnberg war »Vollkorn – voll gut!« für rund 12.300 Besucher zu sehen.

Kritischer Umgang mit Lebensmittelkontaktmaterialien und Küchenutensilien

Eine neue Ausstellung informierte über Risiken durch und den sicheren Umgang mit Küchenutensilien und Lebensmittelverpackungen. Im Fokus standen Materialien wie Kunststoff und Silikon. Aus ihnen können gesundheitsschädliche Stoffe wie Phthalate oder Bisphenol A in Lebensmittel gelangen. Experten gaben praktische Hinweise für eine sichere Nutzung.

Die Ausstellung war auf der Freizeitmesse »Inviva« in Nürnberg sowie der Landesgartenschau in Furth im Wald vertreten.

Außer-Haus-Verpflegung

Zwei bundesweite Marktchecks zu Kindermenüs und Wraps

Ein bundesweiter Marktcheck aller Verbraucherzentralen nahm 2025 Kindermenüs in Restaurants unter die Lupe und analysierte 100 Speisekarten. Das Ergebnis: ein deutlich unausgewogenes Angebot. Frittierte Klassiker wie Schnitzel und Pommes dominierten auf den meisten Karten. Gemüsegerichte waren dagegen selten. Häufig wurden die Menüs zudem mit Süßigkeiten oder stark zuckerhaltigen Getränken kombiniert.

Weitere Ergebnisse und Hintergründe zum Marktcheck sind hier zu finden:



verbraucherzentrale.de/sites/default/files/2025-05/250505_broschure_a4_marktcheck_kinderspeisekarten_ua_.pdf

Die Forderung Für ausgewogene Mahlzeiten sollten Restaurants bei Kindermenüs mehr Vielfalt bieten und Gemüse als Standardbeilage vorsehen. Auch reguläre Gerichte in Kinderportionen können eine Alternative sein. Süßigkeiten und zuckerhaltige Getränke sollten nicht automatisch Bestandteil von Kindermenüs sein.

Was ist im Wrap drin?

Und was kostet er?



Darüber hinaus untersuchten die Verbraucherzentralen verzeihfertige Wraps in der Außer-Haus-Verpflegung. Das Ergebnis: Die meisten Produkte waren fleischhaltig, vegetarische Alternativen – besonders im günstigen Preissegment – kaum verfügbar. Mit durchschnittlich rund 450 Kilokalorien pro Portion sind Wraps zudem keine leichte Zwischenmahlzeit. Vollkorn spielte kaum eine Rolle. Zusatzstoffe dagegen wurden häufig eingesetzt.

Die Forderung Anbieter sollten ihr Wrap-Sortiment gesünder und transparenter gestalten und mehr vegetarische und rein pflanzliche Optionen anbieten. Vollkornfladen sollten häufiger verwendet und der Nutri-Score verpflichtend eingesetzt werden. Zudem sollte die Füllmenge realistisch dargestellt und der Einsatz von Zusatzstoffen reduziert werden.

Verbraucherbildung in Zahlen

Das Team der Ernährungsexperten war Anlaufstelle für individuelle Beratungen, hielt bei Kooperationspartnern in ganz Bayern Vorträge und war mit seinen Workshops in Schulen aktiv:

	Veranstaltungen	Teilnehmer
Beratungen		1.976
Bildungsveranstaltungen	307	6.467
Vorträge	80	2.038
Interviews	396	
Aktionen und Messtage	40	28.031



»Lebensmittel müssen sich an den Bedürfnissen der Verbraucher orientieren – mit klarer Kennzeichnung, weniger Zuckerfallen und ausgewogenen Angeboten. Hersteller tragen Verantwortung für mehr Transparenz und bessere Qualität.«

Jutta Saumweber, Referatsleiterin Lebensmittel und Ernährung

Bundesprojekt

Ernährungsarmut

Das vom Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH) geförderte Verbundprojekt »Gesund und nachhaltig essen mit kleinem Budget – gemeinsam Ernährungsarmut begegnen« war ein voller Erfolg: Im Jahr 2025 wurden die gesetzten Ziele weit übertroffen und die Ernährungskompetenz in Bayern nachhaltig gestärkt. Über 2.000 Verbraucher erreichte das Projekt mit praxisnahen Vorträgen, Workshops und Kochaktionen. Dabei vermittelten die Experten alltagstaugliche Strategien für eine ausgewogene Ernährung. Zusätzlich wurden mehr als 100 Fachkräfte als Multiplikatoren qualifiziert. So konnte in sozialen Einrichtungen, Kommunen und bei Bildungsträgern Wissen langfristig verankert werden. Das Projekt, das die Verbraucherzentralen in Kooperation mit der Universität Flensburg umsetzen, zeigt, wie zielgerichtete Bildungsarbeit für strukturell Benachteiligte wirksam adressiert werden kann.



Das Projektteam

Highlight im Bereich der Medienarbeit

Im April startete die neue Medienkooperation zwischen dem Bayerischen Rundfunk und der Verbraucherzentrale Bayern. Der Radiosender BR Heimat lädt regelmäßig Experten der Verbraucherzentrale Bayern zu verbraucherrelevanten Themen in die Live-Sendung »Habe die Ehre« ein. Den Auftakt gestaltete das Ernährungsreferat.



Jahrestreffen des Energieberaternetzes Mittelfranken am 1. Dezember 2025 in Nürnberg

Energie, Umwelt und Nachhaltigkeit

Die Energieberatung der Verbraucherzentrale Bayern blieb 2025 eine zentrale Anlaufstelle für Verbraucher in Energiefragen. Die intensive Nutzung der Beratungsangebote bestätigte die hohe Bedeutung verlässlicher, unabhängiger Informationen zu Energieeffizienz, Heiztechnik und erneuerbaren Energien für die Bürger Bayerns. Rund 31.600 Ratsuchende wandten sich an die Verbraucherzentrale Bayern.

- Rund **5.000** Ratsuchende nutzten eine persönliche Vor-Ort-Beratung in ihren eigenen vier Wänden.
- Rund **6.500** Personen wurden in den Energieberatungsstellen der Verbraucherzentrale Bayern beraten.
- Über **11.000** Interessierte nahmen an Präsenz- und Online-Vorträgen teil.
- **4.600** Personen besuchten die Infostände der Energieberatung auf Messen.
- Mehr als **4.500** Ratsuchende stellten Fragen in der bundesweiten Hotline.

Die Energieberatungen erzielten nicht nur eine hohe Reichweite, sondern auch konkrete Wirkung:

- Es wurden Investitionen in Höhe von rund **18 Millionen Euro** angestoßen.
- Diese Maßnahmen führten zusammen zu einer geschätzten Energieeinsparung von **427 GWh**.
- Rund **157.000 Tonnen CO₂** wurden vermieden – ein deutlicher Beitrag zum Klimaschutz.

Nachfrage-Schwerpunkte

Auch 2025 dominierten klassische Beratungsthemen:

Heizungstausch und Modernisierung Ein Großteil der Ratsuchenden fragte nach Unterstützung bei der Einschätzung, ob ihr Gebäude für alternative Heiztechniken wie Wärmepumpen geeignet sei und welche Fördermöglichkeiten bestünden. Die Modernisierung bestehender Heizsysteme blieb damit ein zentraler Beratungsschwerpunkt.

Energetische Sanierung Die Beratung zu baulichen Maßnahmen wie Dämmung, Fenstertausch oder Dachsanierung blieb stark nachgefragt. Dabei rückte auch der Schutz vor Extremwetterereignissen zunehmend in den Fokus. Das unterstreicht die hohe Relevanz ganzheitlicher Sanierungskonzepte.

Photovoltaik und erneuerbare Energien Das Interesse an Informationen zur Nutzung von Solarenergie und zur Planung eigener Stromerzeugung mittels Photovoltaik-Anlagen war ungebrochen hoch. Ratsuchende erhielten konkrete Entscheidungshilfen zu Anlagengröße, Nutzungsmöglichkeiten und Wirtschaftlichkeit.



»Die meisten Verbraucher möchten Klima und Umwelt schützen, stehen dabei aber vor komplexen Entscheidungen. Mit technischer und rechtlicher Beratung unterstützen wir sie dabei.«

Sigrid Goldbrunner, Referatsleiterin Energie, Umwelt und Nachhaltigkeit

Neue Angebote

Beratung für Wohnungseigentümergeinschaften Seit 2025 entwickelt die Verbraucherzentrale Bayern ein neues Angebot für Wohnungseigentümergeinschaften (WEG). Mindestens ein Fünftel aller Wohnungen in Deutschland sind in WEG organisiert. Die Experten der Energieberatung unterstützen die Eigentümer in einem mehrstufigen Verfahren dabei, gemeinsam informierte Entscheidungen über energetische Maßnahmen zu treffen.

Wärmepumpen-Angebotsvergleich Wem verschiedene Angebote für Wärmepumpen vorliegen, tut sich oft schwer bei der Entscheidung. Ein neues, kostenfreies Beratungsangebot unterstützt bei der Beurteilung: Bis zu drei Angebote werden von den Experten auf Vollständigkeit, technische Qualität und Förderfähigkeit geprüft. Bei einer anschließenden Videoberatung erklären die Energieberater der Eigentümerversammlung die Ergebnisse und tragen so zur Entscheidungssicherheit bei.

Umweltbildung mit Ausstellungen, Vorträgen und Schulprojekten

Wanderausstellung auf Tour durch Bayern

Die Wanderausstellung »Rette die Welt ... zumindest ein bisschen« mit Tipps rund um den Ressourcenschutz machte auf ihrer Tour durch Bayern 2025 an acht Stationen Halt. Dreimal wurde die Ausstellung in zertifizierten Umwelt- und Klimaschulen präsentiert. Knapp 16.000 Bürger erweiterten anhand der interaktiven Wanderausstellung ihr Wissen zum Ressourcenschutz im Verbraucheralltag. Unter den Besuchern waren 115 Schulklassen mit rund 2.700 Schülern.

Ungebrochenes Interesse an Tipps zu Mehrweg und Verpackungsmüll

Die Besucherzahlen beim Infostand »Nimm den Mehrweg!« stiegen erneut leicht an, nachdem sie sich im Vorjahr verdoppelt hatten. Bei zehn Einsätzen an Schulen, bei Messen und öffentlichen Veranstaltungen informierten sich 5.730 Besucher über die Umweltfolgen von Abfall und die Möglichkeit, durch Mehrweg-Produkte Müll zu vermeiden.

Vorträge zu Konsumgewohnheiten und Plastik

Die Nachfrage nach Vorträgen war im Jahr 2025 geringer als in den Vorjahren. Erfreulich dagegen war das Interesse der Schulen, sodass mehrere hundert Schüler erreicht wurden. Die Experten vermittelten, welche Auswirkungen der eigene alltägliche Konsum hat, und diskutierten mit den Teilnehmenden über das Spannungsfeld von Eigenverantwortung und notwendigen gesetzlichen Regelungen.

Lehrerfortbildung und Schulprojekt »Einfach anders konsumieren«

Im Rahmen der Nachhaltigkeitstage in Dillingen fand eine Lehrerfortbildung statt, die besonders engagierte Pädagogen erreichte. Die Lernwerkstatt selbst wurde in sechs Schulen durchgeführt und erreichte damit 150 Schüler.

Veranstaltungen und Besucher

Ausstellung »Rette die Welt ... zumindest ein bisschen«	15.750 Besucher an 8 Standorten
Infostand »Nimm den Mehrweg!«	5.730 Besucher bei 10 Einsätzen
Schulprojekt »Einfach anders konsumieren«	150 Schüler bei 6 Einsätzen
Vorträge	312 Besucher bei 6 Vorträgen
Lehrerfortbildung	22 Besucher bei 1 Fortbildung



Vorständin Marion Zinkeler (Zweite von links) und Referatsleiterinnen Antje Feigl (l.) und Jutta Saumweber (r.) zu Besuch bei Staatsministerin Michaela Kaniber im Bayerischen Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus

Politische Arbeit

Politische Entscheidungen bestimmen maßgeblich, ob Menschen in schwierigen Situationen zurechtkommen und handlungsfähig sind. In einer zunehmend von Manipulation, Betrug und Desinformation geprägten digitalen Verbraucherwelt wächst die Bedeutung von politischen Beschlüssen und Maßnahmen, die die Verbraucherperspektive berücksichtigen. Wie können wir Verbraucherpolitik wirksam gestalten, damit gesetzliche Rahmenbedingungen zum Verbraucherschutz kontinuierlich weiterentwickelt werden und ihre Einhaltung effektiv geprüft wird?

Die Vertretung von Verbraucherinteressen ist neben Beratung, Bildung und Information die vierte Kernaufgabe der Verbraucherzentrale Bayern. Während sich die Experten in der Rechtsvertretung für die Einhaltung von Verbraucherrechten einsetzen, dient der Dialog mit politischen Vertretern dazu, Verbraucherbelange bereits im Gesetzgebungsprozess einzubringen.

Aus ihrer täglichen Arbeit kennen die Experten der Verbraucherzentrale Bayern die Breite und Tiefe der Beratungs- und Informationsbedarfe und erkennen Trends und wachsende Gefahren. Ihre Erkenntnisse geben sie weiter und formulieren dazu gegebenenfalls gebündelte Forderungen an Gesetzgeber und Entscheidungsträger. Nur durch kontinuierlichen Austausch können sinnvolle und tragfähige Lösungen, faire Rahmenbedingungen für Verbraucher und damit ein



Carmen Wegge, Sprecherin für Recht und Verbraucherschutz der SPD-Bundestagsfraktion (Mitte), zu Besuch bei der Verbraucherzentrale Bayern

Auch 2025 machte sich die Verbraucherzentrale Bayern auf Veranstaltungsbühnen, in Stellungnahmen und in zahlreichen Gesprächen mit politischen Vertretern, Meinungsmachern und Multiplikatoren für die Verbraucher stark.

Damit die Verbraucherzentrale Bayern die bayrischen Bürgerinnen und Bürger auch in Zukunft vertreten und mit vielfältigen Angeboten informieren und beraten kann, braucht es eine verlässliche und auskömmliche institutionelle Finanzierung. Stabile und planbare Rahmenbedingungen sind entscheidend, um Qualität, Reichweite und Kontinuität der Arbeit dauerhaft sicherzustellen.

Terminauswahl

21.01.2025 Austausch mit dem Arbeitskreis Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus (CSU) im Bayerischen Landtag

13.02.2025 Austausch mit Staatsminister Thorsten Glauber (FW) im StMUV

14.03.2025 Diskussionsveranstaltung anlässlich des Weltverbrauchertags zum Thema »Manipulation im Netz – Verbraucherschutz gemeinsam voranbringen« mit Vertretern aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Verbraucherschutz

03.06.2025 Austausch mit Staatsministerin Michaela Kaniber (CSU) im StMELF

30.06.2025 Podiumsteilnahme bei der Diskussionsveranstaltung »Tierschutz in der Landwirtschaft« des Kreisverbands Rosenheim von Bündnis 90/Die Grünen

03.07.2025 Teilnahme an der Sitzung des Ausschusses »Umwelt und Verbraucherschutz« mit dem Vortragsthema »KI-Agenten« im Bayerischen Landtag

24.07.2025 Austausch mit der Parlamentarischen Staatssekretärin bei der Bundesministerin der Justiz und für Verbraucherschutz Anette Kramme (SPD) in der Beratungsstelle Nürnberg

29.10.2025 Austausch mit dem Parlamentarischen Staatssekretär beim Bundesminister der Finanzen Michael Schrodi (SPD) in der Beratungsstelle München

10.11.2025 Öffentliche Anhörung zum Gesetzentwurf der Bundesregierung »zur Änderung des Verbrauchervertrags- und des Versicherungsvertragsrechts sowie zur Änderung des Behandlungsvertragsrechts« (21/1856, 21/2463), Ausschuss für Recht und Verbraucherschutz

253**Pressemitteilungen**

Warnungen vor Abzocke, Auswirkungen von Gesetzesänderungen, Neues im Marktgeschehen

5.338**Medienresonanz**

Erfasste Beiträge in Print, Online-Medien, TV und Radio

9.818**Newsletter-Abos**

Verbraucherwarnungen, Nutzwert-Artikel und Veranstaltungen

6.294**Instagram-Follower**

Medien- und Öffentlichkeitsarbeit

Übersicht zur Medienarbeit

Die Verbraucherzentrale Bayern wurde 2025 5.338 Mal in den beobachteten Medien genannt. Während die Zahl der Erwähnungen im Vorjahr erneut um 25 Prozent gestiegen war, pendelte sich die Zahl 2025 etwa auf dem Niveau von 2023 ein.

Neue Internet-Domain verbraucherzentrale.bayern

Im Sommer 2025 wurde die Internetadresse der Verbraucherzentrale Bayern in verbraucherzentrale.bayern umbenannt. Mit der Top-Level-Domain ».bayern« ist die URL kürzer und einprägsamer.

Rückgang der Seitenaufrufe durch AI Overview

Rund 1,6 Millionen (1.630.007) eindeutige Seitenaufrufe verzeichnete die Vereinswebsite verbraucherzentrale.bayern im Jahr 2025. Gemeinsam mit der Seite verbraucherzentrale.de (51.600.312 eindeutige Seitenaufrufe), die die Verbraucherzentrale Bayern mit weiteren Verbraucherzentralen betreibt, waren es insgesamt 53.200.319 eindeutige Seitenaufrufe auf dem gemeinsamen Internetauftritt. Im Vorjahr lagen die Zahlen für Bayern noch bei 2.288.120 und insgesamt bei 56.328.914 Aufrufen. Durch die Einführung von AI Overview auf Google werden

Suchergebnisse durch Künstliche Intelligenz so zusammengefasst, dass ein Besuch der Website in vielen Fällen überflüssig erscheint.

Wachsende Follower-Zahlen auf Instagram

Für den Instagram-Account erarbeiteten die Fachexperten der Verbraucherzentrale Bayern 512 Beiträge (inklusive Reels und Stories). Der Kanal, der sich tendenziell an jüngere Verbraucher richtet, steigerte seine Followerschaft um knapp 23 Prozent: Zum Jahresende folgten 6.294 Nutzer dem Account verbraucherzentrale.bayern. Auf ihrem LinkedIn-Account veröffentlichte die Verbraucherzentrale Bayern 2025 34 Posts.

Mehr Newsletter-Abonnenten

Im monatlich erscheinenden Newsletter informierte die Verbraucherzentrale Bayern Abonnenten mit Verbraucherwarnungen, Wissensartikeln und Veranstaltungsankündigungen. Die Zahl der Abonnenten stieg bis Ende des Jahres auf 9.818. Die Anmeldung zum Newsletter ist auf der Startseite von verbraucherzentrale.bayern möglich.



[verbraucherzentrale.bayern/
newsletter](https://verbraucherzentrale.bayern/newsletter)

Finanzen, Personal, Verwaltung

Einnahmen

Bayerisches Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz	5.665.000,00 €
Institutionelle Förderung	5.665.000,00 €
Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus	520.000,00 €
Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Hei- mat	577.494,84 €
Projekt »Ernährung Bund«	400.320,00 €
Projekt »Ernährungsarmut«	177.174,84 €
Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz	873.954,24 €
Projekt »Wirtschaftlicher Verbraucherschutz«	341.681,00 €
Projekt »Verbraucherschutz in ländlichen Regionen für junge Menschen«	532.273,24 €
Kommunen	11.917,00 €
Bundesministerium für Wirtschaft und Energie	558.402,29 €
Projekt »Energieeinsparberatung«	558.402,29 €
GbR – Marktbeobachtung	366.184,90 €
Eigene Einnahmen	552.805,97 €
Ratgeberverkauf, Veranstaltungen	18.489,01 €
Beratungen	534.316,96 €
Sonstige Einnahmen	112.991,40 €
Institution	93.746,07 €
Projekte	19.245,33 €
Summe der Einnahmen	9.238.750,64 €

Ausgaben

Personalausgaben	6.646.562,99 €
-------------------------	-----------------------

Institutionelle Förderung	4.309.968,89 €
Projekt »Ernährung Land«	473.531,80 €
Projekt »Ernährung Bund«	346.055,32 €
Projekt »Ernährungsarmut«	144.245,29 €
Projekt »Wirtschaftlicher Verbraucherschutz«	283.389,61 €
Projekt »Verbraucherschutz in ländlichen Regionen für junge Menschen«	320.223,63 €
Energieprojekt	465.023,16 €
GbR – Marktbeobachtung	304.125,29 €

Sächliche Verwaltungskosten	2.125.333,32 €
------------------------------------	-----------------------

Institutionelle Förderung	1.629.406,59 €
Projekt »Ernährung Land«	55.466,49 €
Projekt »Ernährung Bund«	47.978,31 €
Projekt »Ernährungsarmut«	13.752,17 €
Projekt »Wirtschaftlicher Verbraucherschutz«	54.714,46 €
Projekt »Verbraucherschutz in ländlichen Regionen für junge Menschen«	203.907,27 €
Energieprojekt	90.527,61 €
GbR – Marktbeobachtung	29.580,42 €

Gesamtsumme der Personalausgaben und der sächlichen Verwaltungskosten	8.771.896,31 €
--	-----------------------

Überschuss der Einnahmen über die Ausgaben	466.854,33 €
---	---------------------

Institutionelle Förderung	384.093,56 €
Projekt »Ernährung Bund«	8.559,77 €
Projekt »Ernährung Land«	7.183,64 €
Energieprojekt	3.101,52 €
Projekt »Ernährungsarmut«	19.177,38 €
Projekt »Wirtschaftlicher Verbraucherschutz«	4.116,93 €
Projekt »Verbraucherschutz in ländlichen Regionen für junge Menschen«	8.142,34 €
Übertragung GbR – Marktbeobachtung	32.479,19 €

Personal

Mitarbeiter (Stand 31.12.2025)	Anzahl
---------------------------------------	---------------

Geschäftsstelle, Beratungsstellen (davon 56 in Teilzeit)	78
Tätig für Landes- und Bundesprojekte (davon 33 in Teilzeit)	35
Regelmäßig geringfügig Beschäftigte	9

Gesamt	122
---------------	------------

Beschäftigte auf Honorarbasis (Institution sowie Projekte)	39
--	----

Organisation

Vorstand & Verwaltungsrat

Vorstand

Dipl. oec. troph. Marion Zinkeler

Verwaltungsrat

Vorsitzende

Monika Schmid-Balzert

Deutscher Mieterbund,
Landesverband Bayern e. V.

Stellvertretende Vorsitzende

Ursula Rosner-Mehring

Landesverband hauswirtschaftlicher Berufe MdH
Bayern e. V.

Christine Reitelshöfer

Landfrauengruppe im Bayerischen Bauernverband

Rosemarie Weber

DHB-Netzwerk Haushalt, Landesverband Bayern e. V.

Angelika Wollgarten

Arbeitsgemeinschaft Evangelischer Haushalts-
führungskräfte des Deutschen Evangelischen
Frauenbundes e. V., Förderkreis Bayern

Mitgliedsverbände

Arbeiterwohlfahrt Landesverband Bayern e. V.

Arbeitsgemeinschaft Evangelischer Haushalts-
führungskräfte des Deutschen Evangelischen
Frauenbundes e. V. – Förderkreis Bayern

BUND Naturschutz in Bayern e. V.

Deutscher Gewerkschaftsbund
Landesbezirk Bayern

Deutscher Mieterbund
Landesverband Bayern e. V.

DHB-Netzwerk Haushalt
Landesverband Bayern e. V.

DHB-Netzwerk Haushalt Ortsverband
Augsburg e. V.

Landesarbeitsgemeinschaft Schuldner-
und Insolvenzberatung Bayern e. V.

Landesverband hauswirtschaftlicher Berufe,
MdH Bayern e. V.

Landfrauengruppe im Bayerischen
Bauernverband

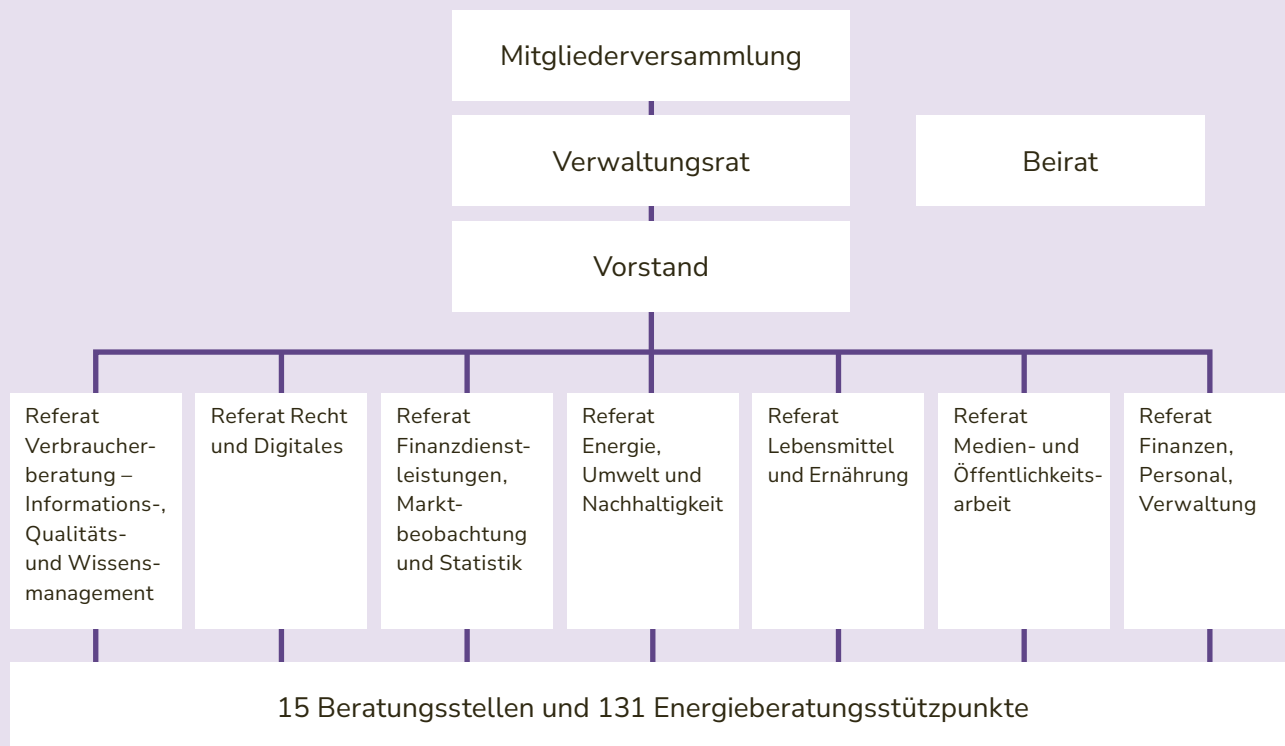
Beirat

Bayer. Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz

Ministerialrätin Dr. Barbara Sandmeier

Bayer. Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten

Ministerialrätin Marion Kratzmair



15 Beratungsstellen

Augsburg, Bamberg, Deggendorf, Germering, Gröbenzell, Hof, Kempten, Landshut, Memmingen, München, Nürnberg, Rosenheim, Schweinfurt, Weiden, Würzburg

131 Energieberatungsstützpunkte (Stand 31.12.2025)

Ahorn, Aichach-Friedberg, Altusried, Augsburg (Haunstetten), Augsburg (Bildungshaus Kresslesmühle), Augsburg (Mieterverein), Augsburg (Schwabencenter), Bad Brückenau, Bad Endorf, Bad Grönenbach, Bad Kissingen, Bad Reichenhall, Bad Rodach, Bad Tölz, Bad Wörishofen, Bayreuth (Landratsamt), Bayreuth (Rathaus), Berchtesgaden, Bernau am Chiemsee, Bobingen, Bodolz, Buch am Buchrain, Buchloe, Buxheim, Coburg (Rathaus), Coburg (Landratsamt), Dachau, Dillingen an der Donau, Dingolfing, Dorfen, Dörfles-Esbach, Ebersberg, Ensding, Erlangen, Essenbach (Landratsamt), Essenbach (Rathaus), Forstern, Freilassing, Furth, Fürth, Füssen, Garmisch-Partenkirchen, Geretsried, Gersthofen, Grassau, Großheirath, Grub am Forst, Günzburg, Haar, Hammelburg, Herrsching, Hof, Hohenbrunn, Hollfeld, Immenstadt im Allgäu, Itzgrund, Karlstadt, Kaufbeuren, Kaufering, Kempten, Kitzingen, Kolbermoor, Königsbrunn, Kronach, Kulmbach, Landsberg am Lech, Lauertal, Laufen, Lechbruck, Legau, Lichtenfels, Lindau (Bodensee), Lindenberg im Allgäu, Markt Indersdorf, Markt Schwaben, Markttheidenfeld, Marktoberdorf, Marktredwitz, Meeder, Mellrichstadt, Miesbach, Mindelheim, München (Mieterverein), Murnau am Staffelsee, Nesselwang, Neuhaus a. d. Pegnitz, Neu-Ulm, Oberasbach, Obergünzburg, Oberreute, Oberstaufen, Oberstdorf, Obing, Ottobeuren, Oy-Mittelberg, Pastetten, Pegnitz, Peiting, Penzberg, Pfaffenhausen, Pfronten, Reisbach, Rödental, Rosenheim, Sauerlach, Scheidegg, Seeg, Seßlach, Sonnefeld, Sonthofen, Starnberg, Stiefenhofen, Straubing (Kulturzentrum), Straubing (Landratsamt), Taufkirchen (Vils), Traunreut, Traunstein (Landratsamt), Traunstein (Rathaus), Traunstein (Energieagentur), Trostberg, Türkenfeld, Unterhaching, Wallersdorf, Wasserburg (Bodensee), Wasserburg (Inn), Weiden, Weilheim in Oberbayern (Landratsamt), Weilheim in Oberbayern (Rathaus), Weitramsdorf, Wertach, Winterrieden

Über die Verbraucherzentrale Bayern

Die Verbraucherzentrale Bayern ist eine anbieterunabhängige, überwiegend öffentlich finanzierte und gemeinnützige Organisation. Ziel ihrer Arbeit ist es, Verbraucherinnen und Verbraucher in Fragen des privaten Konsums zu informieren, zu beraten und zu unterstützen.

Beratung, Rechtsvertretung, Information und Bildung sind die Kernkompetenzen des Verbands. Die Themen reichen von Verbraucherrecht, Altersvorsorge, Geld und Versicherungen bis hin zu Lebensmitteln und Ernährung, Energie und Umweltschutz.

Ratsuchenden hilft die Verbraucherzentrale Bayern auf vielen Kanälen. Für Unterstützung vor Ort sorgt ein landesweites Netz an Beratungsstellen. Per Telefon, via Online-Anfrage und mit Videoanruf ist die Verbraucherzentrale Bayern für alle Menschen in Bayern erreichbar. Digitale Formate wie Online-Vorträge gehören zum festen Angebot.

Über die Beratung und Information hinaus vertritt die Verbraucherzentrale Bayern Verbraucher außergerichtlich gegenüber Anbietern. Verstößen Unternehmen zum Nachteil von Verbrauchern gegen geltendes Recht, geht der Verband mit Abmahnungen und Klagen dagegen vor. Durch den Austausch mit Politik, Wirtschaft und anderen Verbraucherschützern vertritt der Verein die Interessen der Verbraucher, z. B. in Gesetzgebungsprozessen.

Eine aktive Pressearbeit, die umfangreiche Website, Social Media, kostenfreie Flyer, verschiedene Veranstaltungen und Vorträge sorgen für umfassende Verbraucherinformation.



Verbraucherzentrale

Stark für mich.

Impressum

Herausgegeben von:

Verbraucherzentrale Bayern e. V.
Mozartstraße 9, 80336 München
T +49 89 552794-0
info@verbraucherzentrale.bayern
verbraucherzentrale.bayern

Für den Inhalt verantwortlich:

Ella Priesnitz

Redaktion und Text:

Angelika Barth, Jens Finger, Ella Priesnitz

Gestaltung und Produktion:

minkadu Kommunikationsdesign

Bildnachweise:

Marcus Schlaf (Titel, S. 2, 7, 12, 16, 20, 25, 27)
StMUV (S. 3)
Verbraucherzentrale Bayern (S. 8, 17, 22, 25, 26, 30)
KastanieEins/youthprotect e. V. (S. 18)
Aluciaphotos (S. 19)
StMELFT/Maria Maier (S. 23, 29)
ENERGIEregion/Thomas Knöbl (S. 26)

Druck:

Kastner GmbH

Stand:

Juli 2026

Gedruckt auf 100 % Recyclingpapier.



gefördert durch
Bayerisches Staatsministerium für
Umwelt und Verbraucherschutz



Druckprodukt mit finanziellem
Klimabeitrag
ClimatePartner.com/12556-2608-1002