

# Wo drückt der Schuh?

## Hamburger Verbraucherschutz-Pegel 2022

Ergebnisse einer vom 1. November 2021 bis zum 31. Januar 2022 durchgeführten Online-Umfrage

Hamburg, Februar 2022

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 .....	4
3.2. Themenbereiche.....	5
3.3. Einzelne Themen .....	5
3.3.1. Urlaub und Reisen .....	7
3.3.2. Telefon und Internet.....	8
3.3.3. Finanzen und Versicherungen .....	10
3.3.4. Energie .....	11
3.3.5. Lebensmittel .....	12
3.3.6. Sonstiges Verbraucherrecht .....	14
3.4. Themen bereichsübergreifend im Vergleich .....	14
4. Nutzung und Zufriedenheit mit der Verbraucherzentrale Hamburg .....	16
5. Zufriedenheit mit Behörden und Ämtern.....	16
6. Fazit .....	17

## 1. Anlass und Hintergrund der Umfrage

Die Behörde für Justiz und Verbraucherschutz der Freien und Hansestadt Hamburg hat die Verbraucherzentrale Hamburg e.V. beauftragt, die bereits sechs Male bei den Hamburgerinnen und Hamburgern zu Verbraucherschutzproblemen sowie zur Zufriedenheit mit Behörden und der Verbraucherzentrale durchgeführte Online-Umfrage zu erneuern. Die aktuelle Befragung lief vom 1. November 2021 bis 31. Januar 2022 auf der Internetseite der Verbraucherzentrale Hamburg<sup>1</sup>. Ein Hinweis auf die Umfrage wurde unter anderem auch auf den Internetseiten der FHH veröffentlicht<sup>2</sup>.

## 2. Methodik

Der Fragebogen besteht aus 3 Fragen mit insgesamt 59 Antwortmöglichkeiten. 48 Antworten sind vorgegeben, 43 als Check-Box und 5 als Dropbox mit der Grundeinstellung „bitte auswählen“. Hinzu kommen 11 Freifelder für offene Antworten oder vertiefende Ergänzungen zu vorgegebenen Antworten.<sup>3</sup> Bereinigt um Fehler und Dubletten wurde der Fragebogen 1.691 Mal ausgefüllt. Damit lag die Teilnahme der Verbraucherinnen und Verbraucher<sup>4</sup> etwa auf dem Niveau des Vorjahres (1.745 Teilnehmende). Alle Prozentangaben wurden auf die erste Nachkommastelle gerundet.

Die Untersuchung kann keinen Anspruch auf Repräsentativität für die Bevölkerung erheben, da bei einer Online-Umfrage – anders als bei einer Telefonumfrage – die Befragten nicht nach sozio-demographischen Merkmalen ausgewählt bzw. gewichtet werden können. Zudem ist nicht gewährleistet, dass alle Befragten Hamburgerinnen bzw. Hamburger 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 Bevölkerung richtet.

Anders als in den Vorjahren werden die Anteilsrechnungen bei den Problemnennungen nicht mehr auf der Grundlage (leicht unterschiedlicher) bereichsbezogener Teilnehmerzahlen berechnet und angegeben, sondern bei allen Berechnungen wird von einer einheitlichen Teilnehmerzahl ausgegangen. Um eine Vergleichbarkeit zu den Vorjahren zu gewährleisten, wurden auch die Vergleichszahlen der Vorjahre entsprechend neu berechnet und in diesem Bericht dargestellt. Eine Vergleichbarkeit mit den vorangegangenen Berichten ist daher nur bedingt möglich.

## 3. Drängende Probleme des Konsumalltags

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

---

<sup>1</sup> <https://www.vzhh.de/themen/umfragen/hamburger-verbraucherschutz-pegel-was-nervt-sie-am-meisten>.

<sup>2</sup> <https://www.hamburg.de/verbraucherschutz/>.

<sup>3</sup> Vorjahr: 3 Fragen mit insgesamt 65 Antwortmöglichkeiten, davon 49 Ja/Nein-Optionen, 11 Freifelder für offene Ergänzungsantworten und 5 Drop-Down-Felder.

<sup>4</sup> 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.

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

Aufgeführt sind dabei insgesamt 6 Konsumbereiche mit insgesamt 52 einzelnen Themen, davon 43 vorgegebene und 9 Freifelder.

### 3.1. Problemhäufigkeit

Die Beschwerdehäufigkeit der Teilnehmerinnen und Teilnehmer mit Bezug zu Konsumproblemen ist das zweite Jahr in Folge zurückgegangen. Die insgesamt 1.691 Teilnehmenden gaben zusammen 16.102 Mal Probleme inklusive Freitextnennungen an, durchschnittlich also 9,5. Damit liegt die Anzahl der Problemnennungen je Befragten deutlich niedriger als im Vorjahr (durchschnittlich 12,1 Problemnennungen).

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

Nennungen je Teilnehmer/in	Häufigkeit	Anteil
0	26	1,5%
1	65	3,8%
2	49	2,9%
3	67	4,0%
4	91	5,4%
5	94	5,6%
6	134	7,9%
7	103	6,1%
8	139	8,2%
9	127	7,5%
10	121	7,2%
11	104	6,2%
12	112	6,6%
13	95	5,6%
14	84	5,0%
15	63	3,7%
16	49	2,9%
17	41	2,4%
18	35	2,1%
19	29	1,7%
20	16	0,9%
21	12	0,7%
22	15	0,9%
23	6	0,4%
24	5	0,3%
25	3	0,2%
26	2	0,1%
27	0	0,0%
28	0	0,0%
29	1	0,1%
30	2	0,1%
31	0	0,0%
32	1	0,1%
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>1.691</b>	<b>100,00%</b>

N: 1.691.

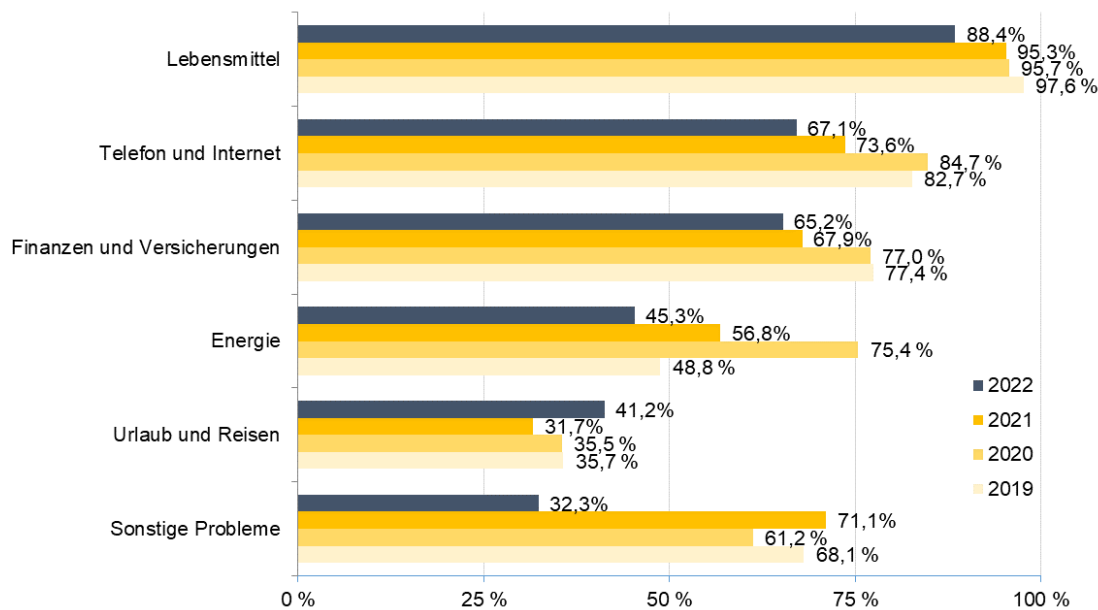
Bei den Antworten waren Mehrfachnennungen möglich, wovon die Teilnehmenden ganz überwiegend Gebrauch machten. Mehr als drei Viertel der Befragten kreuzten zwischen 3 und 14 Einzelthemen an oder machten Angaben in den Antwortfeldern. Am häufigsten wurden mit 8,2 Prozent 8 Probleme genannt bzw. angekreuzt. Auch die vorgenannten Zahlen liegen unterhalb des Vorjahresniveaus.

### 3.2. Themenbereiche

Die Relevanz der sechs abgefragten Themenkomplexe war aus Sicht der Befragten insgesamt hoch. Bis auf den Wechsel der sonstigen Ärgernisse vom dritten auf den letzten Platz entspricht die Rangfolge der Themenbereiche der des Vorjahres. Der Rückgang bei den sonstigen Beschwerden ist sehr deutlich. Im vergangenen Jahr hatten noch gut 71 Prozent solche Probleme angekreuzt, in der aktuellen Umfrage nur noch etwa ein Drittel. Die Erklärung liegt hier unserer Meinung nach jedoch in der Umfrage selbst, denn nach dem Hauptärgernis des Vorjahres in diesem Bereich (schlechter telefonischer Kundenservice von Unternehmen) wurde nicht mehr explizit gefragt.

Wie bereits im vergangenen Jahr war der Bereich Lebensmittel am bedeutendsten. Über 88 Prozent der Befragten nannten zumindest eine Beschwerde in dem genannten Themenkomplex. Im Bereich Telefon und Internet sank der Anteil an Nennungen um gut 6 Prozentpunkte. Im Ranking liegen Probleme rund um die Telekommunikation dennoch nach wie vor auf dem zweiten Platz. Nach Finanzen und Versicherungen folgt der Bereich Energie. Unter allen Themenbereichen verzeichnen lediglich Ärgernisse um Urlaub und Reisen einen Anstieg, von knapp 32 Prozent in der Voruntersuchung auf nunmehr gut 41 Prozent. Mögliche Erklärungen finden sich weiter unten in der entsprechenden Auswertung unter 3.3.1.

#### Drängendste Problembereiche des Konsumalltags



N (2022): 1.691, N (2021): 1.745, N (2020): 2.423, N (2019): 2.614. Die Ergebnisse für 2020 und 2019 wurden entsprechend einer geänderten Methodik aktualisiert.

### 3.3. Einzelne Themen

Ob Lebensmittel, Finanzen oder andere Themenbereiche: Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Umfrage kreuzten nicht nur vorgegebene Punkte an, sondern machten sehr häufig auch in den dafür vorgesehenen Freifeldern Erläuterungen und Ergänzungen.

gen. In der nachfolgenden Tabelle sind die Themenbereiche in der Reihenfolge, wie sie im Fragebogen abgefragt wurden, geordnet. Die einzelnen Themen innerhalb der Themenbereiche sind jeweils nach der relativen Häufigkeit absteigend aufgeführt.

### Drängendste Probleme des Konsumalltags nach Themen geordnet

Themenbereich	Thema	Anzahl	Anteil	
Urlaub und Reisen	<b>Urlaub und Reisen, min. 1 Problem genannt</b>	<b>697</b>	<b>41,2%</b>	
	Mangelnde Preistransparenz bei der Buchung von Reisen	405	24,0%	
	Ich habe meine Vorkasse nicht oder erst sehr spät zurückerhalten.	220	13,0%	
	[Freitext] Weitere Probleme bzw. Wünsche, die ich in diesem Bereich habe, sind:	132	7,8%	
	Probleme mit und Beschwerden über Pauschalreisen vor Ort	107	6,3%	
	Mangelnde Angebote und / oder Buchungsmöglichkeiten für Alleinerziehende mit mehreren Kindern	88	5,2%	
	Schwierigkeiten bei der Buchung und Übernahme eines Ferienhauses / einer Ferienwohnung	67	4,0%	
	Ich musste eine Schlichtungsstelle einschalten.	56	3,3%	
	<b>Telefon und Internet, min. 1 Problem genannt</b>	<b>1134</b>	<b>67,1%</b>	
	Ich bin von unerwünschten Werbeanrufen betroffen.	814	48,1%	
Ich kenne die Beschwerdestelle für unerlaubte Telefonwerbung der Bundesnetzagentur nicht.	564	33,4%		
[Freitext] Weitere Probleme bzw. Wünsche, die ich in diesem Bereich habe, sind:	179	10,6%		
[Freitext] Falls Ja: Welche Erfahrungen haben Sie gemacht?	173	10,2%		
Diebstahl persönlicher Daten	148	8,8%		
Ich habe die Beschwerdestelle für unerlaubte Telefonwerbung der Bundesnetzagentur genutzt.	126	7,5%		
Ich bin auf einen so genannten Fake-Shop reingefallen (gezahlt, keine Ware erhalten).	103	6,1%		
Untergeschobene oder aufgedrängte Verträge im Handyshop, z.B. durch digitale Unterzeichnung auf dem Tablet	82	4,8%		
Mir wurden Entgelte sogenannter Drittanbieter für App und In-App-Käufe meiner Kinder (z.B. Google Play Store, Apple App Store) berechnet, mit denen ich nicht einverstanden war.	48	2,8%		
Finanzen und Versicherungen	<b>Finanzen und Versicherungen, min. 1 Problem genannt</b>	<b>1103</b>	<b>65,2%</b>	
	Schlechte Transparenz bei Finanzprodukten und -dienstleistungen	508	30,0%	
	Überhöhte Kontogebühren	467	27,6%	
	Überhöhte Dispozinsen	302	17,9%	
	Schlechte Beratung bei Geldanlagen oder Versicherungen	288	17,0%	
	Keine Erstattung überhöhter Bankgebühren	274	16,2%	
	Unzureichende Informationen zu Finanzthemen	266	15,7%	
	Falls ja: Ich wurde von meiner Bank unter Druck gesetzt, eine freiwillige Vereinbarung abzuschließen.	246	14,5%	
	Mir wurden Negativzinsen berechnet.	222	13,1%	
	[Freitext] Bitte schildern Sie Ihre Erfahrungen und nennen Sie ggf. den Anbieter und das Produkt.	156	9,2%	
	[Freitext] Weitere Probleme bzw. Wünsche, die ich in diesem Bereich habe, sind:	132	7,8%	
	Überteuerte Kredite	119	7,0%	
	Mir wurden andere Geldanlagen aufgedrängt.	117	6,9%	
	Negative Erfahrungen mit Online-Bezahldiensten	70	4,1%	
	In Sparverträgen wurden zu meinem Nachteil die Zinsen mangelhaft oder nicht angepasst.	61	3,6%	
	Unnötige Restschuldversicherungen	52	3,1%	
	Mir wurde ein Sparvertrag seitens der Bank gekündigt.	44	2,6%	
	Energie	<b>Energie, min. 1 Problem genannt</b>	<b>766</b>	<b>45,3%</b>
		Zu hohe Stromkosten	635	37,6%
Zu hohe Heizkosten		530	31,3%	
[Freitext] Weitere Probleme bzw. Wünsche, die ich in diesem Bereich habe, sind:		124	7,3%	
Probleme beim Energieanbieterwechsel		105	6,2%	
Lebensmittel	<b>Lebensmittel, min. 1 Problem genannt</b>	<b>1495</b>	<b>88,4%</b>	
	Zu viel Zucker in Lebensmitteln	1158	68,5%	
	Versteckte Preiserhöhungen durch veränderte Füllmengen („Weniger drin, Preis gleich“)	1065	63,0%	
	Lebensmittelverschwendung	939	55,5%	
	Irrführende Inhaltsangaben auf Lebensmitteln, z.B. Etikettenschwindel mit Fruchtabbildungen	878	51,9%	
	Unklare oder fehlende Herkunftsangaben auf Lebensmitteln	877	51,9%	
	Unzureichende Fleischkennzeichnung, z.B. kein staatliches Label zur Tierhaltung und zum Tierwohl	787	46,5%	
	Keine verpflichtende farbliche Nährwertkennzeichnung auf Lebensmitteln, z.B. Nutri-Score	691	40,9%	
	Kein verlässliches und transparentes Klimaschutzlabel auf Lebensmitteln	642	38,0%	
	Keine Veröffentlichung von Ergebnissen der Hygienekontrolle in untersuchten Lebensmittelbetrieben, z.B. Restaurants	596	35,2%	
	[Freitext] Weitere Probleme bzw. Wünsche, die ich in diesem Bereich habe, sind:	300	17,7%	
	Schwer zu ermittelnde Ansprechpartner bei Lebensmittelbeanstandungen	265	15,7%	
	Fehlende Allergen-Hinweise in der Gastronomie	225	13,3%	
	Sonstiges	<b>Sonstiges, min. 1 Problem genannt</b>	<b>547</b>	<b>32,3%</b>
		Lange Vertragslaufzeiten und / oder ungewollte Vertragsverlängerungen	477	28,2%
[Freitext] Falls ja: Bitte Vertragstyp oder Branche (z.B. Mobilfunkvertrag, Fitnessstudio) angeben		340	20,1%	
Vertreter an der Haustür		115	6,8%	
[Freitext] Weitere Probleme bzw. Wünsche, die ich in diesem Bereich habe, sind:		76	4,5%	

N: 1.691.

### 3.3.1. Urlaub und Reisen

Nachdem im vergangenen Jahr – vermutlich durch die eingeschränkte Reisetätigkeit der Verbraucherinnen und Verbraucher – ein leichter Rückgang der Beschwerden im Zusammenhang mit Urlaub und Reisen zu verzeichnen war, gaben in diesem Jahr über 41 Prozent (Vorjahr 31,7 Prozent) der befragten Hamburgerinnen und Hamburger Probleme in diesem Bereich an. Die Beschwerdezahlen übertrafen sogar die des Vor-Corona- Jahres.

Hauptärgernis war für 24 Prozent der teilnehmenden Verbraucherinnen und Verbraucher (405 Personen) die mangelnde Preistransparenz bei Reisebuchungen.

Insgesamt 220 (entsprechend 13 Prozent) der Befragten gaben an, dass sie den von ihnen im Voraus entrichteten Reise- bzw. Flugpreis gar nicht oder erst sehr verspätet zurückerhalten haben. Diese hohe Anzahl an Beschwerden überrascht vor allem deshalb, weil die Rückerstattung des Flugpreises im Fall der Annullierung nach der gesetzlichen Regelung innerhalb von 7 Tage und die Erstattung bei Absage der Pauschalreise innerhalb von 14 Tagen zu erfolgen hat. Es kann der Eindruck gewonnen werden, dass nicht wenige Anbieter diese gesetzlichen Vorgaben als unverbindlich erachten und ihre Kundinnen und Kunden, im Vertrauen, dass diese keine gerichtlichen Maßnahmen einleiten werden, hinhalten.

Insgesamt 107 (entsprechend 6,3 Prozent) der Befragten gaben an, dass es im Rahmen ihrer Pauschalreise zu Problemen bei der Reklamation vor Ort kam. Das Beschwerdeaufkommen in diesem Bereich blieb somit konstant zum Vorjahresaufkommen (6,5 Prozent).

Als Missstand bewerteten 5,2 Prozent der Teilnehmerinnen und Teilnehmer die mangelnden Angebote für Alleinerziehende mit mehreren Kindern.

Vier Prozent der an der Umfrage beteiligten Hamburgerinnen und Hamburger nannten Probleme mit der mit der Buchung und Übernahme eines Ferienhauses. Der Anteil weicht somit nur unwesentlich vom Vorjahr (3,8 Prozent) ab. Ebenso wie das Vorjahr war auch das Reisen im Jahr 2021 noch von der Pandemie betroffen. Obwohl sich kontaktarme Übernachtungen in Ferienhäusern 2021 großer Beliebtheit erfreuten, dürften neben Einreiseverboten auch Reisewarnungen für Urlaubsländer und Quarantänebestimmungen am Urlaubsort und nach Reiserückkehr dafür gesorgt haben, dass Verbraucherinnen und Verbraucher ihren Urlaub im Ferienhaus kurzfristig stornierten. Eine Rückzahlung des Mietpreises hing dann in der Regel von den Bedingungen oder dem Entgegenkommen der Vermieter der oftmals im Ausland gelegenen Unterkunft ab.

Lediglich 3,3 Prozent der Befragten gab, an eine Schlichtungsstelle (Schlichtungsstelle öffentlicher Personenverkehr bzw. Bundesamt für Justiz) eingeschaltet zu haben. Dieser recht geringe Anteil verwundert auf den ersten Blick, deckt sich aber mit dem Rückgang der 2021 bei der Schlichtungsstelle öffentlicher Personenverkehr eingegangenen Anträge (2021: etwa 14.500; 2020: etwa 40.000). Grund dafür dürfte unter anderem sein, dass auch 2021 das Reisen pandemiebedingt eingeschränkt war. Es wurden auch nur halb so viele Flüge durchgeführt wie in dem Vor-Corona Jahr 2019.

132 Hamburgerinnen und Hamburger nutzten die Möglichkeit der Freitextantwort, um weitere Probleme oder Wünsche im Bereich Urlaub und Reisen zu äußern.

Über die Hälfte derjenigen, die die Möglichkeit der Freitextantworten nutzen, bemängelten fehlende Transparenz bei Gebühren, zum Beispiel für Gepäck, undurchsichtige Stornierungs- und Umbuchungsbedingungen, schlechte Erreichbarkeit der Airlines oder deren dynamische Preise. Die pandemiebedingten Reiseausfälle dürften den Wunsch der Verbraucherinnen und Verbrauchern nach klaren und leicht verständlichen Stornierungs- und Umbuchungsmöglichkeiten verstärkt haben. Reisenden ist es wichtig, vor Buchung eindeutig zu wissen, welche Folgen eine Stornierung der Reise hat beziehungsweise ob die Möglichkeit einer Umbuchung besteht.

Gerade Fliegen sehen Hamburgerinnen und Hamburger (16 Prozent der Freiantworten) unter dem Aspekt des Klimaschutzes kritisch („*Fliegen schadet der Umwelt*“). So wurde angeregt, dass der *„Endpreis bei Pauschalreisen auch Folgeschäden für Umwelt und Allgemeinkosten der Gemeinschaft enthalten sollte.“* Auch wurde die *„schlechte Möglichkeit, umweltfreundlich per Bahn zu reisen“* sowie ein *„fehlendes Alternativangebot zum Fliegen innerhalb Europas“* kritisiert.

Zehn Prozent der Antwortenden äußerten sich zum Thema Alleinreisende. Es wurden faire und bessere Angebote für Singles gewünscht und die im Verhältnis zu Paarreisenden teureren Preise kritisiert. Auch wurde der Wunsch nach *„Gruppen- und Themenangeboten für Alleinerziehende“* geäußert.

Zugausfälle, Verspätung und Probleme bei der Rückerstattung von Bahntickets ärgerten gut 10 Prozent der 132 Teilnehmenden, die Angaben in den Freitextfeldern machten. Und 9 Prozent gaben an, keinen Urlaub zu machen, wobei hierfür oftmals finanzielle Gründe, teilweise als Folge der Pandemie, genannt wurden.

Schließlich spielte auch der Wunsch nach barrierefreien Angeboten für Hamburgerinnen und Hamburger beim Thema Reisen eine Rolle. Und es wurde angeregt, *auf „Duftstoffeinsatz (Verwendung von duften Waschmitteln, Weichspüler etc) zu verzichten, um auch Personen mit Allergien und Unverträglichkeiten einen möglichst barrierefreien Aufenthalt zu ermöglichen.“*

### 3.3.2. Telefon und Internet

Hauptärgernis mit einem deutlichen Anstieg waren unerwünschten Werbeanrufe (48,1 Prozent; Vorjahr 42,6 Prozent). 814 Hamburger und Hamburgerinnen kreuzten an, davon betroffen zu sein. Gleichzeitig gaben lediglich 7,5 Prozent an, sich an die Beschwerdestelle der Bundesnetzagentur gewandt zu haben. Und wie in den vergangenen Jahren ergab die Umfrage auch, dass ein Drittel der Teilnehmenden (33,4 Prozent) die Beschwerdestelle bei der Bundesnetzagentur nicht kennt.

Weiterhin vermerkten 148 Teilnehmerinnen und Teilnehmer (8,8 Prozent) der Befragten, Opfer eines Diebstahls ihrer persönlichen Daten geworden zu sein. Hinzu kamen 103 der Teilnehmerinnen und Teilnehmer (6,1 Prozent), die auf einen so genannten Fake-Shop hereingefallen waren. Sie hatten trotz Zahlungen keine Ware erhalten.

Knapp 5 Prozent der befragten Hamburgerinnen und Hamburger benannten untergeschobene oder aufgedrängte Verträge im Handyshop, zum Beispiel durch digitale Unterzeichnung auf dem Tablet, als Problem. Die Anzahl der Beschwerden war somit im Verhältnis zum Vorjahr leicht rückläufig. Bei der Interpretation darf nicht übersehen werden, dass die Shops fast ein halbes Jahr (bis Mitte Mai 2021) aufgrund der behördlichen Anordnung zur Bekämpfung der COVID-19-Pandemie geschlossen waren.



Für die Zukunft bleibt zu hoffen, dass die ab Dezember 2021 geltenden Neuregelungen im Telekommunikationsgesetz zu einem Rückgang der Beschwerden in diesem Bereich führen werden. Aufgrund der Gesetzesänderung sind die Shops nunmehr verpflichtet, Verbrauchern vor Unterschrift eine klare und leicht lesbare Zusammenfassung der Vertragsbedingungen zur Verfügung zu stellen, die wesentlichen Vertragsmerkmale, wie Laufzeit, Preis und Leistung beinhaltet.

Die Berechnung von Entgelten so genannter Drittanbietern für App und In-App-Käufe ihrer Kinder nannten fast 3 Prozent der Teilnehmenden als Problem. Auch, wenn dies der geringste Anteil der Beschwerden im Bereich Telefon und Internet ist, handelt es sich keineswegs um ein zu vernachlässigendes Problem. Denn oftmals betragen die Kosten, die den Eltern als Vertragsinhaber des Telefonvertrages für nicht genehmigte In-App-Käufe ihrer minderjährigen Kinder in Rechnung gestellt werden, Hunderte, teilweise bis zu mehrere Tausend Euro. Auch, wenn Minderjährige ohne Einwilligung ihrer Eltern überhaupt keine wirksamen Verträge abschließen können, beharren die Anbieter teilweise auf Zahlung und erhöhen den Druck durch Sperrung aller mit dem Unternehmen bestehenden Mobilfunkverträge. Der deutsche Game-Markt konnte bereits im Vorjahr eine deutliche Umsatzsteigerung verzeichnen. Dieser dürfte auch in dem weiterhin von der Pandemie geprägten Jahr 2021 nicht rückläufig gewesen sein. Im Rahmen der Freitextantworten wurde dann auch *der „viel zu einfache Zugang von Kindern zu Apps, die auf Glückspiel und Belohnungssysteme aufbauen“*, kritisiert.

Von der Möglichkeit, eigene Themen und Details in den Freitextantwortmöglichkeiten zu ergänzen, wurde 352 Mal Gebrauch gemacht.

Die meisten Schilderungen (12,5 Prozent) betrafen unerwünschte Werbeanrufe (*„teilweise bis zu 10 Anrufe täglich“*). Darüber hinaus beschwerten sich über 4 Prozent der Antwortenden über Anrufe vorgeblicher Microsoft-Mitarbeiter, die vorgeben eine Bedrohung auf dem PC beheben zu können. Glücklicherweise bemerkten die Antwortenden den Betrug bereits im Ansatz und fielen nicht auf den Trick herein.

Fast ebenso häufig wie unerwünschte Werbeanrufe waren Fake-Shops, Identitätsdiebstahl und Käufe bei Onlinehändler in Fernost Themen der Freitextantworten. Unge rechtfertigte Forderungen von Unternehmen und Inkassobüros im Zusammenhang mit Identitätsdiebstahl lassen sich oftmals erst nach Monaten klären (*„Mahnungen bis hin zur Androhung gerichtlicher Schritte“*) und belasten Verbraucherinnen und Verbraucher dementsprechend. Die Beschwerdezahlen korrespondieren mit dem Boom im Internet- und Versandhandel. Dieser konnte nach Angaben des Statistischen Bundesamtes in den ersten drei Quartalen 2021 einen Zuwachs von 36 Prozent im Verhältnis zu dem Vergleichszeitraum des Vor-Corona-Jahres 2019 verzeichnen.

Über 15 Prozent der im Rahmen der Freitextantworten vorgebrachten Beschwerden standen im Zusammenhang mit den Angeboten, mit der Vertragsabwicklung und mit dem Kundenservice von Telekommunikationsanbietern. Bemängelt wurde aufgrund der *„Fülle an Tarifangeboten bei Festnetz/Mobil/Internet, die Schwierigkeit sie wirklich vergleichen zu können und damit die Schwierigkeit gute Entscheidung treffen zu können“*.

Auch für bestehende Tarife wurden Probleme berichtet (*„laufend Probleme mit Verbindungsabbrüchen Telefon + Internet“*). Die Problemlösung gestaltete sich aus Sicht der Befragten aufgrund schlechter Erreichbarkeit der Anbieter schwierig (*„unendlich lange Schlangen bei den Hotlines von Telefonanbietern, so dass sich Probleme nur lösen*

lassen, wenn man Zeit hat, sehr lange in der Hotline zu warten“). Es besteht zudem der Wunsch „nach einer Kontaktperson, die mich durchgehend betreuen und die ich namentlich zurückrufen kann“. Für Verärgerung sorgte auch, dass „bei technischen Problemen und Kontakt mit dem Kundendienst auch immer versucht, Vertragsänderungen aufzuquatschen“.

Eine Reihe der Verbraucherinnen und Verbraucher ärgerte sich über Spam-Mails in ihren virtuellen Postfächern („150 Spam-Mails pro Tag“). Eine Abbestellung dieser unerwünschten Form der Werbung ist praktisch kaum möglich.

### 3.3.3. Finanzen und Versicherungen

Informationen und Rat rund um die privaten Finanzdienstleistungen bilden zu Recht einen Schwerpunkt der Arbeit der Verbraucherzentrale Hamburg, wie die Auswertung des Verbraucherschutzpegels zeigt. Gut 65 Prozent der Teilnehmer machten bei den entsprechenden Feldern Angaben.

Die allgemein schlechte Transparenz bei Finanzprodukten und -dienstleistungen war in der aktuellen Umfrage hier am bedeutendsten. 30 Prozent der Teilnehmer empfanden dies als problematisch; in der vorangegangenen Umfrage war dies noch keine Standardfrage, sondern nur vielfach in den Freifeldern als Beschwerde genannt worden.

Hinzukommt, dass sich ganz grundsätzlich immerhin 15,7 Prozent der Befragten unzureichend zu Finanzthemen informiert fühlen („Das Thema ist für den Bürger zu komplex.“).

Beschwerden über überhöhte Kontogebühren gab es „nur“ noch in 27,6 Prozent der Fälle (im Vorjahr waren es noch 42,5 Prozent). Hierzu passt die in den Antworten enthaltene Schilderung: „Alles läuft online und trotzdem zahle ich unglaublich viele Gebühren fürs Girokonto“.

In diesem Zusammenhang sind auch die Beschwerden über überhöhte Dispozinsen zu sehen, hierüber beschwerten sich 17,9 Prozent der Befragten (im Vorjahr 27 Prozent). Zusätzlich wurde erstmals abgefragt, ob Verbrauchern die Erstattung überhöhter Bankgebühren (aufgrund eines entsprechenden BGH-Urteils) verweigert wurde. Dieses Problem betraf immerhin 16,2 Prozent der Antwortenden („Trotz EuGH-etc.-Urteilen weigert sich die Haspa für die letzten 10 Jahre unzulässige Gebührenerhöhungen abzugelten...“).

In den Freiantworten tauchten immer wieder Beschwerden darüber auf, dass die Kunden unter Druck gesetzt wurden, die neuen AGB zu akzeptieren („Androhung von Kontosperrungen“, „Zustimmung oder Kündigung“) und dass Banken nachträglich Kontoführungsgebühren für als kostenlos beworbene Konten einführen („Scheinbar kostenloses Konto aber dann kostet die EC Karte Gebühr“).

Sodann folgt ganz allgemein die schlechte Beratung bei Geldanlagen oder Versicherungen mit 17 Prozent („Man sollte seinem Bankberater nicht trauen und seine Finanzgeschäfte selbst in die Hand nehmen“).

Gut 13 Prozent nannten die Berechnung von Negativzinsen als Problem. Sogar 14,5 Prozent der Befragten berichteten, dass sie von ihrer Bank unter Druck gesetzt wurden, eine freiwillige Vereinbarung abzuschließen.

So wurden den Verbrauchern auch andere Geldanlagen aufgedrängt (6,9 Prozent) oder (für den Kunden lukrative) Sparverträge seitens der Bank gekündigt (2,6 Prozent) sowie ganz grundsätzlich wurden bei Sparverträgen zum Nachteil der Kunden die Zinsen mangelhaft oder gar nicht angepasst (3,6 Prozent).

Dazu beschwerten sich in den Freiantworten erneut wieder viele Verbraucher über keine bzw. viel zu niedrige Sparzinsen (*„die Zinsen auf mein Ersparnes sind fast bis auf 0 gesunken“*).

Beschwerden über überteuerte Kredite waren mit 7 Prozent vertreten. Ein langjähriges Dauerthema sind Beanstandungen über unnötige Restschuldversicherungen (3,1 Prozent).

Negative Erfahrungen mit Online-Bezahldiensten meldeten 4,1 Prozent der Befragten (*„Keine direkte Durchwahl bei Online Banken zu bekannten Mitarbeitern. Man ist stets in Warteschleifen und hat jedes Mal einen neuen, anderen Kundenbetreuer.“*, *„NULL Support“*).

Mehrfach wurde in den Schilderungen darüber hinaus bemängelt, dass immer mehr Institute versuchen, die Kunden zum Online-Banking zu bewegen (*„Des Weiteren wird massiv für online Banking geworben.“*, *„Sie müssen ein online-Konto eröffnen, damit Sie alle Kontoinfos in Zukunft online erhalten können.“*), obwohl dies nicht für alle Kunden nutzbar ist (*„Online-Banking nur noch mit Smart-Phone möglich. Das hat aber nicht jeder“*).

Viele Verbraucher kritisierten, dass es keine *„echte, ehrliche Beratung vor Ort“* mehr gäbe, auch, dass die Filialschließungen der Institute den Zugang erschwerten (*„Keinerlei Beratung mehr in der letzten 1,5 Jahren, Filialschließung, noch nicht einmal die Möglichkeit vor Ort einen Kontoauszug oder Bargeld zu erhalten“*).

Weniger als bisher gab es Meinungen zum Thema Baufinanzierung. Diese betrafen vor allem den Umgang der Banken mit Bausparverträgen.

#### 3.3.4. Energie

Die Abfrage zum Themenkomplex Energie bezog sich auch in diesem Jahr auf Kostenaspekte und Probleme mit Anbietern. Weitere und ergänzende Angaben erfolgten über die Freitexte. Ein Großteil der Teilnehmerinnen und Teilnehmer am Verbraucherschutzpegel hat bei mindestens einem Thema aus dem Bereich Energie Unmut geäußert (45,3 Prozent). Dieser Anteil ist geringer als im Vorjahr, in dem rund 57 Prozent der Befragten hier einen Beschwerdegrund hatten.

Mit 37,6 Prozent zählten die hohen Strompreise in Hamburg zu den häufigsten genannten Beschwerden. Die Werte haben sich im Vergleich zum Vorjahr etwas verringert. Der Rückgang überrascht, weil zum Zeitpunkt der Umfrage viele Versorger bereits Preiserhöhungen für das Jahr 2022 ankündigten. Das mit Preiserhöhungen eng verknüpfte Thema Anbieterwechsel/Probleme mit dem Energieanbieter ist prozentual erneut leicht zurückgegangen und beträgt aktuell 6,2. Im Vorjahr waren es 8,7 Prozent.

Diese Thematik dominiert allerdings die ergänzenden Freitexte: Einen großen Anteil haben hier Beschwerden über vorzeitig gekündigte Strom- und Gasverträge. Einige Anbieter hatten die Versorgung trotz bestehender Verträge mit dem Hinweis gekündigt, die hohen Beschaffungskosten würden dazu führen, dass eine Weiterbelieferung nicht mehr möglich sei. Die Kündigungen wurden teilweise sogar rückwirkend vom Versor-

ger ausgesprochen und führten bei den Verbrauchern dazu, dass diese nunmehr deutlich höhere Preise bei Ersatzversorgern zahlen müssen.

Nahezu unverändert gegenüber dem Vorjahr ist die Unzufriedenheit in Sachen Heizkosten: Fast drei von zehn Teilnehmenden (31,3 Prozent) fanden diese überhöht. Darüber hinaus schlägt sich auch in den Freitexten Sorge über und Kritik an hohen Strom- und Heizkosten nieder. Für viele Verbraucherinnen und Verbraucher sind die massiven Erhöhungen nicht nachvollziehbar. Sie fühlten sich hier von der Politik eingelassen und fordern diese zum Handeln auf. Gerade Menschen mit geringeren Einkommen haben Angst, die steigenden Energiekosten nicht mehr zahlen zu können. Auch die intransparente Preisgestaltung sowie Ablesemodalitäten und –kosten boten Grund für Ärger.

Eine Antwort beinhaltete den Wunsch nach Zuschüssen für die Heizkosten im pandemiebedingten Homeoffice.

### 3.3.5. Lebensmittel

In 2022 sahen wieder viele Verbraucher und Verbraucherinnen die drängendsten Probleme beim Thema Ernährung und Lebensmittel. Die fünf am häufigsten in der Umfrage genannten Themen betrafen Fragen zu Lebensmitteln. Gut 88 Prozent (1.495 Personen) nannten mindestens ein Problem aus diesem Bereich und damit lagen Lebensmittelthemen deutlich vor den anderen, die zur Auswahl standen. Das ist im Vergleich zum Vorjahr etwas weniger, aber weiterhin auf einem konstant sehr hohen Niveau. Auch die Freitextfelder, in denen Teilnehmenden ungestützt Beschwerden übermitteln konnte, wurden rege genutzt, um Probleme im Lebensmittelbereich zu thematisieren. Offensichtlich besteht bei Verbraucherinnen und Verbrauchern weiterhin ein großer Wunsch nach konkreten Veränderungen, die von der Politik jedoch noch nicht für die Verbraucherschaft zufriedenstellend umgesetzt wurden.

Als größtes Problem stellte sich bei dieser Umfrage der Zuckergehalt in Lebensmitteln heraus. 68,5 Prozent aller Teilnehmenden monierten zu viel Zucker in Nahrungsmitteln. Der Anteil lag damit in etwa auf dem Niveau des letzten Jahres. Das Ärgernis der versteckten Preiserhöhungen („*Weniger drin, Preis gleich*“) wurde mit einem Anteil von 63 Prozent auf Platz zwei verdrängt. Knapp dahinter folgte das Thema Lebensmittelverschwendung, das innerhalb des Verbraucherschutz-Pegels immer mehr an Bedeutung gewinnt. War es 2019 noch jeder Dritte, der sich Verbesserungen diesbezüglich wünschte, ist es jetzt schon mehr als die Hälfte (55 Prozent) der Teilnehmenden.

Rund jeder Zweite beschwerte sich über unzureichende Lebensmittelkennzeichnung. Etliche Teilbereiche zeigen ungelöste Probleme auf. Knapp 52 Prozent bemängelten Etikettenschwindel, zum Beispiel mit Fruchtabbildungen auf Lebensmittelverpackungen. Der gleiche Anteil sieht Handlungsbedarf bei unklaren und fehlenden Herkunftsangaben sowie einer fehlenden oder mangelhaften Herkunftskennzeichnung. Aber auch eine unzureichende Deklaration von Fleisch, etwa kein staatliches Label zur Tierhaltung und zum Tierwohl, war für rund 47 Prozent ein wichtiges Thema. Es fehlt offenbar weiterhin eine überzeugende Strategie für mehr Tierwohl und verlässliche Kennzeichnungsvorgaben.

Dass sinnvolle Vorstöße durch die Politik wirken können, kann man bei der Frage zur verpflichtenden farblichen Nährwertkennzeichnung vermuten. Seit der Einführung des Nutri-Score ging die Verärgerung über dieses Thema deutlich zurück. War es 2019 noch mehr als jede oder jeder Zweite, der sich für eine bessere Nährwertkennzeich-

nung einsetzte, sind es in der aktuellen Umfrage zum Verbraucherschutz-Pegel nur noch gut 40 Prozent.

Der Anteil der Teilnehmenden, denen ein verlässliches und transparentes Klimaschutzlabel auf Lebensmitteln fehlt, stieg leicht auf 38 Prozent. Gut ein Drittel beschwerte sich über die unzureichende Veröffentlichung von Ergebnissen der Hygienekontrollen in untersuchten Lebensmittelbetrieben wie etwa Restaurants. Das ist deutlich weniger als noch vor einem Jahr.

Weniger relevant waren die Punkte *„schwer zu ermittelnde Ansprechpartner bei Lebensmittelbeanstandungen“* mit knapp 16 Prozent sowie eine fehlende Allergenkennzeichnung in der Gastronomie mit gut 13 Prozent.

300 Verbraucher und Verbraucherinnen nutzen die Gelegenheit und trugen Freitextantworten zu Problemen und Wünschen rund um das Thema Lebensmittel in das Umfrageformular ein. Drei Themenschwerpunkte kristallisierten sich als besonders wichtig heraus: Zu viel Verpackungsmüll, die mangelhafte Kennzeichnung von Lebensmitteln, wozu auch die unleserlich kleine Schrift auf Verpackungen gehört, und der Themenkomplex Lebensmittelverschwendung und *„Containern“*.

Rund 30 Prozent der individuellen Antworten beschäftigen sich mit dem Thema Verpackungen. Das ist ein enormer Anstieg gegenüber dem letzten Jahr, wo es nur gut 20 Prozent waren. Aus unserer Sicht zeigt sich, dass hier noch keine befriedigenden Lösungen für Verbraucher und Verbraucherinnen gefunden wurden. Die Befragten beschwerten sich vor allem über unnötige und überdimensionierte Verpackungen. Besonders Plastikverpackungen sind vielen ein Dorn im Auge. Typische Zitate waren *„Viel zu viel Verpackung/Kunststoffolie etc. bei Obst und Gemüse, auch bei Bio.“* oder *„Doppelt- u. Dreifachverpackungen reduzieren. 1x reicht!“* Auch war der Wunsch nach einem *„höheren Angebot von unverpackten Lebensmitteln in konventionellen Lebensmittelgeschäften!“* vorhanden.

Großen Raum nahm auch das Thema Lebensmittelkennzeichnung bzw. Etikettenschwindel ein. Gut 20 Prozent der Freitexte bezog sich auf Probleme aus diesem Bereich. Fehlende Herkunftsangaben und irreführende Aufmachung der Verpackungen ärgerten die Teilnehmenden besonders.

Viele bemängelten aber auch die schlechte Lesbarkeit der Pflichtangaben auf Packungen sowie auf Preisschildern: *„Bei der Preisauszeichnung sind die Grundpreise oft in viel zu kleiner Schriftgröße aufgeführt, so dass sie nur schwer zu lesen sind.“* oder *„Kleine Schrift bei Nährwertangaben und Inhaltsstoffen“* lauteten die Beschwerden.

Fast genauso wichtig war der Themenkomplex Lebensmittelverschwendung und *„Containern“*. Hier wurde der Wunsch geäußert, dass nicht verkaufte Lebensmittel im Handel nicht weggeworfen werden sollten. Eine Verpflichtung, dass diese Lebensmittel etwa an Tafeln abgegeben werden müssen, stand für etliche Teilnehmende im Raum: *„Spenden von Lebensmittelladen / von abgelaufenen Lebensmitteln an die Tafeln der Städte sollten verpflichtend sein.“*

Zusätzlich forderten etliche, dass *„Containern“* erlaubt werden sollte. In der aktuellen Auswertung hatte dieses Thema aber nicht die Relevanz wie im letzten Jahr, als ganz aktuell das Bundesverfassungsgericht entschieden hatte, dass *„Containern“* strafbar ist.

Es bestand teilweise Sorge, ob die angebotenen Lebensmittel tatsächlich gesund seien. So kritisierten einige, dass zu viel Salz und Zucker in Lebensmitteln enthalten sei. Für mehr Tierschutz und Tierwohl setzen sich verschiedene Personen ein, die dafür auch schärfere Regeln forderten.

Mit dem Preis von Lebensmitteln beschäftigten sich einige Teilnehmende der Umfrage in den Freitextfeldern. Die Meinungen gingen dabei auseinander. Etliche waren über hohe und steigende Preise in Sorge, andere merkten an, dass Fleisch zu billig sei. Teilweise wurden auch falsche Preisauszeichnungen im Handel moniert.

### 3.3.6. Sonstiges Verbraucherrecht

Den Teilnehmerinnen und Teilnehmern wurden an dieser Stelle zwei Themen zur Auswahl vorgegeben. Ein knappes Drittel nutzen diese Umfragerubrik. Davon empfanden fast 30 Prozent der Teilnehmerinnen und Teilnehmer lange Vertragslaufzeiten oder eine ungewollte Vertragsverlängerung als Ärgernis. Auf die Frage, auf welche Branche/ Vertragstyp sich die Verärgerung bezieht, benannten 19 der 30 Antwortenden Verträge mit Telekommunikationsanbietern (Mobilfunk, Festnetz, Internet). Weitere vier Teilnehmer ärgerten sich über lange Laufzeiten und Verlängerung im Zusammenhang mit Fitnessstudioverträgen.

Der Gesetzgeber hat auf den seit Jahren bestehenden Unmut der Verbraucherinnen und Verbraucher (Vorjahr 48 Prozent) über automatische Vertragsverlängerung reagiert. Seit Dezember 2021 dürfen sich Telefon- und Internetverträge nach Ablauf der Mindestvertragslaufzeit lediglich auf unbestimmte Zeit verlängern und können dann unter Einhaltung einer einmonatigen Kündigungsfrist beendet werden. Für andere Verträge, zum Beispiel Zeitschriftenabos oder Streamingdienste gelten diese Regelungen ab März 2022 für ab diesem Zeitpunkt abgeschlossene Vertragsverhältnisse. Mit ihrer Forderung nach einer Reduzierung der zulässigen Erstlaufzeit von 24 Monaten konnten sich die Verbraucherzentralen hingegen nicht durchsetzen.

Der zweite Themenbereich betraf „Vertreter an der Haustür“.

Der Anteil der an der Gesamtumfrage teilnehmenden Verbraucherinnen und Verbraucher, die sich durch Vertreter an der Haustür gestört fühlten (*„Haustürvertreter sind häufig sehr aggressiv, wenn weiterer Kontakt abgelehnt wird“*), sank im Vergleich zur Vorjahresumfrage zwar leicht ab (6,8 Prozent, Vorjahr: 8 Prozent), ist aber unter Berücksichtigung der pandemiebedingten Kontaktbeschränkungen doch noch erheblich.

Zudem nutzen 24 der 29 Personen die Möglichkeit, um im Rahmen der Freiantworten auf weitere Probleme aufmerksam zu machen. Dabei wurden erwartungsgemäß viele unterschiedliche Themen angesprochen. So wurde darauf hingewiesen, dass ein *„Fußballfan mittlerweile 4 Streaming Anbieter nutzen muss, um Spiele zu sehen. Wahnsinn!!!!“*. Aber auch der *„Einwurf kostenloser Zeitungen trotz entsprechender Ablehnung per Schild am Briefkasten“* sorgte ebenso für Verärgerung wie *„Schnelle Defekte bei elektronischen Geräten (auch bei Premiumprodukten)“*.

### 3.4. Themen bereichsübergreifend im Vergleich

Die Tabelle auf der folgenden Seite zeigt die im Fragebogen vorgegebenen Themen geordnet nach der themenübergreifenden Rangfolge und zudem die Ergebnisse der Umfragen der Vorjahre, für den Fall, dass entsprechende Antwortmöglichkeiten in den Vorjahresumfragen enthalten waren. Insgesamt 8 Lebensmittelthemen sind in den Top

10 dieses Gesamtbeschwerderankings enthalten, 5 führen zudem das diesjährige Ranking an.

### Drängendste Probleme des Konsumalltags im Jahres-Vergleich

Themenbereich	Hinweis	Thema	Rang	Anteile		
				2022	2021	2020
Lebensmittel		Zu viel Zucker in Lebensmitteln	1	68,5 % →	69,0 %	70,9 %
Lebensmittel	**	Versteckte Preiserhöhungen durch veränderte Füllmengen („Weniger drin, Preis gleich“)	2	63,0 % →	69,7 %	71,9 %
Lebensmittel	**	Lebensmittelverschwendung	3	55,5 % →	52,3 %	42,2 %
Lebensmittel		Irreführende Inhaltsangaben auf Lebensmitteln, z.B. Etikettenschwindel mit Fruchtabbildungen	4	51,9 % ↓	59,7 %	58,6 %
Lebensmittel	**	Unklare oder fehlende Herkunftsangaben auf Lebensmitteln	5	51,9 % →	53,1 %	51,5 %
Telefon und Internet		Ich bin von unerwünschten Werbeanrufen betroffen.	6	48,1 % ↑	42,6 %	39,6 %
Lebensmittel	**	Unzureichende Fleischkennzeichnung, z.B. kein staatliches Label zur Tierhaltung und zum Tierwohl	7	46,5 % →	51,3 %	45,6 %
Lebensmittel		Keine verpflichtende farbliche Nährwertkennzeichnung auf Lebensmitteln, z.B. Nutri-Score	8	40,9 % ↓	46,1 %	52,5 %
Lebensmittel		Kein verlässliches und transparentes Klimaschutzlabel auf Lebensmitteln	9	38,0 % →	36,9 %	*
Energie		Zu hohe Stromkosten	10	37,6 % ↓	48,8 %	47,4 %
Lebensmittel		Keine Veröffentlichung von Ergebnissen der Hygienekontrolle in untersuchten Lebensmittelbetrieben, z.B. Restaurants	11	35,2 % ↓	42,6 %	45,0 %
Telefon und Internet		Ich kenne die Beschwerdestelle für unerlaubte Telefonwerbung der Bundesnetzagentur nicht.	12	33,4 % ↑	29,1 %	27,8 %
Energie		Zu hohe Heizkosten	13	31,3 % →	29,2 %	25,6 %
Finanzen und Versicherungen		Schlechte Transparenz bei Finanzprodukten und -dienstleistungen	14	30,0 % *	*	*
Sonstiges		Lange Vertragslaufzeiten und / oder ungewollte Vertragsverlängerungen	15	28,2 % ↓	42,1 %	*
Finanzen und Versicherungen		Überhöhte Kontogebühren	16	27,6 % ↓	42,5 %	*
Urlaub und Reisen		Mangelnde Preistransparenz bei der Buchung von Reisen	17	24,0 % *	*	*
Finanzen und Versicherungen		Überhöhte Dispozinsen	18	17,9 % ↓	27,0 %	32,2 %
Finanzen und Versicherungen		Schlechte Beratung bei Geldanlagen oder Versicherungen	19	17,0 % ↓	25,8 %	*
Finanzen und Versicherungen		Keine Erstattung überhöhter Bankgebühren	20	16,2 % *	*	*
Finanzen und Versicherungen		Unzureichende Informationen zu Finanzthemen	21	15,7 % ↑	13,6 %	*
Lebensmittel		Schwer zu ermittelnde Ansprechpartner bei Lebensmittelbeanstandungen	22	15,7 % →	16,8 %	18,5 %
Finanzen und Versicherungen		Falls ja: Ich wurde von meiner Bank unter Druck gesetzt, eine freiwillige Vereinbarung abzuschließen.	23	14,5 % *	*	*
Lebensmittel		Fehlende Allergen-Hinweise in der Gastronomie	24	13,3 % ↑	11,3 %	13,0 %
Finanzen und Versicherungen		Mir wurden Negativzinsen berechnet.	25	13,1 % *	*	*
Urlaub und Reisen		Ich habe meine Vorkasse nicht oder erst sehr spät zurückerhalten.	26	13,0 % *	*	*
Telefon und Internet		Diebstahl persönlicher Daten	27	8,8 % →	9,5 %	*
Telefon und Internet		Ich habe die Beschwerdestelle für unerlaubte Telefonwerbung der Bundesnetzagentur genutzt.	28	7,5 % ↓	9,7 %	10,1 %
Finanzen und Versicherungen		Überteuerte Kredite	29	7,0 % ↓	11,1 %	*
Finanzen und Versicherungen		Mir wurden andere Geldanlagen aufgedrängt.	30	6,9 % *	*	*
Sonstige	***	Vertreter an der Haustür	31	6,8 % ↓	8,0 %	7,5 %
Urlaub und Reisen		Probleme mit und Beschwerden über Pauschalreisen vor Ort	32	6,3 % →	6,5 %	4,6 %
Energie		Probleme beim Energieanbieterwechsel	33	6,2 % ↓	8,7 %	10,0 %
Telefon und Internet		Ich bin auf einen so genannten Fake-Shop reingefallen (gezahlt, keine Ware erhalten).	34	6,1 % *	*	*
Urlaub und Reisen		Mangelnde Angebote und / oder Buchungsmöglichkeiten für Alleinerziehende mit mehreren Kindern	35	5,2 % *	*	*
Telefon und Internet	**	Untergeschobene oder aufgedrängte Verträge im Handyshop, z.B. durch digitale Unterzeichnung auf dem Tablet	36	4,8 % ↓	7,3 %	10,9 %
Finanzen und Versicherungen		Negative Erfahrungen mit Online-Bezahldiensten	37	4,1 % *	*	*
Urlaub und Reisen		Schwierigkeiten bei der Buchung und Übernahme eines Ferienhauses / einer Ferienwohnung	38	4,0 % →	3,8 %	2,6 %
Finanzen und Versicherungen		In Sparverträgen wurden zu meinem Nachteil die Zinsen mangelhaft oder nicht angepasst.	39	3,6 % *	*	*
Urlaub und Reisen		Ich musste eine Schlichtungsstelle einschalten.	40	3,3 % *	*	*
Finanzen und Versicherungen		Unnötige Restschuldversicherungen	41	3,1 % ↓	7,3 %	*
Telefon und Internet		Mir wurden Entgelte sogenannter Drittanbieter für App und In-App-Käufe meiner Kinder (z.B. Google Play Store, Apple App Store) berechnet, mit denen ich nicht einverstanden war.	42	2,8 % ↓	4,2 %	*
Finanzen und Versicherungen		Mir wurde ein Sparvertrag seitens der Bank gekündigt.	43	2,6 % *	*	*

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

\*\* Geänderte Fragestellung in 2022

\*\*\* Geänderte Zählweise in 2020

Hinweis: Geänderte Fragestellungen vor 2022 sind in den Vorausgaben entsprechend gekennzeichnet.

N (2022): 1.691; N (2021): 1745; N (2020): 2.423.

Spitzenreiter der Negativliste sind zu viel Zucker in Lebensmitteln (Rang 1) und versteckte Preiserhöhungen (Rang 2). Im vergangenen Jahr hatten wir noch danach ge-

fragt, ob das Wegwerfen noch verzehrfähiger Lebensmittel durch Supermärkte in Deutschland gesetzlich verboten werden sollte. Da diese Frage in der aktuellen Umfrage nicht mehr enthalten war, erhöhte sich für die Teilnehmenden die Relevanz der allgemeineren Angabe „Lebensmittelverschwendung“ (nunmehr auf Rang 3, in der Vorumfrage noch auf Rang 6. Lediglich zwei andere Themen außerhalb der Ernährung sind in den Top 10 enthalten. Rang 6 markiert das Ärgernis unerwünschter Telefonwerbung (nahezu 50 Prozent), auf Rang 10 die hohen Strompreise (knapp 38 Prozent, Rang 10; Vorjahr: 48,8 Prozent, Rang 8).

Die Klage über schlechte Transparenz ist das nach Anzahl der Beschwerden bedeutendste Finanzthema. Die Frage schaffte es auf Anhieb auf Platz 14 der Negativliste. Auf einem nur leicht geringeren Niveau erfolgten Beschwerden über lange Vertragslaufzeiten oder ungewollte Vertragsverlängerungen als die häufigsten Ärgernisse im Bereich sonstiges. Einen Nerv traf auch das ebenfalls neu angebotene Thema mangelnder Preistransparenz bei Pauschalreisen. Mit Platz 17 war dies zudem das im Rang am höchsten verortete ReisetHEMA.

#### 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 44,1 Prozent (Vorjahr: 37,8 Prozent) gaben an, Nutzer der Verbraucherzentrale Hamburg zu sein. Von diesen Nutzern zeigten sich 89,5 Prozent (Vorjahr: 84,4 Prozent) mit den erhaltenen Dienstleistungen zufrieden.

Auf die Frage:

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

antworteten 444 Personen. Von ihnen gaben 93 Prozent an, mit der Barrierefreiheit zufrieden zu sein (Vorjahr: 91,8 Prozent). Die Aussagekraft gerade zu dieser Frage ist jedoch aufgrund des nicht repräsentativen Charakters der Umfrage stark eingeschränkt.

Der Anteil derjenigen, die sich einen Ausbau der Online-Beratungen wünschten, ist wiederum gestiegen, von 77,2 Prozent im Vorjahr auf 82,8 Prozent in der aktuellen Umfrage. Der Wunsch steht vermutlich in Zusammenhang mit der Corona-Krise und dem eingeschränkten Beratungsangebot während des Lockdowns vor Ort.

#### 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 1.424 Personen, nur 267 enthielten sich. Von den Antwortenden fühlten sich (soweit ersichtlich erstmals in den vergangenen Jahren) mehr als die Hälfte (52,4 Prozent) geschützt (Vorjahr: 42,1 Prozent).

## 6. Fazit

Die fortdauernde Corona-Pandemie, der Klimawandel, Nachhaltigkeit, die Digitalisierung, der demografische Wandel und damit verbunden die Frage nach Bildung und Chancengleichheit sind große gesellschaftliche Themen unserer Zeit. Hinzu kommt das Bedürfnis nach Sicherheit und Verlässlichkeit, welches angesichts der aktuellen kriegerischen Entwicklungen in der Ukraine in Zukunft stärker werden und unter anderem im Energiemarkt oder im Markt der privaten Altersvorsorge spürbar werden wird. Diese *Megathemen* reichen in alle Bereiche der Gesellschaft und damit auch in die verschiedenen Konsummärkte – von den Lebensmitteln bis zu den Finanzdienstleistungen. Betroffen sind alle Verbraucherinnen und Verbraucher. Die Ergebnisse dieser Umfrage spiegeln hier Entwicklungen und Trends wider und zeigen zudem Schnittstellen auf, welche die Politik beachten sollte, um einen sozialverträglichen Wandel zu erreichen.

So finden sich an vielen Stellen Hinweise zu Problemen im Zusammenhang mit der Digitalisierung. Ob Beschwerden durch den Diebstahl persönlicher Daten, betrügerische Internetshops oder negative Erfahrungen mit Online-Bezahldiensten: Hier lohnt es sich, genauer hinzusehen. Selbst wenn die quantitative Betroffenheit verhältnismäßig gering erscheinen mag, sind die individuellen Schäden oft ganz erheblich. Die Digitalisierung wird nur dann gelingen, wenn Nutzerinnen und Nutzer ausreichend vor betrügerischen Angeboten und Missbrauch geschützt werden. Auch die Verbraucherzentrale Hamburg muss sich dem Thema stellen. Das zeigt sich nicht nur an der thematischen Nachfrage, sondern auch an dem starken Wunsch der Ratsuchenden nach mehr digitalen Beratungsangeboten. Insofern sind wir froh, bereits im vergangenen Jahr mit der Umsetzung diverser digitaler Projekte begonnen zu haben und diese noch in diesem Jahr abschließen zu können.

Nachhaltigkeit und Klimaschutz sind zwei weitere große Themen, welche die Hamburgerinnen und Hamburger bewegen und sie direkt in ihrem Konsumalltag betreffen. Aus ihren individuellen Antworten wissen wir, dass sie zu einem großen Teil nachhaltig leben und einkaufen wollen. Hierfür wird jedoch mehr Transparenz eingefordert. Verlangt werden etwa ein verlässliches Klimaschutzlabel, klarere Inhalts- oder deutlichere Herkunftsangaben bei Lebensmitteln. Nach den Auswirkungen der Digitalisierung auf das Klima (Energieverbrauch und Energieherkunft der Serverfarmen) wurde nicht gefragt, aus unseren Vorträgen wissen wir aber, dass es auch hier Forderungen nach mehr Transparenz gibt. Hohe und steigende Energiepreise (auch als Kehrseite des ökologischen Umbaus) sind eine in dieser Umfrage aufscheinende Sorge, die nicht außer Acht gelassen werden darf.

Mehr Transparenz wurde vielfach auch im Zusammenhang mit Banken und Sparkassen gefordert. Nützliche, adäquate und preiswerte Finanzdienstleistungen können helfen, die Folgen des demografischen Wandels individuell abzufedern. Genügen sie nicht diesen Anforderungen, können sie im schlimmsten Fall mitursächlich für sozialen Abstieg, Armut und Überschuldung sein. Besorgniserregend sind in diesem Zusammenhang die Beschwerden über die schlechte Beratung bei Geldanlage oder Versi-

cherungen, überhöhte Dispozinsen, überteuerte Kredite oder aufgedrängte Finanzprodukte. Auch hier gilt, dass neben der quantitativen Betroffenheit die individuellen, auch langfristigen negativen Folgen Anlass zur Sorge geben.

Neben solchen besorgniserregenden Befunden gab es in jüngerer Zeit aber auch positive Entwicklungen, die hier nicht unerwähnt bleiben sollen und die sich auch in den Ergebnissen dieser Umfrage niedergeschlagen haben. Seit der Einführung des Nutri-Score ging die Verärgerung über dieses Thema deutlich zurück. Der Gesetzgeber hat zudem auf den seit Jahren bestehenden Unmut der Verbraucherinnen und Verbraucher über automatische Vertragsverlängerung reagiert. Seit Dezember 2021 können Telefon- und Internetverträge nach Ablauf der Mindestvertragslaufzeit unter Einhaltung einer einmonatigen Kündigungsfrist beendet werden. Für andere Verträge gelten diese Regelungen ab März 2022.

Nicht zuletzt ist auch die Zufriedenheit mit Behörden und der Verbraucherzentrale (ausgehend von einem unterschiedlichen Niveau) im Vergleich zur Voruntersuchung gestiegen. Für die Verbraucherzentrale bieten die Ergebnisse der Untersuchung wichtige Anhaltspunkte, ihre Angebote und Informationen den Bedürfnissen der Ratsuchenden entsprechend anzupassen.

\*\*\*