

Wo drückt der Schuh?

Verbraucherschutz-Pegel Hamburg 2019

Ergebnisse einer vom 1. November 2018 bis zum 31. Januar 2019 durchgeführten Online-Umfrage

Hamburg, März 2019

Verbraucherzentrale Hamburg e. V.
Kirchenallee 22
20099 Hamburg
info@vzhh.de
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	10
3.2.6. Urlaub und Reise	11
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	16
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 bereits dreimal bei den Hamburgerinnen und Hamburgern durchgeführte Online-Umfrage zu erneuern. Es handelt sich dabei um die modifizierte Neuauflage einer das erste Mal von Dezember 2015 bis einschließlich Januar 2016 zu den Verbraucherschutzproblemen durchgeführten Untersuchung. 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 2018 bis 31. Januar 2019 auf der Internetseite der Verbraucherzentrale Hamburg¹. Die Umfrage war u.a. auf der Seite www.hamburg.de/kundenschutz verlinkt.

2. Methodik

Der Fragebogen besteht aus drei Fragen mit nunmehr insgesamt 68 Antwortmöglichkeiten, davon 53 Ja/Nein-Optionen, elf Freifeldern für offene Ergänzungsantworten und vier Drop-Down-Feldern. Bereinigt um Fehler und Dubletten wurde der Fragebogen 2.614 Mal ausgefüllt. Damit haben wiederum mehr Verbraucher/innen² teilgenommen als im Vorjahr (2.040 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 Teil der Teilnehmenden angab, Angebote der Verbraucherzentrale Hamburg genutzt zu haben.

3. Drängende Probleme des Konsumalltags

Den größten Block der Umfrage machten die Probleme des Konsumalltags aus. Gefragt wurde:

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

¹ <https://www.vzhh.de/themen/umfragen/worueber-aergern-sie-sich-am-meisten>.

² Hinweis zur genderkonformen Sprache: Wo im Sinne einer besseren Lesbarkeit teilweise nur die männliche Form genutzt wurde, ist immer auch die weibliche Form mit gemeint.

Aufgeführt sind dabei insgesamt acht Konsumbereiche mit insgesamt 56 einzelnen Themen, davon 46 vorgegebene und zehn Freifelder. Für die diesjährige Umfrage wurden insbesondere Fragen im Bereich Urlaub und Reisen ergänzt.

3.1. Problemhäufigkeit und Themenbereiche

Das Bewusstsein der Teilnehmerinnen und Teilnehmer gegenüber Konsumproblemen ist ungebrochen hoch. Die insgesamt 2.614 Teilnehmer/innen gaben zusammen 34.431 Mal Probleme an, durchschnittlich also 13,2. Damit liegt die Anzahl der Problemnennungen je Teilnehmer etwas höher als im Vorjahr (damals durchschnittlich 12,2 Probleme), was sicher auch der höheren Zahl an Antwortmöglichkeiten geschuldet ist. 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 wie im Vorjahr 12 Probleme genannt bzw. angekreuzt.

Anzahl Beschwerden je Teilnehmer/in der Umfrage

Nennungen je Teilnehmer/in	Häufigkeit	Anteil
0	7	0,3%
1	17	0,7%
2	8	0,3%
3	13	0,5%
4	32	1,2%
5	49	1,9%
6	71	2,7%
7	116	4,4%
8	163	6,2%
9	166	6,4%
10	198	7,6%
11	209	8,0%
12	219	8,4%
13	215	8,2%
14	204	7,8%
15	180	6,9%
16	137	5,2%
17	114	4,4%
18	109	4,2%
19	90	3,4%
20	64	2,4%
21	48	1,8%
22	58	2,2%
23	21	0,8%
24	27	1,0%
25	22	0,8%
26	12	0,5%
27	11	0,4%
28	7	0,3%
29	7	0,3%
30	5	0,2%
31	6	0,2%
32	4	0,2%
33	1	0,0%
34	2	0,1%
35	1	0,0%
37	1	0,0%
Gesamtergebnis	2.614	100,0%

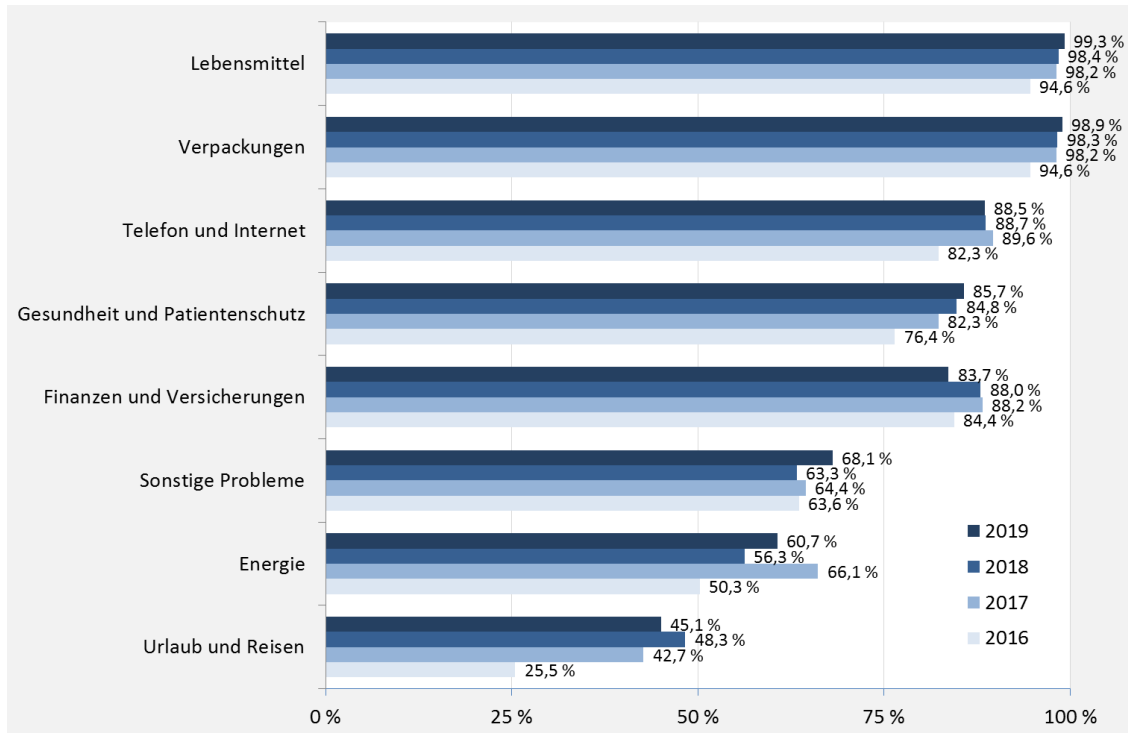
N: 2.614.

Das Problembewusstsein zeigt sich auch an der Nutzung der Freitextantwortmöglichkeiten zur Beschreibung weiterer Themen. Insgesamt acht solcher Felder sah der Fragenkatalog im Bereich der drängenden Probleme vor und 787 der 2.614 Teilnehmerin-

nen und Teilnehmer machten davon Gebrauch, was im Schnitt 0,6 (Vorjahr: 0,8) Nutzungen solcher Freitextantworten zur Beschreibung weiterer Themen je Teilnehmer/in entspricht. Hier wurden zusammen 1.472 Antworten gegeben³.

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 nannten jeweils zumindest eine Beschwerde in den genannten Bereichen.⁴

Drängendste Problembereiche des Konsumalltags



N (2019): 2.614, N (2018): 2.040, N (2017): 1.035, N (2016): 577. Die Themenbereiche Lebensmittel und Verpackungen waren bis 2017 noch zusammengefasst, sodass eine Vergleichbarkeit mit den Vorjahren für diese Bereiche nur eingeschränkt möglich ist. Informationshalber werden bis 2017 bei den genannten Themenbereichen jeweils die Werte der zusammengefassten Kategorien der Vorjahre dargestellt.

Während der Themenbereich um Telefon und Internet auf einem ohnehin bereits sehr hohen Niveau verharrt (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 weiterhin steigend. Auch der Themenbereich Energie hat zuletzt zugelegt. Umgekehrt ist die Aufmerksamkeit im Zusammenhang mit den Finanzdienstleistungen aktuell leicht rückläufig.

³ Diese sind in den zuvor genannten 34.431 Problemnennungen enthalten.

⁴ In den Vorjahren waren die beiden Themenkomplexe Ernährung und Verpackungen noch zusammengefasst.

3.2. Einzelne Themen

Drängendste Probleme des Konsumalltags nach Themen geordnet

Themenbereich	Thema	Anzahl	Anteil
Lebensmittel (N=2.571)	Lebensmittel, mindestens ein Problem genannt	2.552	99,3 %
	Ich wünsche mir weniger Zucker in Lebensmitteln	1.613	62,7 %
	Versteckte Preiserhöhungen durch veränderte Füllmengen ("Füllmengenkarussell")	1.572	61,1 %
	Ich wünsche mir ein Ampelmodell bei der Nährwertkennzeichnung	1.239	48,2 %
	Irreführende Inhaltsangaben wie Etikettenschwindel mit Fruchtabbildungen	1.193	46,4 %
	Unklare oder fehlende Herkunftsangaben	983	38,2 %
	Haltbarkeit von Lebensmitteln, Lebensmittelverschwendung	889	34,6 %
	Ergebnisse der amtlichen Hygiene-Kontrollen sollen in den untersuchten Lebensmittelbetrieben (z.B. Restaurants) bekannt gemacht werden!	842	32,7 %
	Unzureichende Fleischkennzeichnung	590	22,9 %
	Lebensmittel, sonstige Themen in Freiantworten genannt	243	9,5 %
	Ansprechpartner für Lebensmittelbeanstandungen schwer zu ermitteln	240	9,3 %
Verpackungen (N=2.539)	Fehlende Allergen-Hinweise in der Gastronomie	207	8,1 %
	Verpackungen, mindestens ein Problem genannt	2.512	98,9 %
	Zu viele unnötige Umverpackungen (z.B. von Lebensmitteln mit natürlicher Verpackung wie Bananen)	2.150	84,7 %
	Zu viele Plastik (-beschichtete) Verpackungen anstelle bioverträglicher Materialien wie Papier	2.061	81,2 %
	Zu viel Luft in der Verpackung	1.241	48,9 %
Gesundheit und Patientenschutz (N=2.473)	Ich wünsche mir ein Mehrwegsystem wie den "Coffee-to-go-Becher"	946	37,3 %
	Verpackungen, sonstige Themen in Freiantworten genannt	157	6,2 %
	Gesundheit und Patientenschutz, mindestens ein Problem genannt	2.120	85,7 %
	Zu lange Wartezeit auf einen Termin beim sonstigen Facharzt	1.541	62,3 %
	Zu lange Wartezeit in der Arztpraxis	1.075	43,5 %
	IGeL-Leistungen aufgedrängt	654	26,4 %
	Zu lange Wartezeit auf einen Termin beim Hausarzt	531	21,5 %
	Falschbehandlung beim Arzt bzw. im Krankenhaus	497	20,1 %
	Zu lange Wartezeit auf einen Termin beim Frauenarzt	393	15,9 %
Finanzen und Versicherungen (N=2.419)	Gesundheit und Patientenschutz, sonstige Themen in Freiantworten genannt	213	8,6 %
	Zu lange Wartezeit auf einen Termin beim Kinderarzt	194	7,8 %
	Einsicht in Krankenunterlagen verweigert	178	7,2 %
	Finanzen und Versicherungen, mindestens ein Problem genannt	2.024	83,7 %
	Niedrige Sparzinsen	1.380	57,0 %
	Überhöhte Dispozinsen	854	35,3 %
	Kürzung der Überschussbeteiligung bei Kapitallebens- oder privater Rentenversicherung	455	18,8 %
	Falsche bzw. zu teure Versicherung wurde mir verkauft	314	13,0 %
	Überzogener Dispo / Schulden	205	8,5 %
	Zu hohe Vorfälligkeitsentschädigung bei Immobilienkredit	189	7,8 %
	Finanzen und Versicherungen, sonstige Themen in Freiantworten genannt	167	6,9 %
Telefon und Internet (N=2.441)	Mir wurde der Bausparvertrag gekündigt	63	2,6 %
	Mir wurde der Ratenkredit gekündigt	14	0,6 %
	Telefon und Internet, mindestens ein Problem genannt	2.161	88,5 %
	Werbemails	1.471	60,3 %
	Unerwünschte Werbeanrufe	1.404	57,50%
	Abofalle Internet	443	18,10%
	Abofalle über das Smartphone	425	17,40%
	Telefon und Internet, sonstige Themen in Freiantworten genannt	221	9,10%
Urlaub und Reisen (N=2.072)	Abmahnung wegen Urheberrechtsverletzung durch Filesharing	164	6,70%
	Urlaub und Reisen, mindestens ein Problem genannt	934	45,1 %
	Mangelhafte Verbraucherinformationen bei der Buchung von Pauschalreisen	317	15,3 %
	Entschädigungsansprüche im Flugverkehr geltend gemacht	305	14,7 %
	Entschädigungsansprüche gegenüber Bahnunternehmen geltend gemacht	294	14,2 %
	Probleme mit Pauschalreisen vor Ort	174	8,4 %
	Entschädigungsansprüche bei Pauschalreisen geltend gemacht	123	5,9 %
	Urlaub und Reisen, sonstige Themen in Freiantworten genannt	104	5,0 %
Energie (N=2.102)	Probleme bei Buchung und Übernahme eines Ferienhauses	75	3,6 %
	Energie, mindestens ein Problem genannt	1.275	60,7 %
	Energiepreise	1.085	51,6 %
	Energieanbieterwechsel	320	15,2 %
Sonstige Probleme im Konsumalltag (N=2.614)	Energie, sonstige Themen in Freiantworten genannt	178	8,5 %
	Sonstige Probleme, mindestens ein Problem genannt	1.780	68,1 %
	Kein Durchblick beim Kleingedruckten (AGB)	1.438	55,0 %
	Ich bin vom Dieselskandal betroffen und wünsche mir bessere Rechtsdurchsetzungsmöglichkeiten	400	15,3 %
	Vertreter an der Haustür	218	8,3 %
Sonstige Probleme, sonstige Themen in Freiantworten genannt	188	7,2 %	

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 für diesen Bericht auch diese Freiantworten ausgewertet und alle Ergebnisse nachfolgend thematisch zusammengefasst.

3.2.1. Lebensmittel

Den Hamburger Konsumentinnen und Konsumenten sind Ernährungsthemen besonders wichtig. 99,3 Prozent haben in diesem Bereich ihre individuellen Ärgernisse und Verbesserungsvorschläge beschrieben. Am häufigsten wird der Wunsch nach weniger Zucker in Lebensmitteln (62,7 Prozent) geäußert. Das gilt auch für intensiv beworbene Kinderlebensmittel. Zahlreiche Beschwerden gibt es ebenfalls über versteckte Preiserhöhungen durch veränderte Füllmengen (61,1 Prozent). Diese beiden Problembereiche sind mit Abstand die Spitzenreiter im Ernährungsbereich. Um hohe Zucker- oder Fettgehalte auf den ersten Blick erkennen zu können, wünscht sich knapp die Hälfte der Teilnehmerinnen und Teilnehmer eine vereinfachte farbliche Nährwertkennzeichnung in Form einer Ampel (48,2 Prozent). Viele fühlen sich durch irreführende Inhaltsangaben oder Etikettenschwindel mit Fruchtabbildungen getäuscht, z.B. wenn statt der abgebildeten Früchte nur Aromastoffe enthalten sind. Da regionales Einkaufen vor allem aus Klimaschutzgründen für viele immer wichtiger wird, bemängeln Kunden häufig die fehlenden Herkunftsangaben auf Lebensmitteln (38,2 Prozent). Ein Hygiene-Siegel an Restaurant- oder Bäckereitüren nach erfolgten Prüfungen der amtlichen Lebensmittelüberwachung (32,7 Prozent) oder eine bessere Fleischkennzeichnung (22,9 Prozent) gehören ebenfalls zu den dringenden Wünschen. Dass geeignete Ansprechpartner bei Lebensmittelreklamationen schwer zu ermitteln sind, meinen 9,3 Prozent. 8,1 Prozent der Antwortenden fehlen immer noch ausreichende Allergenhinweise in der Gastronomie, obwohl es bereits seit Jahren konkrete rechtliche Vorgaben gibt.

Die Auswertung der insgesamt 243 Freiantworten zeichnet ein vielschichtiges, aber ähnliches Bild. Hier wird von knapp 30 Prozent vor allem auf Kennzeichnungsmängel und Etikettenschwindel hingewiesen. Das Vertrauen in die Kennzeichnung ist häufig ungenügend, das gilt nicht nur für den Einkauf im Supermarkt, sondern bezieht sich auch auf Speisekarten im Restaurant. Insbesondere Vegetarier oder Veganer fordern hier mehr Transparenz.

Unnötige Plastikverpackungen, eine schlechte Qualität der Lebensmittel durch zu viel Zusatzstoffe, Zucker oder Salz und eine nicht artgerechte Tierhaltung führen ebenfalls die Liste der Ärgernisse an. Verbraucherinnen und Verbraucher fordern mehr Tierchutz und eine leicht verständliche Kennzeichnung der Haltungformen, damit sie sich innerhalb des „Label-Wirrwarrs“ verlässlicher für mehr Tierwohl entscheiden können.

Häufiger werden nachhaltige Produktionsbedingungen eingefordert, dazu gehören faire Arbeitsbedingungen, transparente Ökobilanzen und vor allem der Wunsch nach einem Stopp der umfänglichen Lebensmittelverschwendung im Supermarkt. Die Antwortenden hätten in diesen Bereichen möglichst eine bessere Unterstützung. Auch ein größeres Angebot an regionalen Produkten und Bio-Lebensmitteln stehen auf der Wunschliste, das gilt auch für die generelle Verlässlichkeit der entsprechenden Siegel.

Der Wunsch nach einer vereinfachten farblichen Nährwertkennzeichnung (Ampel) taucht entsprechend auch in den Freiantworten regelmäßig auf. Ein Hygiene-Siegel an der Bäckerei- oder Restauranttür und maskierte Preiserhöhungen durch sogenannte Mogelpackungen gehören zu den Dauerbrennern. Kritisiert werden diese versteckten Preiserhöhungen auch im Zusammenhang mit „Gratis-Schwindel“, wenn der Grundpreis sich nicht verändert hat, dies durch entsprechendes Ausloben auf der Verpackung oder am Regal aber suggeriert wird. Mikroplastik in Lebensmitteln oder Kosmetika taucht als neues Problem auf, das dringend eine Lösung bedarf.

3.2.2. Verpackungen

In der Auswertung der aktuellen Umfrage zeigt sich im Wesentlichen die Fortsetzung der Trends, die bereits im gleichen Rahmen 2018 identifiziert wurden. Vor allem die hohe Bedeutung des Generalthemas „Umwelt“, das von fast 99 Prozent der Teilnehmenden genannt wurde, unterstreicht die Bedeutung von ökologischen Fragestellungen genauso, wie es ein konstant wahrgenommenes Defizit an politischer Flankierung in diesem Bereich zeigt.

Innerhalb dieses Themenkomplexes dominieren wiederum klar die Fragen der „Verpackungen“ bzw. der Missstände dabei. So bemängeln fast 84,7 Prozent zu viel und unnötige Verpackung, 81,2 Prozent den exzessiven Einsatz von Kunststoffen. Darüber hinaus sehen fast 49 Prozent „zu viel Luft“ in der Verpackung (also Mogelpackungen) und 37 Prozent wünschen sich besser ausgebaute Mehrwegsysteme.

Diese quantitativen Befunde finden ihre Entsprechung in der Auswertung der in diesem Themenbereich gemachten insgesamt 157 Freiantworten.

Mengenmäßig die meisten dieser individuellen Rückmeldungen, nämlich mehr als 32 Prozent, bemängelten Plastikverpackungen allgemein, deren exzessiven Einsatz bzw. deren Recyclingfähigkeit. Hier spiegelten die Verbraucherinnen und Verbraucher ziemlich genau die Fehlentwicklungen aus Verpackungsverordnung bzw. dem neuen Verpackungsgesetz, der medial heftig diskutierten EU-Kunststoff-Strategie und den bekanntgewordenen Schäden durch Mikro- bzw. Makroplastik in der Umwelt.

Fast 23 Prozent der frei gegebenen Antworten entfielen auf ein selbstgewähltes (Mitnahme von eigenen Verpackungen) oder systemgebundenes Mehrwegsystem für alle Sorten von Verpackungen. Der geringe Mehrweganteil bei Verpackungen wird als irritierend und falsch empfunden. Häufig genannt werden dabei die Getränkeflaschen, Verpackungen an der Frischetheke oder auch die Serviceverpackungen bzw. der „Coffee-to-go“-Trend. Positive Vorzeigebispiele (Pfand-Dosen an der Theke, freies Befüllen oder wiederbefüllbare „To-Go-Systeme“) werden immer wieder als vorbildlich, aber noch zu selten durchgesetzt erwähnt. Einweg-„Coffee-to-go“ bzw. andere Convenience-Verpackungen werden als störend bzw. vermüllend wahrgenommen. Im Zusammenhang mit der Verpackungsverordnung bzw. dem Verpackungsgesetz bestehen Unklarheiten zu Einweg und Mehrweg, Pfand-Rückgabemöglichkeiten und –Rücknahmepflichten, zur Verwertung und zur Wiederverwendung. Der Status quo wird als nicht ausreichend angesehen und es werden Verbesserungen eingefordert.

Ein weiterer größerer Anteil der Antwortenden beschäftigte sich mit der mangelhaften technischen und informativen Funktionsfähigkeit von Verpackungen. Hier wurden die zu kleine Schrift, wenig hilfreiche Informationen auf der Verpackung, die nur schwer zu öffnenden Blister- und Folienverpackungen und auch die Verletzungsgefahr beim Öff-

nen genannt. Ebenso fällt in diese Gruppe die als irreführend wahrgenommene Beschriftung bzw. Bebilderung.

Fast 9 Prozent kritisierten darüber hinaus die als „falsch“ wahrgenommene Packungsgröße, wobei hier die Antworten sowohl in beide Richtungen („zu groß“ und „zu klein“) streuten, je nach der individuellen Einkaufssituation der Verbraucher.

Mangelnde Sortenreinheit der Materialien und mangelnde Trennungs- bzw. Verwertungsfähigkeit der Kunststoffverpackungen wurden ebenfalls genannt. Auch die Bewusstseinsbildung – vor allem hin in Richtung Verpackungsvermeidung, aber auch Trennung zum Recycling – wird als nicht ausreichend empfunden.

Es zeigt sich in der Zusammenschau, dass die Wahrnehmungen der Verbraucherinnen und Verbraucher zu einem überwiegenden Teil die auch technisch-ökologisch objektivierbaren Entwicklungen im Verpackungsbereich spiegeln. Die Verbraucherzentralen sehen diesen Trend seit Jahren weitgehend unverändert und fordern demzufolge entsprechende Verbesserungen auch des neuen Verpackungsgesetzes bzw. Nachbesserungen der kommenden EU-Plastikstrategie bzw. der EU-Kunststoff-Richtlinie.

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 nunmehr das vierte Jahr in Folge zugenommen. Fast 86 Prozent der Teilnehmenden hatte zumindest ein Problem innerhalb dieses Themenkomplexes angegeben. Das Thema Wartezeiten auf einen Termin bei den sonstigen Fachärzten führt die Rangliste innerhalb der Gesundheitsbeschwerden an und liegt bei allen Beschwerden mit 62,3 Prozent auf dem vierten Rang. Hinzu kommen Beschwerden zu den Termin-Wartezeiten bei Hausärzten (21,5 Prozent), Frauenärzten (15,9 Prozent), Kinderärzten (7,8 Prozent) und zu den Wartezeiten in der Arztpraxis (43,5 Prozent). Das weckt Zweifel an der angeblichen Überversorgung der Hansestadt mit allen Arztgruppen. Mehr als 650 Teilnehmer (26,4 Prozent) gaben an, ihnen seien kostenpflichtige individuelle Gesundheitsleistungen (IGeL) aufgedrängt worden. Eine Falschbehandlung beim Arzt oder im Krankenhaus kreuzten auch in der aktuellen Umfrage fast 500 Personen, entsprechend gut 20 Prozent der Teilnehmerinnen und Teilnehmer an, die Verweigerung einer Einsicht in die Krankenunterlagen 178 Personen entsprechend 7,2 Prozent. Beide Zahlen sind nach wie vor beunruhigend.

Unter den 214 Freitext-Antworten bezieht sich ein Drittel auf den Mangel an Personal, sowohl bei Ärzten wie bei Pflegepersonal. Entweder fand sich gar kein Arzttermin oder die Wartezeiten waren mit vielen Monaten viel zu lang. Damit zusammenhängend wurde häufig die Zeitnot der Ärzte bemängelt, die die Patienten nur abfertigten oder gestresst und hektisch wirkten. Ein weiterer Komplex der Beschwerden bezieht sich auf die Orientierung des Gesundheitssystems am Geld statt am Menschen. Gut 15 Prozent der Freitextantworten handelten von der Bevorzugung von Privatpatienten und von aufgedrängten oder unnötigen Selbstzahler-Leistungen (IGeL). Eine prägnante Forderung: *„Mehr Orientierung der Ärzte am einfachen Menschen statt neuester Praxiseinrichtung und Standort im Nobelviertel.“* Ein dritter Bereich mit gut 10 Prozent unter den Freitexten thematisiert Transparenz, Aufklärung und Kommunikation. Die Menschen wissen häufig nicht, warum sie etwas verschrieben bekommen, die Ärzte erklä-

ren nicht geduldig und kommunizieren zu wenig mit mitbehandelnden Kollegen. Auch die Krankenkassen werden als zu intransparent kritisiert. Das alles fasst eine Rückmeldung plastisch zusammen: *„Das ganze Gesundheitssystem ist krank. Alle Probleme, ob Wartezeiten, Zweiklassenmedizin, Kosten usw. sind Ergebnis dieses falschen Systems.“* Demgegenüber gab es auch positives Feedback: *„Habe kein Problem – bin Privatpatient.“*

3.2.4. Finanzdienstleistungen

Im Bereich der Finanzdienstleistungen gleichen die diesjährigen Zahlen denen des Vorjahres. Genau 57 Prozent der Verbraucher beschwerten sich über niedrige Sparzinsen, 35,3 Prozent über überhöhte Dispozinsen, aber auch Beschwerden über Kürzungen von Überschussanteilen bei Lebens- und Rentenversicherungen waren mit 18,8 Prozent vertreten. Ein langjähriges Dauerthema sind Beanstandungen über zu hohe Vorfälligkeitsentschädigungen (7,8 Prozent), die bei vorzeitig gekündigten Immobilienkreditverträgen anfallen können. Vom Anbieter gekündigte Bausparverträge wurden von immerhin 63 Verbrauchern genannt, was einer zahlenmäßigen Steigerung von knapp 10 Prozent entspricht. Auch bei der Angabe, dass falsche bzw. zu teure Versicherungsverträge vermittelt wurden, gibt es eine Steigerung von 11,5 auf 13 Prozent. Ein weiterhin großes Thema sind die überzogenen Dispositionskredite / Schulden (8,5 Prozent).

In den Freiantworten tauchen immer wieder Beschwerden über zu hohe Kosten auf, da insbesondere bei den Girokonten die Kreditinstitute kräftig an der *„Gebührenschrabe“* gedreht hätten. Die Intransparenz der Kostenregelungen, aber auch des Finanzproduktes an sich, wurde bemängelt. Es wurde angemerkt, dass die Finanzprodukte zu intransparent und zu schwierig zu verstehen seien und der Verbraucher damit alleingelassen werde. Auch die Filialschließungen der Banken erschwerten den Zugang zu persönlicher Ansprache. Sofern diese noch stattfindet, wird die Qualität der Beratung in den Banken und Sparkassen von einem Teil der Antwortenden als schlecht empfunden. Wie im Vorjahr, wurde auch dieses Mal die andauernde Niedrigzinsphase genannt, die es erschwere, mit sicheren Produkten für das Alter vorzusorgen. Verträge für Kleinsparer – z.B. für vermögenswirksame Leistungen oder Banksparpläne für die Riester Förderung – verschwänden aus den Angeboten der Banken und Sparkassen. Bei Direktversicherungen wurde von einigen Verbrauchern die Belastung der ausgezahlten Summe oder der Renten mit dem doppelten Krankenversicherungsbeitrag beklagt. Für den sonstigen Versicherungsbereich wurden schlechte Regulierung und ungerechtfertigte Kündigungen von Teilnehmern genannt.

3.2.5. Telekommunikation und Internet

Fast neun von zehn Teilnehmern gaben Probleme im Zusammenhang mit Telefon und Internet an. Werbemails und unerwünschte Werbeanrufe waren für 60,3 bzw. 57,5 Prozent ein Ärgernis. Im Gesamtranking liegen diese beiden Probleme auf den Plätzen sechs und sieben. Abofallen, seien sie vermittelt über das Internet oder das Smartphone, folgen, allerdings mit deutlichem Abstand (18,1 bzw. 17,4 Prozent). 164 der Teilnehmer (6,7 Prozent) gaben an, sich an Abmahnungen wegen Urheberrechtsverletzungen durch Filesharing zu stören.

Die Auswertung der Freiantworten zeichnet ein differenzierteres Bild. Als von den Verbraucherinnen und Verbrauchern dringendste Probleme wurden benachteiligende Ver-

tragsgestaltungen beschrieben. Beispiele sind überhöhte Preise, schwer durchschaubare Tarife, ungewollte Laufzeitverlängerungen oder Verträge, die gar nicht vereinbart worden sein sollten. Zum anderen beschwerten sich viele Verbraucher über die Qualität der Leistung, insbesondere im Internetbereich. Sie beklagten eine schlechte Netzabdeckung im Mobilfunkbereich, insbesondere auch bei neuen Technologien wie 4G und 5G, nicht ausreichende Netzqualität mit zu langsam agierenden Mobilfunknetzen, wiederkehrende Ausfälle des Internets und schlechten Empfang bis hin zum Abbruch von Verbindungen. Ein Verbraucher beklagt, dass in einem der Stadtteile Hamburgs die Bandbreite im Festnetzbereich trotz Versprechungen der Politik offenbar immer noch nicht ausreicht, um mittels Internet zuhause arbeiten zu können.

Die Teilnehmenden fühlten sich häufig überfordert, wenn es um Fragen der Technik ging. Sie vermissten Anleitungen für die zahlreichen Anwendungen, die im Zusammenhang mit ihren Geräten möglich sind, von „zu wenig Erklärung, was der nächste Klick auslöst“ über „schlechte Erklärungen bei Smartphones“ bis zu dem Umstand, dass Smartphones oft nur wenige Jahre durch Updates aktuell gehalten würden und danach zu unsicher seien, um sie uneingeschränkt zu nutzen. Die Teilnehmenden fühlten sich nicht in der Lage, Probleme mit ihrem Telefon- und Internetanschluss zu verstehen und hatten auch nicht den Eindruck, dass ihnen seitens der Anbieter ausreichend geholfen werde: Die Kontaktmöglichkeiten für den Kundenservice seien schlecht auffindbar, die Erreichbarkeit der Hotline sei eingeschränkt und häufig müsse „endlos“ in Warteschleifen verharrt werden. Mitarbeiter seien unfreundlich oder frech, hätten wenig Kenntnis von der Materie und machten Versprechungen, die später nicht eingehalten würden. Automatisierte Störungshotlines sind unbeliebt und führten laut den Verbrauchern nicht zur Lösung eines vorgetragenen Problems. Insgesamt hatten viele Teilnehmende den Eindruck, dass Kundenhotlines nicht zur Lösung, sondern zur Abwehr von Beschwerden betrieben würden.

Als belastend empfanden viele Verbraucherinnen und Verbraucher zudem die Werbung für Telekommunikationsverträge oder Gewinnspiele, neben den Werbeanrufen auch beim Surfen im Internet. In diesem Zusammenhang wurde auch ein besserer Schutz und eine bessere Medienkompetenzbildung für Kinder und Jugendliche gewünscht.

Die Sorge um die eigenen Daten wurde in einer Reihe von Antworten deutlich. Im Zusammenhang mit Vertragsschlüssen würden zu viele Daten erhoben und gespeichert, der Datenhandel durch Adresshändler müsse eingedämmt werden. Informationen zur Speicherung und Weitergabe von Daten in Clouds fehlten. Einige Verbraucher fühlten sich von großen, quasi-monopolistischen Unternehmen wie Google und Apple in ihrer Privatsphäre beeinträchtigt. Die Verbraucherinnen und Verbraucher fühlten sich vor kriminellen Machenschaften im Internet wie Hackerangriffen und Phishing-Attacken nicht ausreichend geschützt. Gleichzeitig ließe sich die Nutzung des Internets in Zeiten der Digitalisierung nicht vermeiden.

3.2.6. Urlaub und Reise

Probleme im Zusammenhang mit Urlauben und Reisen gaben 45,1 Prozent der Befragten an. Schwerpunkt der diesjährigen Umfrage war die Erfahrung von Verbraucherinnen und Verbrauchern im Zusammenhang mit der Geltendmachung von Schadensansprüchen gegen die Bahn und im Flugverkehr.

14,7 Prozent der Befragten haben schon einmal einen Entschädigungsanspruch gegen eine Fluggesellschaft geltend gemacht. Die Anzahl derer, die einen Entschädigungsanspruch gegen die Deutsche Bahn geltend gemacht hat, lag mit 14,2 Prozent fast gleich hoch. Die Geltendmachung von Ansprüchen ist in den beiden Bereichen mit recht unterschiedlichen Problemen behaftet. Die Durchsetzung von Ansprüchen gegenüber der Deutschen Bahn scheint ohne die Einschaltung einer Schlichtungsstelle zu funktionieren. Allerdings empfanden viele derjenigen, die ihre Ansprüche gegen die Deutsche Bahn durchsetzten, das Verfahren als zu umständlich und bürokratisch. Zudem wurde die lange Dauer bis zur Auszahlung der Erstattung kritisiert. Im Zusammenhang mit der Geltendmachung von Entschädigungsansprüchen gegenüber Fluggesellschaften klappte die Durchsetzung hingegen für eine Reihe der Umfrageteilnehmer oftmals nicht ohne die Einschaltung externer Hilfe. Fast drei Viertel hiervon setzte ihre Ansprüche mit Hilfe von gewerblichen Dienstleistern (wie *Flightright*) oder Anwälten durch. Nur etwas mehr als ein Viertel schaltete die Schlichtungsstelle für den öffentlichen Personenverkehr e.V. (SÖP) ein. Die gegebenen Antworten lassen den Schluss zu, dass die Schlichtungsstelle für den öffentlichen Personenverkehr (SÖP) Verbraucherinnen und Verbrauchern noch nicht ausreichend bekannt ist. Hier mangelt es noch an Informationen über die Arbeit der Schlichtungsstelle, die relativ kurze Verfahrensdauer und die Kostenfreiheit für die Verbraucher.

Im Bereich der Pauschalreise zeigte sich ein sehr heterogenes Bild. Nur 5,9 Prozent der Umfrageteilnehmer hatten bereits einmal Entschädigungsansprüche gegen einen Pauschalreiseveranstalter geltend gemacht. Davon konnte ein Viertel ihre Ansprüche ohne weitere Unterstützung gegenüber dem Reiseveranstalter durchsetzen. In anderen Fällen kamen Verbraucherinnen und Verbraucher aber erst mit gerichtlicher Hilfe zu ihrem Recht. Die Frage nach der Einschaltung einer Schlichtungsstelle bejahten in diesem Bereich nur 4,4 Prozent der Antwortenden.

Als weitere sie im Bereich Verkehr und Reisen bewegende Themen nannten Verbraucher am häufigsten Zugausfälle, Bahnverspätung, Tarifdschungel bei der Bahn und Streiks im Bahn- und Flugverkehr. Aber auch Probleme bei Online-Buchungen („*jede Minute ein anderer Preis*“, Intransparenz der Preise, unseriöse Lockangebote) ärgerten die Hamburgerinnen und Hamburger. Zudem wurde der CO₂-Ausstoß von Flugzeugen und Kreuzfahrtschiffen kritisch gesehen.

3.2.7. Energie

Sechs von sieben Befragten nannten Probleme im Energiebereich. Hier sind der Unmut über zu hohe Energiepreise und Probleme beim Anbieterwechsel gegenüber dem Vorjahr noch angestiegen: 51,6 Prozent der Teilnehmer finden die aktuellen Preise zu hoch (Vorjahr: 45,2 Prozent), 15,2 Prozent haben schlechte Erfahrungen mit dem Wechsel des Versorgers gemacht (Vorjahr: 11,4 Prozent). Köderangebote für Neukunden, versteckte Kosten und ein Kundenservice, der diesem Namen nicht gerecht wird, sind das größte Ärgernis. Auch die Insolvenz mehrerer Billigstromanbieter, wie zuletzt der Bayerischen Energieversorgungsgesellschaft mbH (BEV), erschüttern das Vertrauen in die Seriosität der Branche.

In den Freiantworten dominierte erneut der Aspekt „Intransparenz“. Als besonders irreführend wurde das Thema Ökostrom genannt. Dieser wird zwar als wünschenswert und wichtig erachtet, aber falsche „Etikettierungen“, eine unklare Herkunft und Zusammensetzung führten hier zu großer Verunsicherung über den positiven Nutzen für

die Energiewende. Darüber hinaus werden eine mangelnde Vergleichbarkeit der Angebote, Unklarheiten über Preisbestandteile, unübersichtliche Tarife und Unternehmensverflechtungen kritisiert.

Auch das quasi-Monopol in Sachen Fernwärme wird von vielen als Restriktion angesehen.

Im Bereich Solarenergie ärgern sich Interessenten und Nutzer von Photovoltaikanlagen über bürokratische Hürden und eine geringe Wirtschaftlichkeit aufgrund der kontinuierlich sinkenden Einspeisevergütung.

3.2.8. Sonstiges Verbraucherrecht

Den Teilnehmerinnen und Teilnehmern wurden an dieser Stelle drei Themen zur Auswahl vorgegeben.

Kein Durchblick beim Kleingedruckten (AGB) empfanden 55 Prozent und damit etwas mehr als im Vorjahr (51,7 Prozent) als Problem. AGB wurden als zu lang („10–14 Seiten“), zu klein und zu unverständlich beschrieben. Besonders bei Online-Dienstleistungen seien AGB lang und müssten zur schnellen Nutzung der Leistung auch (zu) schnell akzeptiert werden. Mehr Befragte fühlten sich durch Vertreter an der Haustür gestört (8,3 Prozent, Vorjahr: 6,6 Prozent). Ein deutlicher Anstieg war auch bei der Anzahl derjenigen zu verzeichnen, die vom Dieselskandal betroffen sind und sich bessere Rechtsdurchsetzungsmöglichkeiten wünschen (15,3 Prozent; Vorjahr: 11,8 Prozent).

188 Teilnehmerinnen und Teilnehmer machten von der Möglichkeit der Freiantwort Gebrauch. Dabei wurden erwartungsgemäß im Bereich „Sonstiges“ viele unterschiedliche Themen angesprochen:

Etwa 15 Prozent aus dieser Gruppe bemängelten Probleme im Öffentlichen Nahverkehr bzw. dem HVV. Die häufigste Kritik betraf Ausfälle und Verspätungen. Aber auch überhöhte Preise, unzureichender Streckenausbau und schlechte Warteräume verärgerten die Hamburgerinnen und Hamburger. Wie bereits im Vorjahr bezogen sich mehr als 10 Prozent der Freitextantworten auf den Diesel-Skandal. Den Rückmeldungen ist zu entnehmen, dass der Diesel-Skandal auch als ein Versagen der Politik gesehen wird. Von Anwohnern der Ausweichstrecken wurde Kritik an Fahrverboten geübt; zudem wurde auf den CO₂-Ausstoß der Kreuzfahrtschiffe hingewiesen. 11 Prozent der Freitextantworten bezogen sich auf Luftverschmutzung und Lärm. Eine autofreie Stadt, oder zumindest eine Reduzierung des Verkehrslärms, und der Ausbau von Radwegen standen ebenso auf der Wunschliste wie die bessere Reparaturmöglichkeit und längere Lebensdauer von Elektrogeräten zur Vermeidung von Elektroschrott.

Deutlich wurde durch die Umfrage auch, dass steigende Mieten und die damit einhergehende Unbezahlbarkeit von Wohnraum die Menschen ängstigen.

Die Ergebnisse veranschaulichen, dass Umweltschutz ein wichtiges Verbraucherthema ist. Viele Teilnehmerinnen und Teilnehmer scheinen generell bereit, vom Auto auf Bus und Bahn oder das Rad umzusteigen. Gewünscht und gefordert wurden in diesem Zusammenhang die Verbesserung des Nahverkehrs (Pünktlichkeit und Preis) sowie der Ausbau der Radwege. Die Verunsicherung im Umgang mit AGB verdeutlicht zudem die Notwendigkeit von Verbraucherbildung. Eine Beschneidung der Rechte des Verbrauchers durch AGB ist aufgrund relativ starker Verbraucherschutzmöglichkeiten

kaum möglich. Dennoch lassen sich Kunden, die ihre Rechte nicht kennen, durch AGB der Unternehmen einschüchtern und von der Durchsetzung ihrer Rechte abhalten.

3.3. Themen bereichsübergreifend im Vergleich

In den diesjährigen Top Ten der Ärgernisse stammen jeweils zwei aus den Bereichen Lebensmittel, Verpackungen und Telefon bzw. Internet. Nach wie vor lagen zwei Verpackungsthemen in dieser Umfrage weit vor den übrigen Antworten. Das Ranking wird mit 84,7 Prozent angeführt durch den Unmut über unnötige Umverpackungen. Nahezu ebenso häufig (81,2 Prozent) ärgerten sich die Befragten über Plastikmüll. Im Vergleich zum Vorjahr haben diese beiden Beschwerden die Ränge getauscht. Für die aktuelle Umfrage wurde in den Antwortmöglichkeiten der Wunsch nach weniger Zucker in Lebensmitteln neu aufgenommen. Fast zwei Drittel der Befragten (62,7 Prozent) machten hier ein Kreuz, was Platz drei der Rangfolge entspricht. Es folgen auf Rang vier Beschwerden über eine zu lange Wartezeit beim sonstigen Facharzt (62,3 Prozent, zuvor Rang fünf) und auf Rang fünf versteckte Preiserhöhungen durch veränderte Füllmengen (61,1 Prozent, zuvor Rang sechs), danach Werbemails (60,3 Prozent), unerwünschte Werbeanrufe (57,5 Prozent) niedrige Sparzinsen (57 Prozent), Probleme mit Allgemeinen Geschäftsbedingungen (55 Prozent) und Energiepreise (51,6 Prozent).

Der relevante Anstieg im Zusammenhang mit der Dieselpollution könnte mit der medialen Berichterstattung rund um die Musterfeststellungsklage des Verbraucherzentrale Bundesverbands in Verbindung stehen.

Drängendste Probleme des Konsumalltags im Jahres-Vergleich

Themenbereich	Rang	Problem	Anteile			
			2019	2018	2017	2016
Verpackungen	1	Zu viele unnötige Umverpackungen (z.B. von Lebensmitteln mit natürlicher Verpackung wie Bananen)	84,7% ⇨	82,8%	*	*
Verpackungen	2	Zu viele Plastik (-beschichtete) Verpackungen anstelle bioverträglicher Materialien wie Papier	81,2% ⇨	83,6%	79,4%	*
Lebensmittel	3	Ich wünsche mir weniger Zucker in Lebensmitteln	62,7%	*	*	*
Gesundheit	4	Zu lange Wartezeiten auf einen Termin beim sonstigen Facharzt	62,3% ⇨	59,5%	*	*
Lebensmittel	5	Versteckte Preiserhöhungen durch veränderte Füllmengen ("Füllmengenkarussell")	61,1% ⇨	57,2%	*	*
Telefon	6	Werbemails	60,3% ⇨	59,5%	61,6%	61,4%
Telefon	7	Unerwünschte Werbeanrufe	57,5% ↑	53,4%	55,7%	51,6%
Finanzen	8	Niedrige Sparzinsen	57,0% ⇨	63,1%	58,2%	56,0%
Sonstige	9	Kein Durchblick beim Kleingedruckten (AGB)	55,0% ⇨	51,7%	57,5%	59,1%
Energie	10	Energiepreise	51,6% ↑	45,2%	56,1%	43,2%
Verpackungen	11	Zu viel Luft in der Verpackung	48,9% ↑	36,4%	*	*
Lebensmittel	12	Ich wünsche mir ein Ampelmodell bei der Nährwertkennzeichnung	48,2% ⇨	46,6%	*	*
Lebensmittel	13	Irreführende Inhaltsangaben wie Etikettenschwindel mit Fruchtabbildungen	46,4% ⇨	50,3%	54,2%	*
Gesundheit	14	Zu lange Wartezeit in der Arztpraxis	43,5% ↑	38,7%	*	*
Lebensmittel	15	Unklare oder fehlende Herkunftsangaben	38,2% ⇨	45,1%	56,7%	*
Verpackungen	16	Ich wünsche mir ein Mehrwegsystem wie den "Coffee-to-go-Becher"	37,3% ⇨	42,6%	*	*
Finanzen	17	Überhöhte Dispozinsen	35,3% ⇨	36,4%	43,0%	39,2%
Lebensmittel	18	Haltbarkeit von Lebensmitteln, Lebensmittelverschwendung	34,6% ⇨	41,2%	40,9%	*
Lebensmittel	19	Ergebnisse der amtlichen Hygiene-Kontrollen sollen in den untersuchten Lebensmittelbetrieben (z.B. Restaurants) bekannt gemacht werden!	32,7% ⇨	32,2%	*	*
Gesundheit	20	iGeL-Leistungen aufgedrängt	26,4% ↑	23,8%	33,2%	27,6%
Lebensmittel	21	Unzureichende Fleischkennzeichnung	22,9% ⇨	26,4%	31,7%	*
Gesundheit	22	Zu lange Wartezeiten auf einen Termin beim Hausarzt	21,5% ↑	15,3%	*	*
Gesundheit	23	Falschbehandlung beim Arzt bzw. im Krankenhaus	20,1% ↑	17,5%	30,8%	30,5%
Finanzen	24	Kürzung der Überschussbeteiligung bei Kapitallebens- oder privater Rentenversicherung	18,8% ⇨	21,7%	19,9%	18,5%
Telefon	25	Abofalle Internet	18,1% ↑	15,9%	20,2%	26,5%
Telefon	26	Abofalle über das Smartphone	17,4% ↑	14,2%	20,2%	*
Gesundheit	27	Zu lange Wartezeiten auf einen Termin beim Frauenarzt	15,9% ⇨	17,8%	*	*
Sonstige	28	Ich bin vom Dieselskandal betroffen und wünsche mir bessere Rechtsdurchsetzungsmöglichkeiten	15,3% ↑	11,8%	*	*
Reisen	29	Mangelhafte Verbraucherinformationen bei der Buchung von Pauschalreisen	15,3%	*	*	*
Energie	30	Energieanbieterwechsel	15,2% ↑	11,4%	15,2%	12,8%
Reisen	31	Entschädigungsansprüche Flugverkehr geltend gemacht **	14,7% ⇨	18,0%	20,7%	10,9%
Reisen	32	Entschädigungsansprüche Bahn geltend gemacht **	14,2% ↓	25,8%	21,4%	20,3%
Finanzen	33	Falsche bzw. zu teure Versicherung wurde mir verkauft	13,0% ↑	11,5%	13,7%	12,5%
Lebensmittel	34	Ansprechpartner für Lebensmittelbeanstandungen schwer zu ermitteln	9,3% ⇨	10,1%	*	*
Finanzen	35	Überzogener Dispo / Schulden	8,5% ↑	6,8%	8,2%	8,3%
Reisen	36	Probleme mit Pauschalreisen vor Ort	8,4%	*	*	*
Sonstige	37	Vertreter an der Haustür	8,3% ↑	6,6%	12,4%	12,3%
Lebensmittel	38	Fehlende Allergen-Hinweise in der Gastronomie	8,1% ⇨	9,1%	12,9%	*
Gesundheit	39	Zu lange Wartezeiten auf einen Termin beim Kinderarzt	7,8% ↑	5,0%	*	*
Finanzen	40	Zu hohe Vorfälligkeitsentschädigung bei Immobilienkredit	7,8% ⇨	8,1%	9,7%	6,4%
Gesundheit	41	Einsicht in Krankenunterlagen verweigert	7,2% ⇨	6,9%	9,4%	9,7%
Telefon	42	Abmahnung wegen Urheberrechtsverletzung durch Filesharing	6,7% ↑	4,9%	9,2%	5,7%
Reisen	43	Entschädigungsansprüche bei Pauschalreisen geltend gemacht	5,9%	*	*	*
Reisen	44	Probleme bei Buchung und Übernahme eines Ferienhauses	3,6%	*	*	*
Finanzen	45	Mir wurde der Bausparvertrag gekündigt	2,6% ⇨	3,1%	5,0%	2,6%
Finanzen	46	Mir wurde der Ratenkredit gekündigt	0,6% ↑	0,4%	0,9%	0,3%

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

** Geänderte Fragestellung in 2019

N (2019): 2.614, 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 Teilnehmerinnen und Teilnehmer wie folgt: Genau 38,4 Prozent der auf diese Frage antwortenden Personen gaben an, Nutzer der Verbraucherzentrale Hamburg zu sein. Von diesen Nutzern zeigten sich – etwa auf Vorjahresniveau – 87 Prozent mit den erhaltenen Dienstleistungen zufrieden.

Auf die Frage:

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

antworteten 698 Personen. Wie im Vorjahr gaben gut neun von zehn (91 Prozent) der Antwortenden an, mit der Barrierefreiheit zufrieden zu sein.

Gut die Hälfte (58,3 Prozent der auf diese Frage Antwortenden) meint zudem, dass die Verbraucherzentrale ihre Angebote durch persönliche Online-Video-Beratungen ergänzen sollte.

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 778 Personen, entsprechend 38,7 Prozent der auf diese Frage Antwortenden, mit „ja“.

6. Fazit

Mehr Nachhaltigkeit, Transparenz, adäquate und faire Produkte und besserer Service sind wie im vergangenen Jahr die Forderungen der Hamburgerinnen und Hamburger an die vielen Unternehmen, die Dienstleistungen und Waren für Konsumenten im Portfolio haben. Politik und Verwaltung sollten hier nach den Rückmeldungen der Verbraucher den bestehenden Rahmen verbessern und den Schutz vor unseriösen Anbietern und Angeboten gewährleisten. Dabei haben die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Umfrage ein gutes Gespür dafür, wo es einfach nur an Informationen mangelt und wo ein schärferes Eingreifen des Staates erforderlich ist. Ein Beispiel ist die Unwissenheit um den Verbleib und die Nutzung der eigenen Daten (Forderung nach mehr Transparenz) und der Wunsch, eine nicht erforderliche Nutzungen und Datenweitergabe von vornherein zu unterbinden (Eingreifen des Staates).

Viele der abgefragten Themen sind Dauerbrenner, wie sich aus einem Vergleich der mittlerweile vier seit dem Jahr 2016 durchgeführten Umfragen ergibt. Ob eine Ökologisierung des Verpackungssystems, Schutz vor aufgedrängten IGeL-Leistungen, zu hohen Dispozinsen und unerwünschter Werbung, Problemen beim Energieanbieterwech-

sel oder der Wunsch nach einem Ampelmodell bei der Nährwertkennzeichnung: Hier ist die (Bundes-)Politik in der Pflicht, Verbesserungen herbeizuführen. Dieser Bericht zeigt, dass die Beschwerden aktuell bleiben und die Bürgerinnen und Bürger dauerhaft belasten.

In anderen Bereichen gab es gesetzliche Änderungen, deren Wirksamkeit sich erst noch zeigen muss. Ein Beispiel ist die neu eingeführte Musterfeststellungsklage, auf der die Hoffnungen der vom Dieselskandal Betroffenen ruhen.

Wo ein gesetzlicher Rahmen wie bei den Mogelpackungen noch nicht ausreicht, ist es umso wichtiger, Transparenz zu schaffen. Hier liegen Handlungsfelder der Verbraucherzentrale, die im Internet und in den (sozialen) Medien auf solche Probleme aufmerksam macht und dadurch auf Unternehmen und Verbraucher einwirkt, um sie zu einem veränderten Angebot bzw. Verhalten zu bewegen. Aufklärung ist auch dort vonnöten, wo es gute Möglichkeiten der Rechtsdurchsetzung gibt, diese aber wie im Falle der Schlichtungsstelle für den öffentlichen Personenverkehr noch nicht ausreichend bekannt sind.

Einige Ergebnisse dieser Umfrage könnten schließlich den Unternehmen die Angst vor Veränderungen nehmen. Wenn sich fast zwei Drittel der Teilnehmer für weniger Zucker in Fertignahrungsmitteln stark machen, sollte es auch einen entsprechenden Markt geben.

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 2.000 Befragten wurde innerhalb der hier vorliegenden Erhebung nochmals gesteigert.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind als Besucher der Internetseite der Verbraucherzentrale Hamburg und als deren Nutzer sehr kritisch, sodass 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.
