

# Wo drückt der Schuh?

## Verbraucherschutz-Pegel Hamburg 2018

Ergebnisse einer vom 1. November 2017 bis zum 31. Januar 2018 durchgeführten Online-Umfrage

Hamburg, Februar 2018

Verbraucherzentrale Hamburg e. V.  
Kirchenallee 22  
20099 Hamburg  
[info@vzhh.de](mailto:info@vzhh.de)  
[www.vzhh.de](http://www.vzhh.de)

## Inhalt

1. Anlass und Hintergrund der Umfrage .....	3
2. Methodik .....	3
3. Drängende Probleme des Konsumalltags .....	3
3.1. Problemhäufigkeit und Themenbereiche .....	4
3.2. Einzelne Themen .....	6
3.2.1. Lebensmittel .....	7
3.2.2. Verpackungen .....	8
3.2.3. Gesundheit .....	9
3.2.4. Finanzdienstleistungen .....	10
3.2.5. Telekommunikation und Internet .....	11
3.2.6. Verkehr und Reise .....	12
3.2.7. Energie .....	12
3.2.8. Sonstiges Verbraucherrecht .....	13
3.3. Themen bereichsübergreifend im Vergleich .....	14
4. Nutzung und Zufriedenheit mit der Verbraucherzentrale Hamburg .....	15
5. Zufriedenheit mit Behörden und Ämtern .....	16
6. Fazit .....	16

## 1. Anlass und Hintergrund der Umfrage

Die Behörde für Gesundheit und Verbraucherschutz der Freien und Hansestadt Hamburg hat die Verbraucherzentrale Hamburg e.V. beauftragt, eine Online-Umfrage bei den Hamburgerinnen und Hamburgern zu den Verbraucherschutzproblemen sowie zur Zufriedenheit mit Behörden und Verbraucherzentrale durchzuführen. Es handelt sich dabei um die modifizierte Neuauflage einer das erste Mal von Dezember 2015 bis einschließlich Januar 2016 zu den Verbraucherschutzproblemen durchgeführten Untersuchung, die 2016/2017 wiederholt wurde. Hintergrund ist folgende Festlegung im Koalitionsvertrag:

*„Wir werden die Hamburger Verbraucherinnen und Verbraucher in Kooperation mit der Verbraucherzentrale Hamburg e. V. regelmäßig zu ihren Problemen befragen und die Ergebnisse in einem „Verbraucherschutz-Pegel“ veröffentlichen. Dabei soll auch die Zufriedenheit mit dem Verbraucherschutz der öffentlichen Hand sowie mit den Dienstleistungen der Verbraucherberatung ermittelt werden.“*

Die aktuelle Befragung lief vom 1. November 2017 bis 31. Januar 2018 auf der Internetseite der Verbraucherzentrale Hamburg<sup>1</sup>. Die Umfrage war u.a. auf der Seite [www.hamburg.de/kundenschutz](http://www.hamburg.de/kundenschutz) verlinkt.

## 2. Methodik

Der Fragebogen besteht aus 3 Fragen mit nunmehr insgesamt 61 Antwortmöglichkeiten, davon 48 Ja/Nein-Optionen, 9 Freifeldern für offene Ergänzungsantworten und 4 Drop-Down-Feldern. Bereinigt um Fehler und Dubletten wurde der Fragebogen 2.040 Mal ausgefüllt. Damit haben nahezu doppelt so viele Verbraucher/innen teilgenommen, wie im Vorjahr (1.035 Teilnehmer/innen). Nach den Erfahrungen der Verbraucherzentrale mit Online-Umfragen ist dies ein sehr guter Wert.

Dessen ungeachtet kann die Umfrage keinen Anspruch auf Repräsentativität für die Hamburgische Bevölkerung erheben, da bei einer Online-Umfrage – anders als bei einer Telefonumfrage – die Teilnehmer nicht nach sozio-demographischen Merkmalen ausgewählt bzw. gewichtet werden können. Zudem ist nicht gewährleistet, dass alle Teilnehmer Hamburger/innen sind. Es ist aber davon auszugehen, dass dies ganz überwiegend der Fall ist, da sehr deutlich im Vorspann der Umfrage sowie in Pressemitteilungen darauf hingewiesen wurde, dass sich die Umfrage an die Hamburger Verbraucher/innen richtet und ein hoher Teil der Teilnehmenden angab, Angebote der Verbraucherzentrale Hamburg genutzt zu haben.

## 3. Drängende Probleme des Konsumalltags

Den größten Block des Fragebogens machen die Probleme des Konsumalltags aus. Gefragt wurde:

*„In welchen Bereichen Ihres Konsumalltags sehen Sie derzeit die drängendsten Probleme?“*

---

<sup>1</sup> <http://www.vzhh.de>.

Aufgeführt sind dabei insgesamt 8 Konsumbereiche mit insgesamt 49 einzelnen Themen, davon 41 vorgegebene und 8 Freifelder. Aufgrund der Erfahrungen der Vorjahresumfrage wurden insbesondere die Verpackungsthemen vertieft.

### 3.1. Problemhäufigkeit und Themenbereiche

Das Bewusstsein der Teilnehmerinnen und Teilnehmer gegenüber Konsumproblemen ist ungebrochen hoch. Die insgesamt 2.040 Teilnehmer/innen gaben zusammen 24.889-mal Probleme an, durchschnittlich also 12,2. Damit liegt die Anzahl der Problemnennungen je Teilnehmer etwa auf dem Niveau des Vorjahres (damals durchschnittlich 12,0 Probleme). Bei den Antworten waren Mehrfachnennungen möglich, wovon die Teilnehmer/innen regen Gebrauch machten. Mehr als drei Viertel der Befragten kreuzten zwischen 8 und 19 Einzelthemen an oder machten Angaben in den Antwortfeldern. Am häufigsten wurden 12 Probleme genannt bzw. angekreuzt (Vorjahr: 10).

#### Anzahl Beschwerden je Teilnehmer/in der Umfrage

Nennungen je Teilnehmer/in	Häufigkeit	Anteil
0	8	0,4%
1	10	0,5%
2	6	0,3%
3	11	0,5%
4	29	1,4%
5	54	2,6%
6	68	3,3%
7	136	6,7%
8	155	7,6%
9	171	8,4%
10	175	8,6%
11	185	9,1%
12	188	9,2%
13	156	7,6%
14	124	6,1%
15	116	5,7%
16	95	4,7%
17	68	3,3%
18	62	3,0%
19	52	2,5%
20	37	1,8%
21	27	1,3%
22	22	1,1%
23	21	1,0%
24	16	0,8%
25	13	0,6%
26	8	0,4%
27	11	0,5%
28	4	0,2%
29	4	0,2%
30	1	0,0%
31	2	0,1%
32	1	0,0%
33	1	0,0%
35	1	0,0%
36	1	0,0%
40	1	0,0%
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>2.040</b>	<b>100,0%</b>

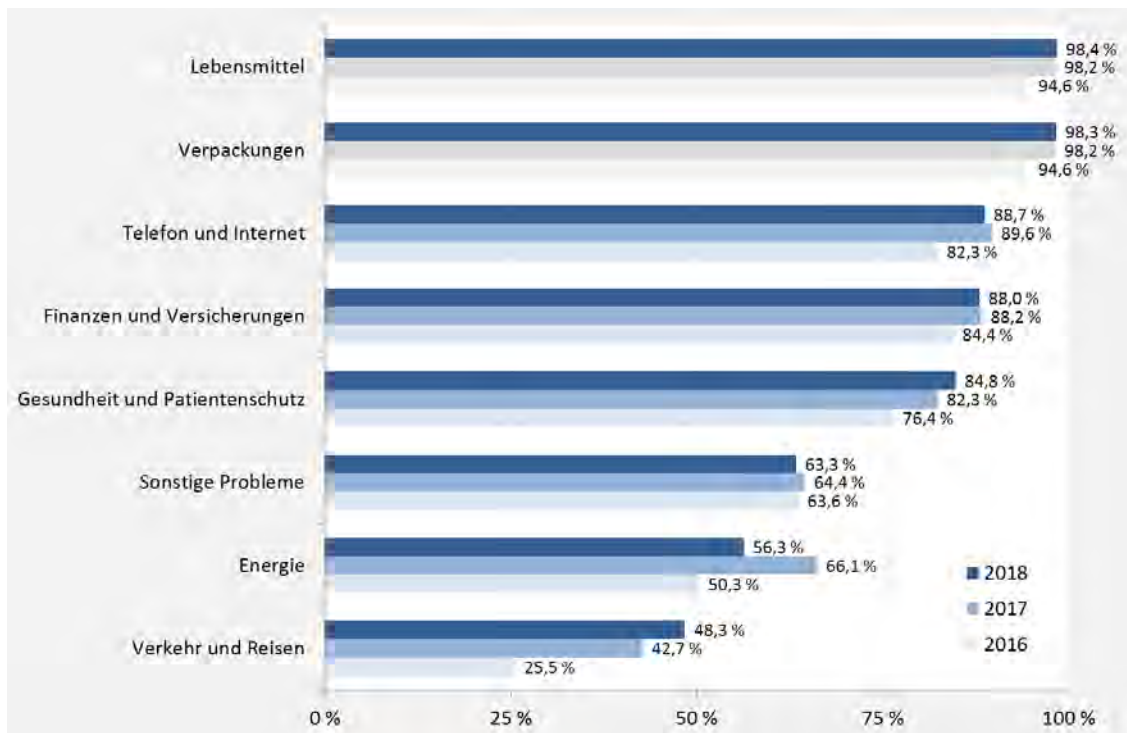
N: 2.040.

Das Problembewusstsein zeigt sich auch an der Nutzung der Freitextantwortmöglichkeiten. Insgesamt acht solcher Felder sah der Fragebogen vor und 769 der 2.040 Teilnehmerinnen und Teilnehmer machten davon Gebrauch. Hier

wurden zusammen 1.561 Antworten gegeben<sup>2</sup>, was im Schnitt 0,8 Nutzungen von Freitextantworten je Teilnehmer/in entspricht.

Die Relevanz der acht abgefragten Themenkomplexe war aus Sicht der Befragten insgesamt hoch. Wie bereits im vergangenen Jahr waren die Bereiche Lebensmittel und Verpackungen am bedeutendsten für die Befragten. Nahezu 100 Prozent der Befragten nannte jeweils zumindest eine Beschwerde in den genannten Bereichen.<sup>3</sup>

### Drängendste Problembereiche des Konsumalltags



N (2018): 2.040, N (2017): 1.035, N (2016): 577. Die Themenbereiche Lebensmittel und Verpackungen waren in den Umfragen der Vorjahre noch zusammengefasst, so dass eine Vergleichbarkeit mit den Vorjahren für diese Bereiche nur eingeschränkt möglich ist. Informationshalber werden bei den genannten Themenbereichen jeweils die Werte der zusammengefassten Kategorien der Vorjahre (in grau) dargestellt.

Auch bei den übrigen Themenbereichen gab es im Vergleich zum Vorjahr oft nur geringfügige Änderungen. Während Themen wie Telefon und Internet, Finanzen und Versicherungen auf einem ohnehin bereits sehr hohen Niveau verharren (jeweils neun von zehn Befragten sahen zumindest jeweils ein Problem als drängend an), ist die Aufmerksamkeit gegenüber Gesundheits- und Patientenproblemen seit 2016 unter den Befragten steigend. Ähnlich verhält es sich bei Problemen im Zusammenhang mit Verkehr und Reisen.

<sup>2</sup> Diese sind in den zuvor genannten 24.889 Problemnennungen enthalten.

<sup>3</sup> Der Vergleich hinkt jedoch, da in den Vorjahren die beiden Themenkomplexe Ernährung und Verpackungen noch zusammengefasst waren.

### 3.2. Einzelne Themen

#### Drängendste Probleme des Konsumalltags nach Themen geordnet

Themenbereich	Thema	Anzahl	Anteil
Lebensmittel (N=2.003)	Lebensmittel, mindestens ein Problem genannt	1.971	98,4 %
	Versteckte Preiserhöhungen durch veränderte Füllmengen ("Füllmengenkarussell")	1.146	57,2 %
	Irreführende Inhaltsangaben wie Etikettenschwindel mit Fruchtabbildungen	1.008	50,3 %
	Ich wünsche mir ein Ampelmodell bei der Nährwertkennzeichnung	933	46,6 %
	Unklare oder fehlende Herkunftsangaben	904	45,1 %
	Haltbarkeit von Lebensmitteln, Lebensmittelverschwendung	826	41,2 %
	Ergebnisse der amtlichen Hygiene-Kontrollen sollen in den untersuchten Lebensmittelbetrieben (z.B. Restaurants) bekannt gemacht werden!	645	32,2 %
	Unzureichende Fleischkennzeichnung	529	26,4 %
	Lebensmittel, sonstige Themen in Freiantworten genannt	226	11,3 %
	Ansprechpartner für Lebensmittelbeanstandungen schwer zu ermitteln	202	10,1 %
	Fehlende Allergen-Hinweise in der Gastronomie	182	9,1 %
	Verpackungen (N=1.992)	Verpackungen, mindestens ein Problem genannt	1.958
Zu viele Plastik (-beschichtete) Verpackungen anstelle bioverträglicher Materialien wie Papier		1.665	83,6 %
Zu viele unnötige Umverpackungen (z.B. von Lebensmitteln mit natürlicher Verpackung wie Bananen)		1.649	82,8 %
Ich wünsche mir ein Mehrwegsystem wie den "Coffee-to-go-Becher"		849	42,6 %
Zu viel Luft in der Verpackung		725	36,4 %
Verpackungen, sonstige Themen in Freiantworten genannt		128	6,4 %
Gesundheit und Patientenschutz (N=1.885)	Gesundheit und Patientenschutz, mindestens ein Problem genannt	1.598	84,8 %
	Zu lange Wartezeiten auf einen Termin beim sonstigen Facharzt	1.122	59,5 %
	Zu lange Wartezeit in der Arztpraxis	730	38,7 %
	IGeL-Leistungen aufgedrängt	448	23,8 %
	Zu lange Wartezeiten auf einen Termin beim Frauenarzt	336	17,8 %
	Falschbehandlung beim Arzt bzw. im Krankenhaus	329	17,5 %
	Zu lange Wartezeiten auf einen Termin beim Hausarzt	289	15,3 %
	Gesundheit und Patientenschutz, sonstige Themen in Freiantworten genannt	232	12,3 %
	Einsicht in Krankenunterlagen verweigert	130	6,9 %
Zu lange Wartezeiten auf einen Termin beim Kinderarzt	95	5,0 %	
Finanzen und Versicherungen (N=1.869)	Finanzen und Versicherungen, mindestens ein Problem genannt	1.644	88,0 %
	Niedrige Sparzinsen	1.179	63,1 %
	Überhöhte Dispozinsen	681	36,4 %
	Kürzung der Überschussbeteiligung bei Kapitallebens- oder privater Rentenversicherung	406	21,7 %
	Kein Problem/ nicht relevant	225	12,0 %
	Falsche bzw. zu teure Versicherung wurde mir verkauft	215	11,5 %
	Finanzen und Versicherungen, sonstige Themen in Freiantworten genannt	188	10,1 %
	Zu hohe Vorfälligkeitsentschädigung bei Immobilienkredit	151	8,1 %
	Überzogener Dispo / Schulden	128	6,8 %
	Mir wurde der Bausparvertrag gekündigt	58	3,1 %
Mir wurde der Ratenkredit gekündigt	7	0,4 %	
Telefon und Internet (N=1.888)	Telefon und Internet, mindestens ein Problem genannt	1.674	88,7 %
	Werbemails	1.124	59,5 %
	Unerwünschte Werbeanrufe	1.008	53,4 %
	Abofalle Internet	301	15,9 %
	Abofalle über das Smartphone	269	14,2 %
	Telefon und Internet, sonstige Themen in Freiantworten genannt	260	13,8 %
	Kein Problem/ nicht relevant	214	11,3 %
	Abmahnung wegen Urheberrechtsverletzung durch Filesharing	92	4,9 %
Verkehr und Reisen (N=1.542)	Verkehr und Reisen, mindestens ein Problem genannt	745	48,3 %
	Entschädigungsansprüche Bahn	398	25,8 %
	Entschädigungsansprüche Flugverkehr	278	18,0 %
	Verkehr und Reisen, sonstige Themen in Freiantworten genannt	248	16,1 %
Energie (N=1.521)	Energie, mindestens ein Problem genannt	856	56,3 %
	Energiepreise	688	45,2 %
	Energieanbieterwechsel	173	11,4 %
	Energie, sonstige Themen in Freiantworten genannt	145	9,5 %
Sonstige Probleme im Konsumalltag (N=2.040)	Sonstige Probleme, mindestens ein Problem genannt	1.291	63,3 %
	Kein Durchblick beim Kleingedruckten (AGB)	1.055	51,7 %
	Ich bin vom Dieselskandal betroffen und wünsche mir bessere Rechtsdurchsetzungsmöglichkeiten	240	11,8 %
	Vertreter an der Haustür	135	6,6 %
	Sonstige Probleme, sonstige Themen in Freiantworten genannt	134	6,6 %

Ob Lebensmittel, Finanzen oder andere Themenbereiche: Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer unserer Umfrage kreuzten nicht nur vorgegebene Punkte an, sondern machten sehr häufig auch in den dafür vorgesehenen Freifeldern Erläuterungen und Ergänzungen. Wir haben erstmalig für diesen Bericht auch diese Freiantworten ausgewertet und die Ergebnisse nachfolgend zusammengefasst.

### 3.2.1. Lebensmittel

Lebensmittelthemen sind ein Dauerbrenner für die Verbraucherinnen und Verbraucher und hier insbesondere **mangelnde Transparenz und Information**. **Versteckte Preiserhöhungen** (57,2 Prozent), **irreführende Inhaltsangaben** (50,3 Prozent) und der Wunsch nach **mehr Durchblick durch ein Ampelmodell** bei der Nährwertkennzeichnung (46,6 Prozent) führen die Liste der Nennungen an. Es folgen Beschwerden über unklare oder fehlende **Herkunftsangaben** (45,1 Prozent), über **Lebensmittelverschwendung** (41,2 Prozent), **unzureichende Information zu Ergebnissen von Lebensmittelkontrollen** (32,2 Prozent), **unzureichender Fleischkennzeichnung** (26,4 Prozent), Probleme, **Ansprechpartner für Lebensmittelbeanstandungen** zu ermitteln (10,1 Prozent) und Beschwerden im Zusammenhang mit **fehlenden Allergen-Hinweisen in der Gastronomie** (9,1 Prozent).

Auch die Auswertung der insgesamt **226 Freiantworten** zeichnet ein ähnliches Bild. Der größte Anteil der individuell Antwortenden fühlt sich bei Einkaufsentscheidungen für oder gegen ein Lebensmittel **nicht ausreichend informiert**. Da die Inhaltsstoffe nicht immer eindeutig deklariert werden, bemängeln die Konsumenten beispielsweise **versteckten Zucker** oder **nicht gekennzeichnete Geschmacksverstärker**. Zudem empfinden sie den bestehenden „**Label-Wirrwarr**“ auf Lebensmitteletiketten als intransparent und unglaubwürdig, da sie die Kriterien zur Label Vergabe nicht nachvollziehen können. Das gilt besonders für die generelle Verlässlichkeit von Bio-Siegeln.

Da es den Verbrauchern an Vertrauen in die Kennzeichnung mangelt, können sie sich kaum selbstsicher und eindeutig am Supermarktregal entscheiden. Hinzu kommt, dass die unzureichenden Informationen teilweise auch noch schlecht lesbar sind, so betraf jede zehnte Freiantwort eine **zu kleine Beschriftung**.

Mehr **Tierwohl** und **Nachhaltigkeit** liegt vielen Hamburger Konsumenten am Herzen. Sie fordern mehr Tierschutz und eine **Kennzeichnung der Haltungsfom**, allerdings sollte dadurch kein weiteres „**Label-Wirrwarr**“ entstehen. Viele verlangen beim nachhaltigen Konsum mehr Unterstützung, z.B. wünschen sich eine Reihe von Verbrauchern weniger Lebensmittelverschwendung und eine **andere Form der Haltbarkeitskennzeichnung**.

Bemängelt werden auch **ungesunde Inhaltsstoffe** in Fertiglernsmitteln wie zu viel Zucker und Salz. Der Wunsch nach einer Ampelkennzeichnung tauchte entsprechend auch in den Freiantworten regelmäßig auf. Kritisiert wird zudem die Werbung für übersüßte Kinderlebensmittel, wie eine „extra Portion Milch“ oder „mit Liebe zubereitet“.

Eine bessere Hygiene und mehr Kontrollen in Supermärkten und bei der Lebensmittelproduktion wurden in etwa 7 Prozent der Freiantworten genannt. In diesem Zusammenhang wird auch eine sogenannte „Hygieneampel“ in

Einkaufsstätten und Restaurants gewünscht. Etwa drei Prozent Freiantworten betrafen den Wunsch nach weniger Schadstoffe im Essen, z.B. Glyphosat oder allgemein „weniger Chemie“.

### 3.2.2. Verpackungen

Acht von zehn Teilnehmerinnen und Teilnehmer (83,6 Prozent) störten sich an **Plastik (-beschichteten) Verpackungen** anstelle bioverträglicher Materialien und an **zu vielen unnötigen Umverpackungen** (82,8 Prozent). Für ein **Mehrwegsystem wie den „Coffee-to-go-Becher“** sprachen sich 42,6 Prozent der Teilnehmer aus; ein gutes Drittel der Befragten beschwerte sich über **überdimensionierte (Luft-)Verpackungen** (36,4 Prozent).

Diese quantitativen Befunde finden ihre Entsprechung in der Auswertung der in diesem Themenbereich gemachten insgesamt 128 Freiantworten.

Mengenmäßig die meisten dieser individuellen Rückmeldungen, nämlich an die 33 Prozent, befassten sich mit den Fragen der Plastikverpackungen allgemein, bzw. deren **Recyclingfähigkeit**. Hier spiegelten die Verbraucherinnen und Verbraucher ziemlich genau die Fehlentwicklungen aus Verpackungsverordnung und den **marktgetriebenen Trends im Verpackungs-Bereich** (Selbstbedienungsfähigkeit und Single-Haushalte). Einer großen Zahl missfällt der subjektiv und objektiv wahrgenommene Anstieg der Kunststoffverpackungen, speziell im Lebensmittelbereich.

**Übertriebene Hygieneanforderungen, der Personalabbau in Selbstbedienungsläden** und die **nicht angebotenen Möglichkeiten, Waren „lose“, d.h. in eigenen oder mitgebrachten Behältnissen zu transportieren** stießen in gut 20 Prozent der Freiantworten auf Kritik. Mangelnde Sortenvielfalt und **mangelnde Trennungs- bzw. Verwertungsfähigkeit** der Kunststoffverpackungen wurden ebenfalls genannt. „Coffee-to-go“ bzw. andere „**Convenience**“ **Verpackungen** werden als extrem störend bzw. vermüllend wahrgenommen. Genauso wird der **drastisch schwindende Mehrweganteil** bei Verpackungen als irritierend und falsch empfunden. Zusätzlich für Verwirrung sorgt die aus der Verpackungsverordnung resultierende Unklarheit zu „Einweg-Mehrweg-Pfand-Rückgabemöglichkeit-Rücknahmepflicht-Verwertung-Wiederverwendung“. Hier werden massiv Verbesserungen eingefordert. Die Verbraucherzentralen sehen diesen Trend und fordern demzufolge seit Jahren entsprechende Verbesserungen der Verpackungsverordnung bzw. des kommenden Verpackungsgesetzes.

Ein weiterer größerer Anteil der Freiantworten beschäftigte sich mit der **mangelhaften Funktionsfähigkeit von Verpackungen**. Hier wurden die viel zu kleine Schrift, wenig hilfreiche Informationen auf der Verpackung, die nur schwer zu öffnenden Blisterverpackungen und auch die Verletzungsgefahr beim Öffnen genannt.

Schließlich fand ein weitere Teil der Antwortenden die Verwendung von ökologisch nachteiligen Materialien (z.B. **Aluminium**) oder auch von Inhaltsstoffen, die sich schädlich auf das verpackte Gut auswirken können (**Weichmacher, Bisphenol A, ...**) höchst problematisch.

Es zeigt sich in der Zusammenschau, dass die Wahrnehmungen der Verbraucherinnen und Verbraucher zu einem überwiegenden Teil die auch technisch-ökologisch objektivierbaren negativen Entwicklungen im Verpackungsbereich spiegeln. Die



entsprechenden politischen Gremien auf Bundesebene wären also gut beraten, diesen in der Stimmung und objektiv wahrgenommenen Defiziten eine größere Beachtung zu schenken und die Ökologisierung der Verpackungen auf den Weg zu bringen.

### 3.2.3. Gesundheit

Die Thematisierung des **Gesundheitsbereichs** hat weiter zugenommen, wenn auch diesmal nur geringfügig.

Nach wie vor dominiert dabei mit steigendem Anteil das Thema **Wartezeiten** auf einen **Termin** beim Arzt, vor allem bei Fachärzten. Frauenärzte, Hausärzte und Kinderärzte scheinen mit 17,8 Prozent, 15,3 Prozent und 5,0 Prozent weniger Probleme zu bereiten als „sonstige Fachärzte“ mit 59,5 Prozent. In den Freitexten wurde auch auf eine mögliche Ursache hingewiesen: die Bevorzugung von Privatpatienten. Dass diese Anmerkung nicht häufiger vorkam, mag daran liegen, dass Privatpatienten in ländlichen Gebieten stärker bevorzugt werden als in Großstädten. Darauf weisen jedenfalls mehrere Untersuchungen hin<sup>4</sup>.

Weniger extrem, aber auch erheblich ist die diesmal neu abgefragte Klage über die Wartezeit im **Wartezimmer** der Arztpraxis. Fast ein Viertel der Teilnehmer hatten damit offenbar schlechte Erfahrungen gemacht. Das weckt Zweifel an der angeblichen Überversorgung der Hansestadt mit allen Arztgruppen.

Erstaunlich ist, dass die Vermutung einer **Falschbehandlung**, die in den letzten Jahren von knapp 30 Prozent der Teilnehmer geäußert wurde, diesmal mit 17,5 Prozent viel weiter hinten liegt. Das gleiche gilt für die Verweigerung einer Einsicht in die **Krankenunterlagen**; sie fiel diesmal von fast 10 Prozent auf 6,9 Prozent ab. Trotzdem sind beide Zahlen immer noch beunruhigend: Hinnehmbar, weil auch Ärzte nur Menschen sind, wäre in beiden Fällen vielleicht eine niedrige einstellige Zahl. Falschbehandlungen werden seit etwa 20 Jahren durch intensive Bemühungen um Qualitätssicherung zu vermeiden versucht. Und die Einsicht in die Krankenunterlagen ist nicht nur seit 1982 höchstrichterlich bestätigtes Patientenrecht, sondern wurde 2013 durch das Patientenrechtegesetz ins Bürgerliche Gesetzbuch aufgenommen; da dürfte es eigentlich überhaupt keine Beschwerden mehr geben.

Einige Themen wurden nur in den Freitexten angesprochen.

**Abrechnungsbetrug** und **unnötige** Untersuchungen sind Themen, die sowohl in den Medien öfter aufscheinen als auch in Patientenberatungsstellen berichtet werden. Allerdings ist es in der Regel für Patienten als Endverbraucher schwierig, ihnen auf die Schliche zu kommen. Betrug fällt meist eher den Privatpatienten auf, die Rechnungen bezahlen und zur Erstattung einreichen müssen; und ob eine Untersuchung nötig ist oder nicht, erfordert medizinisches Wissen. Allenfalls bei IGeL-Leistungen können Patienten problemlos im IGeL-Monitor<sup>5</sup> prüfen, als wie evidenzbasiert die Wirkung einer Selbstzahlerleistung eingeschätzt wird.

---

<sup>4</sup> Siehe für NRW [http://www.klein-schmeink.de/data/user/PDF-Dokumente/2017/Wartezeiten\\_NRW\\_2017.pdf](http://www.klein-schmeink.de/data/user/PDF-Dokumente/2017/Wartezeiten_NRW_2017.pdf) .

<sup>5</sup> IGeL-Monitor des Medizinischen Diensts des Spitzenverbandes Bund der Krankenkassen e.V. (MDS), <https://www.igel-monitor.de/>.

Dass es zu **wenige** Ärzte gibt und diese zu wenig **Zeit** haben und häufig zu schlecht weitergebildet sind, wurde ebenfalls moniert. Diese Beschwerden korrespondieren mit der Wartezeitenproblematik.

Auch **Transparenz** und **Verständlichkeit** des Gesundheitssystems und seiner Leistungen können von Patienten gut beurteilt werden. Auf dort bestehende Defizite wurde hingewiesen.

Viermal wurde bemängelt, dass **Naturheilkunde** oder Alternative Heilmethoden zu wenig berücksichtigt oder nicht erstattet werden.

Bemerkenswert scheint die Anregung einer ärztlichen **Approbation auf Zeit**, die wie eine TÜV-Plakette beim Auto regelmäßig überprüft werden muss, sowie eine Pflicht zur **Evaluation** der Ergebnisse ärztlicher Behandlung mit Einbeziehung von Patientenbefragungen.

#### 3.2.4. Finanzdienstleistungen

Im Bereich der **Finanzdienstleistungen** waren wie im Vorjahr die **Niedrigzinsphase und deren Folgen** die häufigsten Beschwerdegründe. Sechs von zehn Befragten (63,1 Prozent) ärgerten sich über **niedrige Sparzinsen**, ein gutes Drittel (36,4 Prozent) über **überhöhte Dispozinsen** und 21,7 Prozent der Befragten über die **Kürzung der Überschussbeteiligung** bei kapitalbildenden Lebens- oder Rentenversicherungen. Zum Thema niedrige Zinsen gehören auch als **zu hoch empfundene Vorfälligkeitsentschädigungen** bei Immobilienkrediten (8,1 Prozent). 58 Befragte kreuzten an, ihnen sei seitens der Bausparkasse der Bausparvertrag gekündigt worden. Mehr als jeder zehnte Befragte (11,5 Prozent) gab an, ihm seien **nicht passende oder überteuerte Versicherungsprodukte** verkauft worden. Immerhin knapp sieben Prozent, entsprechend 128 Teilnehmerinnen und Teilnehmer beklagten einen überzogenen Dispositionskredit bzw. Schulden.

Folgende vier Themenkreise sind bei der Auswertung der Freifeldantworten vermehrt aufgefallen:

Viele Verbraucher beklagten sich über hohe Kosten bei den Banken und Sparkassen, überwiegend ging es dabei um **als zu hoch empfundene Kontoführungsgebühren**. Auch der Trend zu **einkommensabhängigen Preisen** der Kontoführung, insbesondere bei den so genannten Basiskonten, wurde bemängelt.

Häufig beschwerten sich Verbraucher über die **mangelnde Transparenz von Finanzprodukten**. Stein des Anstoßes war vor allem die Verständlichkeit von Versicherungsbedingungen. Die genaue Kenntnis und die Vergleichbarkeit von Angeboten würden dadurch unmöglich.

Auch in den Freiantworten wurde die **anhaltende Niedrigzinspolitik**, die es erschwerte, für das Alter zu sparen, beklagt. Zum anderen bemängelten Verbraucher die Palette der auf dem Markt erhältlichen privaten Altersvorsorgeprodukte. Hinzu kamen Verbraucherbeschwerden hinsichtlich der Sozialabgabepflicht von Betriebsrenten. In den Antworten wurde moniert, dass die im Jahr 2004 eingeführte, entsprechende Regelung des Gesetzgebers auch auf Verträge Anwendung fände, die vor diesem Zeitpunkt abgeschlossen worden seien.

Als weiteren Themenkreis lassen sich Antworten im Zusammenhang mit der als mangelhaft empfundenen **Qualität der Beratung bei Banken und Versicherungen** bei der vor allem der Verkauf von Produkten im Vordergrund stehe, zusammenfassen.

### 3.2.5. Telekommunikation und Internet

Im Bereich der Telekommunikation und des Internets fühlten sich die Verbraucher wie im Vorjahr am häufigsten durch **unerwünschte Werbemails** belästigt (59,5 Prozent), gefolgt von **unerwünschten Werbeanrufen** (53,4 Prozent). **Abofallen im Internet** fanden 15,9 Prozent der Teilnehmer/innen kritikwürdig, Abofallen über das Smartphone 14,2 Prozent. Fälle der eigenen Abmahnung oder der Abmahnung einer nahestehenden Person wegen **Urheberrechtsverletzung durch Filesharing** gaben 4,9 Prozent, entsprechend 92 Personen, als problematisch an.

Von der Möglichkeit, frei zu antworten, wurde 260-mal Gebrauch gemacht.

Als dringendstes Problem beschrieben die Verbraucherinnen und Verbraucher hier die **schlechte Erreichbarkeit des Anbieter-Kundenservice**, insbesondere, aber nicht nur, von O2 (Telefónica Germany GmbH & Co. OHG). Dies spiegelt auch unsere Erfahrung in der Beratung wider. Den hierzu antwortenden Verbraucherinnen und Verbrauchern stand regelmäßig keine Emailadresse für Beschwerden zur Verfügung, auch die telefonische Erreichbarkeit wurde gerügt. Verbraucher beklagten den Einsatz von schlecht informierten und wenig hilfreichen bis hin zu völlig inkompetenten Mitarbeitern in Callcentern.

Sehr häufig beschwerten sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer auch darüber, dass ihr **Internetanschluss nicht schnell genug** (nicht wie vertraglich vereinbart) sei oder häufig gestört sei bzw. teils sogar ganz ausfiele. Auch die **nicht ausreichende Netzabdeckung der Mobilfunknetze** wurde beklagt, und daraus folgender schlechter Empfang, Gesprächsabbrüche und zu geringe Datenübertragungsraten. Außerdem äußerten einige Verbraucher den Wunsch, ihren analogen Telefonanschluss zu behalten, und möchten auch **freies WLAN in der ganzen Stadt** für alle Hamburgerinnen und Hamburger.

Ein dritter Problemkomplex behandelt Fragen der **Weitergabe der persönlichen Daten**. Die Teilnehmer beschwerten sich darüber, dass sie **nicht genug Selbstbestimmungsrecht im Internet** hätten, und äußerten teilweise die Angst, von allen Seiten überwacht zu werden. Nach den Antworten besteht Unklarheit darüber, **wer welche Daten sammelt und an wen diese weitergegeben werden**. Besonders schwierig falle die Beurteilung, wenn es sich um ausländische Firmen wie Facebook (incl. Tochtergesellschaften wie Whatsapp), Microsoft oder Apple handele. Hinzu käme noch die Datenabschöpfung durch Viren, Trojaner und Phishing.

Einige der Teilnehmenden wünschten sich bei der Gestaltung der Telekommunikationsverträge **klarere Tarifbedingungen**, vielen stieß auf, dass diese undurchsichtig und unübersichtlich seien und man sie schlecht mit den Tarifen anderer Anbieter vergleichen könne. Es herrsche eine **Informationsasymmetrie zwischen Kundinnen und Kunden auf der einen- und Telekommunikationsanbieter auf der anderen Seite**. Einige Befragte äußerten den Eindruck, dass ihnen **unpassende oder überflüssige Produkte aufgedrängt** werden sollen. Die im Vergleich zum europäischen Ausland als **zu teuer empfundene Preisgestaltung** deutscher

Telekommunikationstarife wurde ebenso angesprochen wie der Wunsch nach kürzere Laufzeiten und auch kürzeren Kündigungsfristen für solche Verträge.

Zu guter Letzt fühlen sich die Teilnehmenden an der Umfrage durch **zu viel Werbung belästigt**, sei es telefonisch, im Internet oder auch ganz altmodisch die Werbepost im Briefkasten.

### 3.2.6. Verkehr und Reise

Der Themenbereich mit der wie im vergangenen Jahr geringsten Kritikhöhe war Reise und Verkehr. **Entschädigungsansprüche Bahn** waren für 25,8 der Befragten relevant; **Entschädigungsansprüche im Flugverkehr** für 18 Prozent. Waren an dieser Stelle des Fragebogens nur die beiden vorgenannten Antwortmöglichkeiten vorgegeben, wurde von der Freiantwortmöglichkeit umso stärker Gebrauch gemacht.

Ein großer Anteil dieser insgesamt 248 Antworten betraf den **öffentlichen Nahverkehr in Hamburg**. Moniert wurde, oft mit konkreten Beispielen, die Bustaktung, Verspätungen bei S- und U-Bahnen und Bussen, ein nicht schnell genug voranschreitender Streckenausbau oder hohe Preise. Der Wunsch nach Barrierefreiheit aller Bahn-Stationen, auch für Eltern mit kleinen Kindern, wurde geäußert.

Ähnliche Beschwerden gab es im Zusammenhang mit der **Deutschen Bahn**. Neben den oben genannten wurde Kritik wegen (mangelnder) Sicherheit von Bahnhöfen, insbesondere des Hauptbahnhofs, laut. Das Streckennetz der Deutschen Bahn außerhalb der ICE-Strecken sei nicht ausreichend. Hinsichtlich der Entschädigungsansprüche wurden deren aufwändige und zu bürokratische Geltendmachung oder die als zu gering empfundene Höhe genannt.

Neben dem öffentlichen betrafen viele Antworten den individuellen Nahverkehr, insbesondere mit dem **Fahrrad**. Aufreger waren hier der schlechte Zustand und die schlechte Kennzeichnung der Hamburger Fahrradwege, die nicht ausreichende Berücksichtigung von Fahrradfahrern in der Bauplanung, das als zu gering empfundene Netz von Fahrradwegen oder Limitierungen bei der Mitnahmemöglichkeit von Fahrrädern in Bussen und Bahnen.

Auch im Zusammenhang mit dem **Autoverkehr** wurden viele Antworten gegeben, häufig als Kritik gegenüber dieser Art der Fortbewegung. Kritisiert wurde die auf den Autoverkehr zurückzuführende innerstädtische Luft- und Lärmbelastung (in diesem Zusammenhang auch durch „PS-Protzer“), die Ineffizienz und umweltbelastende Wirkung dieses Fortbewegungsmittels. Ein Teil der Antwortenden beschwerte sich über zu hohe Benzinpreise oder undurchschaubare Benzinpreisschwankungen und über zu volle Straßen und Autobahnen.

Umweltbedenken wurden schließlich auch im Zusammenhang mit Flugreisen geäußert.

### 3.2.7. Energie

**Energiepreise** und Schwierigkeiten mit dem **Anbieterwechsel** waren im Bereich der Energie die vorgegebenen Probleme. Die Preishöhe gaben 45,2 Prozent der Befragten an; Probleme beim Wechsel des Energieanbieters 11,4 Prozent.

Diese Probleme wurden in den Freiantworten teilweise konkretisiert. Ein großer Teil bezog sich auf Probleme mit Anbietern und **mangelnder Transparenz bei der Preisgestaltung. Nicht nachvollziehbare Forderungen, Preiserhöhungen, Tarifänderungen und Kostenfallen in den Verträgen sowie ein schlechter Kundenservice** führen hier zu großem Unmut.

Aber auch die Energiewende treibt die Verbraucher um. Ein Teil der antwortenden Verbraucher fand, dass diese nur schleppend voran komme und wünschte sich einen **schnelleren Ausbau Erneuerbarer Energien** sowie stärkere Anreize für energieeffiziente Maßnahmen. Auch hier dominiert der Wunsch nach größerer Transparenz: Für viele sind höhere Preise kein Problem, so lange nachvollziehbar ist, dass diese tatsächlich durch eine klimafreundliche Energieerzeugung bedingt sind und die Kosten gerecht auf Industrie und Privathaushalte verteilt werden. Der **Wunsch nach stärkerer Fokussierung auf dezentrale Versorgungsmodelle** wurde ebenfalls mehrfach geäußert.

### 3.2.8. Sonstiges Verbraucherrecht

In der aktuellen Umfrage wurden im Fragebogen an dieser Stelle drei Themen vorgegeben. **Kein Durchblick beim Kleingedruckten (AGB)** bemängelten 51,7 Prozent der Befragten, **durch Vertreter an der Haustür** fühlte sich 6,6 Prozent, entsprechend 135 Teilnehmer gestört. Neu in der Umfrage war die Aussage „Ich bin **vom Dieselskandal betroffen** und wünsche mir bessere Rechtsdurchsetzungsmöglichkeiten“. 240 Teilnehmer, entsprechend 11,8 Prozent, setzten hier ein Kreuz.

In den Freiantworten im Bereich Sonstiges wurden erwartungsgemäß viele unterschiedliche Themen angesprochen.

Ein gutes Viertel der Rückmeldungen erfolgten zum Themenkreis Umwelt. So sahen viele Verbraucher die Luftverschmutzung, insbesondere durch den Autoverkehr, als ein großes Problem an. Dementsprechend wünschten sich die Verbraucher den besseren Ausbau von Radwegen, aber auch mehr E-Ladestationen. Ebenso waren der Erhalt und die Neupflanzung von Bäumen in der Stadt ein Thema der Rückmeldungen.

Mehr als 10 Prozent der Freiantworten bezog sich auf den VW Diesel-Skandal. Die Antworten verdeutlichen, dass die Verbraucher sich machtlos gegenüber der Autolobby fühlen. Diese werde nicht zu Verantwortung gezogen, sondern die Kosten müssten die Verbraucher tragen. Die Resignation, die aus den Rückmeldungen zu entnehmen ist, macht deutlich, dass sich die Verbraucher die Einführung eines Rechtsdurchsetzungsinstruments wie der Musterfeststellungsklage wünschen.

Ebenfalls über 10 Prozent der Rückmeldungen bemängelten die schlechte Servicequalität, z.B. bei Hotlines oder in Gebrauchsanweisungen. Allerdings betrafen mehr als die Hälfte Rückmeldungen den mangelhaften Service der DHL Paket GmbH. So gab es Beschwerden über einfach vor der Tür abgestellte Pakete, unbefriedigende Zustellung und wenig Unterstützungsleistungen bei verschwundenen Sendungen. Aber auch schlecht lesbare und lange AGB gaben Anlass für Unmut der Verbraucher.

Ebenso war Datenschutz ein Thema, das die Verbraucher beschäftigte. Befürchtet wurde die aus Verbrauchersicht intransparente Speicherung und Nutzung der Daten.

Deutlich wurde auch, dass steigende Mieten und die damit mit einhergehender Verdrängung bzw. die Unbezahlbarkeit von Wohnraum Verbraucher ängstigen.

Die Ergebnisse machen deutlich, dass der Umweltschutz ein wichtiges Verbraucherthema ist. Zugleich erscheint es wichtig, der Resignation der Verbraucher über Lobbyisten und Politik durch eine Stärkung des kollektiven Rechtsschutzes sowie der Einführung einer Musterfeststellungsklage entgegenzuwirken. Gerade kleine Streuschäden wird der Verbraucher aufgrund der Unwirtschaftlichkeit nicht selbst verfolgen. Aufgrund der Masse bedeuten die Streuschäden aber einen erheblichen Unrechtsgewinn auf Seiten der Unternehmen. Der Tatsache, dass sich Unrecht für die Unternehmen somit lohnt, könnte durch die -finanzielle- Stärkung der Verbandsklagen entgegen gewirkt werden.

### 3.3. Themen bereichsübergreifend im Vergleich

Zwei Verpackungsthemen liegen in dieser Umfrage weit vor den übrigen Antworten. Während das Ranking im vergangenen Jahr noch durch die versteckten Preiserhöhungen angeführt wurde, liegt in der aktuellen Umfrage mit 83,6 Prozent der Antwortenden der Ärger um den Plastikmüll vorn. Insgesamt 1.958 Personen ärgerten sich darüber. Nahezu gleichauf liegt mit 82,6 Prozent der Antworten ein Thema, welches im vergangenen Jahr noch nicht in der Umfrage enthalten war: Der Unmut über unnötige Umverpackungen. Es folgen auf Rang drei die niedrigen Sparzinsen (63,1 Prozent, zuvor Rang vier), unerwünschten Werbemails (59,5 Prozent), auf Rang fünf Beschwerden über eine zu lange Wartezeit beim sonstigen Facharzt (59,5 Prozent), danach versteckte Preiserhöhungen durch veränderte Füllmengen (57,2 Prozent), unerwünschte Werbeanrufe (53,4 Prozent), mangelnder Durchblick beim Kleingedruckten (51,7 Prozent), irreführende Inhaltsangaben wie Etikettenschwindel mit Fruchtabbildungen (50,3 Prozent) und schließlich auf Rang 10 der Wunsch nach einem Ampelmodell bei der Nährwertkennzeichnung (46,6 Prozent).

Damit sind in den diesjährigen „Top Ten“ Lebensmittelthemen dreimal und Verpackungs- und Telekommunikations bzw. Internetthemen jeweils zweimal vertreten.

Über die letzten drei Umfragen gab es relevante Anstiege der Beschwerden über niedrige Sparzinsen (von 56,0 Prozent im Jahr 2016 auf 58,2 Prozent im Jahr 2017 auf nunmehr 63,1 Prozent) und über Kürzung der Überschussbeteiligung bei Kapitallebens- oder privater Rentenversicherung (von 18,5 Prozent im Jahr 2016 auf 19,9 Prozent im Jahr 2017 auf nunmehr 21,7 Prozent). Auch beim Ärger im Zusammenhang mit Entschädigungsansprüchen gegenüber der Bahn ist ein kontinuierlicher Anstieg zu verzeichnen (von 20,3 Prozent im Jahr 2016 auf 21,4 Prozent im Jahr 2017 auf nunmehr 25,8 Prozent).

## Drängendste Probleme des Konsumalltags im Jahres-Vergleich

Themenbereich	Rang	Problem	Anteile		
			2018	2017	2016
Verpackungen	1	Zu viele Plastik (-beschichtete) Verpackungen anstelle bioverträglicher Materialien wie Papier	83,6 % ⇨	79,4 %	*
		Zu viele unnötige Umverpackungen (z.B. von Lebensmitteln mit natürlicher Verpackung wie Bananen)	82,8 %	*	*
Finanzen	3	Niedrige Sparzinsen	63,1 % ↑	58,2 %	56,0 %
Telefon	4	Werbemails	59,5 % ⇨	61,6 %	61,4 %
Gesundheit	5	Zu lange Wartezeiten auf einen Termin beim sonstigen Facharzt	59,5 %	*	*
		Versteckte Preiserhöhungen durch veränderte Füllmengen ("Füllmengenkarussell")	57,2 %	*	*
Lebensmittel	6	Unerwünschte Werbeanrufe	53,4 % ⇨	55,7 %	51,6 %
Sonstige	8	Kein Durchblick beim Kleingedruckten (AGB)	51,7 % ⇨	57,5 %	59,1 %
Lebensmittel	9	Irreführende Inhaltsangaben wie Etikettenschwindel mit Fruchtabbildungen	50,3 % ⇨	54,2 %	*
		Ich wünsche mir ein Ampelmodell bei der Nährwertkennzeichnung	46,6 % ↓	56,4 %	*
Energie	11	Energiepreise	45,2 % ⇨	56,1 %	43,2 %
Lebensmittel	12	Unklare oder fehlende Herkunftsangaben	45,1 % ↓	56,7 %	*
Verpackungen	13	Ich wünsche mir ein Mehrwegsystem wie den "Coffee-to-go-Becher"	42,6 %	*	*
Lebensmittel	14	Haltbarkeit von Lebensmitteln, Lebensmittelverschwendung	41,2 % ⇨	40,9 %	*
Gesundheit	15	Zu lange Wartezeit in der Arztpraxis	38,7 %	*	*
Finanzen	16	Überhöhte Dispozinsen	36,4 % ⇨	43,0 %	39,2 %
Verpackungen	17	Zu viel Luft in der Verpackung	36,4 %	*	*
Lebensmittel	18	Ergebnisse der amtlichen Hygiene-Kontrollen sollen in den untersuchten Lebensmittelbetrieben (z.B. Restaurants) bekannt gemacht werden!	32,2 %	*	*
		Unzureichende Fleischkennzeichnung	26,4 % ⇨	31,7 %	*
Verkehr	20	Entschädigungsansprüche Bahn	25,8 % ↑	21,4 %	20,3 %
Gesundheit	21	IGeL-Leistungen aufgedrängt	23,8 % ↓	33,2 %	27,6 %
Finanzen	22	Kürzung der Überschussbeteiligung bei Kapitallebens- oder privater Rentenversicherung	21,7 % ↑	19,9 %	18,5 %
		Entschädigungsansprüche Flugverkehr	18,0 % ⇨	20,7 %	10,9 %
Gesundheit	24	Zu lange Wartezeiten auf einen Termin beim Frauenarzt	17,8 %	*	*
Gesundheit	25	Falschbehandlung beim Arzt bzw. im Krankenhaus	17,5 % ↓	30,8 %	30,5 %
Telefon	26	Abofalle Internet	15,9 % ↓	20,2 %	26,5 %
Gesundheit	27	Zu lange Wartezeiten auf einen Termin beim Hausarzt	15,3 %	*	*
		Abofalle über das Smartphone	14,2 % ↓	20,2 %	*
Sonstige	29	Ich bin vom Dieselskandal betroffen und wünsche mir bessere Rechtsdurchsetzungsmöglichkeiten	11,8 %	*	*
		Falsche bzw. zu teure Versicherung wurde mir verkauft	11,5 % ⇨	13,7 %	12,5 %
Energie	31	Energieanbieterwechsel	11,4 % ↓	15,2 %	12,8 %
Lebensmittel	32	Ansprechpartner für Lebensmittelbeanstandungen schwer zu ermitteln	10,1 %	*	*
Lebensmittel	33	Fehlende Allergen-Hinweise in der Gastronomie	9,1 % ↓	12,9 %	*
Finanzen	34	Zu hohe Vorfälligkeitsentschädigung bei Immobilienkredit	8,1 % ⇨	9,7 %	6,4 %
Gesundheit	35	Einsicht in Krankenunterlagen verweigert	6,9 % ↓	9,4 %	9,7 %
Finanzen	36	Überzogener Dispo / Schulden	6,8 % ⇨	8,2 %	8,3 %
Sonstige	37	Vertreter an der Haustür	6,6 % ↓	12,4 %	12,3 %
Gesundheit	38	Zu lange Wartezeiten auf einen Termin beim Kinderarzt	5,0 %	*	*
Telefon	39	Abmahnung wegen Urheberrechtsverletzung durch Filesharing	4,9 % ↓	9,2 %	5,7 %
Finanzen	40	Mir wurde der Bausparvertrag gekündigt	3,1 % ↓	5,0 %	2,6 %
Finanzen	41	Mir wurde der Ratenkredit gekündigt	0,4 % ↓	0,9 %	0,3 %

\* Kein Vergleich möglich, da Antwortmöglichkeit im entsprechenden Jahr nicht enthalten.

N (2018): 2.040, N (2017): 1.035, N (2016): 577.

## 4. Nutzung und Zufriedenheit mit der Verbraucherzentrale Hamburg

Auf die Fragen:

*„Haben Sie schon einmal Dienstleistungen der Verbraucherzentrale Hamburg in Anspruch genommen (Internetseite besucht, Broschüre geholt/bestellt, Beratung in Anspruch genommen)? Falls Ja: Waren Sie zufrieden?“*

antworteten die Teilnehmer/innen wie folgt: Genau 55 Prozent der auf diese Frage antwortenden Personen gab an, Nutzer der Verbraucherzentrale Hamburg zu sein.

Von diesen Nutzer/innen zeigten sich – etwa auf Vorjahresniveau – 89,3 Prozent mit den erhaltenen Dienstleistungen zufrieden.

Die Frage:

*„Sind Sie zufrieden mit der Barrierefreiheit der Verbraucherzentrale Hamburg?“*

wurde wie im Vorjahr von knapp der Hälfte der Befragten (48,3 Prozent, 2017: 47,4 Prozent) beantwortet. Wie im Vorjahr gaben gut neun von zehn der Antwortenden an (90,9 Prozent), mit der Barrierefreiheit zufrieden zu sein.

## 5. Zufriedenheit mit Behörden und Ämtern

Auf die Frage:

*„Fühlen Sie sich durch Behörden und Ämter hinreichend in Ihrer Gesundheit und Sicherheit als Verbraucher geschützt?“*

antworteten 683 Personen, entsprechend 42,5 Prozent der auf diese Frage Antwortenden, mit „ja“.

## 6. Fazit

Den teilnehmenden Hamburgerinnen und Hamburger liegt die Umwelt am Herzen. Augenscheinlich wird das nicht allein an den beiden Top-Ärgernissen unnötiger Plastik- und Umverpackungen, sondern auch in vielen Freiantworten, etwa im Zusammenhang mit der Luft- und Lärmbelastung durch den Individualverkehr. Der Wunsch nach größerer Nachhaltigkeit scheint auch bei verschiedenen Themen aus dem Bereich Lebensmittel durch, etwa wenn es um Herkunftsangaben oder Lebensmittelverschwendung geht.

Von großer Bedeutung für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer ist die Transparenz, sei es, wo irreführende Angaben bei Lebensmitteln bemängelt werden, die Ergebnisse der amtlichen Hygiene-Kontrollen sichtbar werden sollen, eine bessere Fleischkennzeichnung oder ein Ampelmodell bei der Nährwertkennzeichnung gewünscht wird oder wo die Undurchsichtigkeit von Preisanpassungen, etwa im Energiebereich kritisiert wird. Der Wunsch der Verbraucher geht hier in Richtung einfacher Erklärungen (Ampel-Modell); ausufernde und komplizierte Informationen werden als ungenügend erachtet (kein Durchblick beim Kleingedruckten). Eingeschlossen in dem Wunsch nach mehr Transparenz sind auch die Behörden, etwa im Hinblick auf die Auffindbarkeit von Ansprechpartnern.

Bei anderen Ärgernissen helfen einfache Informationen nicht weiter, sondern die Verbraucher wünschen sich bessere und einfachere Rechtsdurchsetzungsmöglichkeiten, etwa zur Abwehr unerwünschter Werbemails und ähnlicher Belästigungen, zur Geltendmachung von Schadensersatz beim so genannten Dieselskandal, beim Schutz gegen Vertragskündigungen seitens der Anbieter von noch lukrativen Bausparverträgen oder zur Begrenzung überzogener Dispozinsenzinsen. Auch die Durchsetzung von Entschädigungsansprüchen gegenüber Bahn und beim Flugverkehr zählen hierzu.



Schließlich wünschen sich die Hamburger Verbraucherinnen und Verbraucher mehr und vor allem besseren Service, etwa, wenn sie die Wartezeiten auf einen Termin beim Arzt bemängeln, die Wartezeiten bei- und Qualität von Hotlines rügen oder aufgedrängte Igel-Leistungen beklagen.

Die Ergebnisse dieser Umfrage sind im Vergleich zur letztjährigen Erhebung relativ stabil. Trotz der methodischen Einschränkungen, die bei solchen Online-Befragungen gegenüber den weit aufwändigeren Repräsentativbefragungen in Kauf zu nehmen sind, bringt die Untersuchung damit einen erheblichen Erkenntnisgewinn für Politik und Zivilgesellschaft in Hamburg und darüber hinaus. Die letztjährige Beteiligung von gut 1.000 Befragten wurde innerhalb der hier vorliegenden Erhebung wiederum verdoppelt.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind als Besucher der Internetseite der Verbraucherzentrale Hamburg und als überwiegende Nutzer deren Angebote sehr kritisch, so dass von der Einstellung der befragten Verbraucher nicht unmittelbar auf die gesamte Hamburgische Bevölkerung geschlossen werden kann. Dies betrifft jedoch vor allem das absolute Problemempfinden. Die Relationen zwischen den einzelnen Themenfeldern, also deren Gewichtung untereinander, lassen wertvolle Rückschlüsse zu, an welchen Stellen die Verbraucher „der Schuh besonders stark drückt“. Die in diesem Bericht ausgewerteten Antworten können daher Politik und Verwaltung wertvolle Informationen für die eigenen Betätigungsfelder und aus Sicht der Bevölkerung vorzunehmende Priorisierungen geben.

Die Umfrage sollte in einem Abstand von einem oder zwei Jahren wiederholt werden, dann aber möglichst in Form einer repräsentativen Befragung.

\*\*\*