

Wo drückt der Schuh?

Verbraucherschutz-Pegel Hamburg 2020

Ergebnisse einer vom 1. November 2019 bis zum 31. Januar 2020 durchgeführten Online-Umfrage

Hamburg, Februar 2020

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	3
3.2. Themenbereiche.....	5
3.3. Einzelne Themen	6
3.3.1. Energie.....	8
3.3.2. Telekommunikation und Internet	8
3.3.3. Gesundheit	10
3.3.4. Urlaub und Reise	11
3.3.5. Lebensmittel und Ernährung	12
3.3.6. Finanzen und Versicherungen	13
3.3.7. Verpackungen.....	14
3.3.8. Sonstiges Verbraucherrecht	16
3.4. Themen bereichsübergreifend im Vergleich	17
4. Nutzung und Zufriedenheit mit der Verbraucherzentrale Hamburg	19
5. Zufriedenheit mit Behörden und Ämtern.....	19
6. Fazit	19

1. Anlass und Hintergrund der Umfrage

Die Behörde für Gesundheit und Verbraucherschutz der Freien und Hansestadt Hamburg hat die Verbraucherzentrale Hamburg e.V. beauftragt, die bereits vier 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 2019 bis 31. Januar 2020 auf der Internetseite der Verbraucherzentrale Hamburg¹. Die Umfrage war unter anderem auf der Seite www.hamburg.de/kundenschutz verlinkt².

2. Methodik

Der Fragebogen besteht aus 3 Fragen mit nunmehr insgesamt 65 Antwortmöglichkeiten, davon 48 Ja/Nein-Optionen, 13 Freifeldern für offene Ergänzungsantworten und 4 Drop-Down-Feldern. Bereinigt um Fehler und Dubletten wurde der Fragebogen 2.423 Mal ausgefüllt. Damit lag die Teilnahme der Verbraucher/innen³ etwa auf dem hohen Niveau des Vorjahres (2.614 Teilnehmer/innen). Nach den Erfahrungen der Verbraucherzentrale mit Online-Umfragen ist dies ein sehr guter Wert.

Die Untersuchung kann keinen Anspruch auf Repräsentativität für die 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.

3. Drängende Probleme des Konsumalltags

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

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

Aufgeführt sind dabei insgesamt 8 Konsumbereiche mit insgesamt 59 einzelnen Themen, davon 48 vorgegebene und 11 Freifelder. Für die diesjährige Umfrage wurden insbesondere Fragen in den Bereichen Energie und Telekommunikation ergänzt.

3.1. Problemhäufigkeit

Das Bewusstsein der Teilnehmerinnen und Teilnehmer gegenüber Konsumproblemen ist ungebrochen hoch. Die insgesamt 2.423 Teilnehmer gaben zusammen 37.614 Mal Probleme an, durchschnittlich also 15,5. Damit liegt die Anzahl der Problemnennungen je Teilnehmer wieder höher als im Vorjahr (damals durchschnittlich 13,2 Probleme),

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

² <https://www.hamburg.de/kundenschutz/4619548/verbraucherschutz-umfrage/>.

³ 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.

was auch der höheren Zahl an Antwortmöglichkeiten im Vergleich zu den Vorbefragungen geschuldet ist. Bei den Antworten waren Mehrfachnennungen möglich, wovon die Teilnehmer/innen regen Gebrauch machten. Mehr als drei Viertel der Befragten kreuzten zwischen 9 und 22 Einzelthemen an oder machten Angaben in den Antwortfeldern. Am häufigsten wurden 15 Probleme genannt bzw. angekreuzt (Vorjahr: 12).

Anzahl Beschwerden je Teilnehmer/in der Umfrage

Nennungen je Teilnehmer/in	Häufigkeit	Anteil
0	6	0,2%
1	27	1,1%
2	12	0,5%
3	10	0,4%
4	33	1,4%
5	18	0,7%
6	31	1,3%
7	55	2,3%
8	71	2,9%
9	97	4,0%
10	106	4,4%
11	135	5,6%
12	150	6,2%
13	145	6,0%
14	159	6,6%
15	177	7,3%
16	167	6,9%
17	156	6,4%
18	160	6,6%
19	133	5,5%
20	113	4,7%
21	88	3,6%
22	84	3,5%
23	75	3,1%
24	54	2,2%
25	38	1,6%
26	32	1,3%
27	22	0,9%
28	28	1,2%
29	10	0,4%
30	11	0,5%
31	4	0,2%
32	4	0,2%
33	2	0,1%
34	2	0,1%
35	1	0,0%
36	2	0,1%
38	1	0,0%
39	1	0,0%
40	1	0,0%
41	1	0,0%
49	1	0,0%
Gesamtergebnis	2.423	100,0%

N: 2.423.

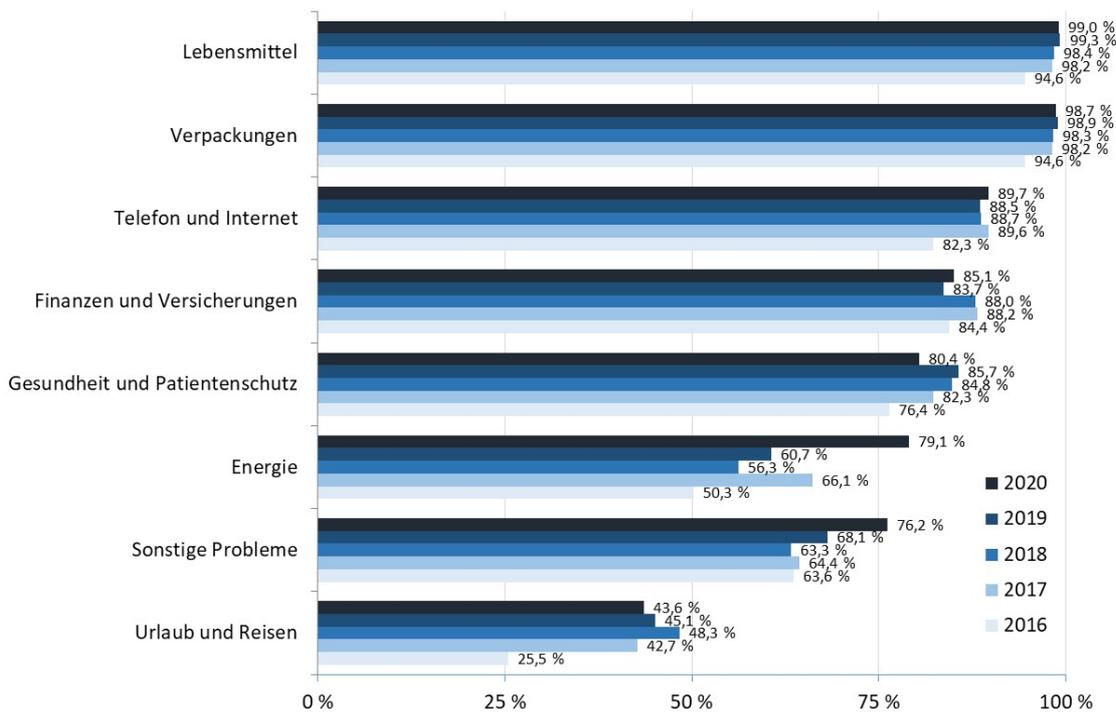
Das Problembewusstsein zeigt sich auch an der Nutzung der Freitextantwortmöglichkeiten zur Beschreibung weiterer Themen. Insgesamt acht solcher Felder sah der Fragenkatalog im Bereich der drängenden Probleme vor und 765 der 2.423 Teilnehmerinnen und Teilnehmer machten davon Gebrauch. Hier wurden zusammen 1.483 Antwort-

ten gegeben⁴. Wie im Vorjahr ergibt sich daraus ein Schnitt von 0,6 Nutzungen solcher Freitextantworten zur Beschreibung weiterer Themen je Teilnehmer.

3.2. Themenbereiche

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.⁵ Nahezu 100 Prozent der Befragten nannten jeweils zumindest eine Beschwerde in den genannten Bereichen.⁶

Drängendste Problembereiche des Konsumalltags



N (2020): 2.423, 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.

Auch der Themenbereich um Telefon und Internet verharrte auf einem ohnehin bereits sehr hohen Niveau (neun von zehn Befragten sahen zumindest jeweils ein Problem als drängend an). Im Vergleich zum vorangegangenen Umfrage haben die Bereiche Finanzen/Versicherungen und Gesundheit/Patientenschutz die Ränge getauscht. Der

⁴ Diese sind in den zuvor genannten 37.614 Problemnennungen enthalten.

⁵ Für die vorliegende fünfte Umfrage wurde die Reihenfolge der Themenkomplexe im Online-Fragebogen geändert.

⁶ In den Vorjahren waren die beiden Themenkomplexe Ernährung und Verpackungen noch zusammengefasst.

Bereich Energie hat stark zugelegt und liegt auf Rang sechs, wobei hier zu berücksichtigen ist, dass neue Themen abgefragt wurden.⁷

3.3. Einzelne Themen

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. In der Tabelle auf der folgenden Seite 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.

⁷ Die Erfahrung mit Umfragen zeigt, dass thematisch gestützte Antwortmöglichkeiten häufiger zu Nennungen führen, als Freiantwortmöglichkeiten.

Drängendste Probleme des Konsumalltags nach Themen geordnet

Themenbereich	Thema	Anzahl	Anteil
Energie (N=2.311)	Energie, mindestens ein Problem genannt	1.827	79,1 %
	Zu hohe Stromkosten	1.148	49,7 %
	Zu hohe Heizkosten	621	26,9 %
	Kein Durchblick über Fördermöglichkeiten für Energieeffizienzmaßnahmen	484	20,9 %
	Energieanbieterwechsel	242	10,5 %
Telefon und Internet (N=2.288)	Energie, sonstige Themen in Freiantworten genannt	166	7,2 %
	Telefon und Internet, mindestens ein Problem genannt	2.053	89,7 %
	Schlechter Kundenservice	1.097	47,9 %
	Ich bin von unerwünschten Werbeanrufen betroffen.	960	42,0 %
	Zu lange Vertragslaufzeiten bei Mobilfunkverträgen	830	36,3 %
	Ich kenne die Beschwerdestelle für unerlaubte Telefonwerbung der Bundesnetzagentur nicht.	674	29,5 %
	Untergeschobene oder aufgedrängte Verträge im Telefonshop	263	11,5 %
	Ich habe mich schon einmal an die Beschwerdestelle für unerlaubte Telefonwerbung der Bundesnetzagentur gewandt.	245	10,7 %
Gesundheit und Patientenschutz (N=2.248)	Telefon und Internet, sonstige Themen in Freiantworten genannt	231	10,1 %
	Gesundheit und Patientenschutz, mindestens ein Problem genannt	1.807	80,4 %
	Zu lange Wartezeit in der Arztpraxis	935	41,6 %
	Zu lange Wartezeit auf einen Termin beim sonstigen Facharzt	813	36,2 %
	Zu lange Wartezeit auf einen Termin beim Hausarzt	526	23,4 %
	IGeL-Leistungen aufgedrängt	457	20,3 %
	Mängel bei der Pflege im Krankenhaus	400	17,8 %
	Gesundheit und Patientenschutz, sonstige Themen in Freiantworten genannt	214	9,5 %
Urlaub und Reisen (N=1.973)	Einsicht in Krankenunterlagen verweigert	118	5,2 %
	Probleme mit der Krankenkasse beim Krankengeldbezug	99	4,4 %
	Urlaub und Reisen, mindestens ein Problem genannt	860	43,6 %
	Ich habe schon einmal Entschädigungsansprüche gegenüber Bahnunternehmen geltend gemacht	366	18,6 %
	Ich habe schon einmal Entschädigungsansprüche im Flugverkehr geltend gemacht	287	14,5 %
	Mangelhafte Verbraucherinformationen bei der Buchung von Pauschalreisen	214	10,8 %
	Ich habe schon einmal Entschädigungsansprüche bei Pauschalreisen geltend gemacht	128	6,5 %
	Probleme mit Pauschalreisen vor Ort	112	5,7 %
Lebensmittel (N=2.342)	Urlaub und Reisen, sonstige Themen in Freiantworten genannt	82	4,2 %
	Probleme bei Buchung und Übernahme eines Ferienhauses	63	3,2 %
	Lebensmittel, mindestens ein Problem genannt	2.319	99,0 %
	Versteckte Preiserhöhungen durch veränderte Füllmengen ("Füllmengenkarussell")	1.742	74,4 %
	Zu viel Zucker in Lebensmitteln	1.717	73,3 %
	Irrführende Inhaltsangaben wie Etikettenschwindel mit Fruchtabbildungen	1.421	60,7 %
	Ich wünsche mir verpflichtende und einfache farbliche Nährwertkennzeichnung auf der Vorderseite von Lebensmittelverpackungen - „Front of Pack-Labeling“ (FOPL), z.B. Nutri Score	1.273	54,4 %
	Unklare oder fehlende Herkunftsangaben	1.249	53,3 %
	Zu wenig Klimaschutz bei der Lebensmittelproduktion, z.B. durch weltweite Futtermittelimporte (So1)	1.157	49,4 %
	Unzureichende Fleischkennzeichnung, kein staatliches Label zur Tierhaltung und zum Tierwohl	1.105	47,2 %
	Ergebnisse der amtlichen Hygiene-Kontrollen sollen in den untersuchten Lebensmittelbetrieben (z.B. Restaurants) bekannt gemacht werden	1.091	46,6 %
	Haltbarkeit von Lebensmitteln, Lebensmittelverschwendung	1.022	43,6 %
	Ansprechpartner für Lebensmittelbeanstandungen schwer zu ermitteln	449	19,2 %
	Fehlende Allergen-Hinweise in der Gastronomie	315	13,5 %
Finanzen und Versicherungen (N=2.194)	Lebensmittel, sonstige Themen in Freiantworten genannt	285	12,2 %
	Finanzen und Versicherungen, mindestens ein Problem genannt	1.866	85,1 %
	Niedrige Sparszinsen	1.376	62,7 %
	Überhöhte Dispozinsen	779	35,5 %
	Kürzung der Überschussbeteiligung bei Kapitallebens- oder privater Rentenversicherung	372	17,0 %
	Falsche bzw. zu teure Versicherung wurde mir verkauft	291	13,3 %
	Überzogener Dispo / Schulden	198	9,0 %
	Zu hohe Vorfälligkeitsentschädigung bei Immobilienkredit	177	8,1 %
	Finanzen und Versicherungen, sonstige Themen in Freiantworten genannt	172	7,8 %
	Mir wurde ein Sparvertrag gekündigt	80	3,6 %
Verpackungen (N=2.327)	Verweigerung eines Pfändungsschutzkontos und/oder Basiskontos	54	2,5 %
	Verpackungen, mindestens ein Problem genannt	2.297	98,7 %
	Zu viele unnötige Umverpackungen (z.B. von Lebensmitteln mit natürlicher Verpackung wie Bananen)	2.034	87,4 %
	Zu viele Plastik (-beschichtete) Verpackungen anstelle bioverträglicher Materialien wie Papier	1.901	81,7 %
	Zu viel Luft in der Verpackung	1.487	63,9 %
	Ich wünsche mir einen verpflichtenden hohen Anteil an Mehrwegverpackungen im Getränkebereich	1.284	55,2 %
	Ich wünsche mir ein Mehrwegsystem wie den "Coffee-to-go-Becher"	952	40,9 %
	Verpackungen, sonstige Themen in Freiantworten genannt	180	7,7 %
Sonstige Probleme im Konsumalltag (N=1.948)	Sonstige Probleme, mindestens ein Problem genannt	1.484	76,2 %
	Kein Durchblick beim Kleingedruckten (AGB)	1.341	68,8 %
	Vertreter an der Haustür	182	9,3 %
	Sonstige Probleme, sonstige Themen in Freiantworten genannt	153	7,9 %

3.3.1. Energie

Im Vergleich zu den Vorjahren wurde das Themenfeld Energie in diesem Jahr differenzierter betrachtet. Die allgemeinen Energiepreise wurden in Kosten für Strom- und Heizbedarf getrennt. Zusätzlich wurde abgefragt, wie es um die Verständlichkeit und Bekanntheit von Fördermöglichkeiten steht.

Gegebenenfalls hat diese detailliertere Abfrage auch zu dem starken Zuwachs bei den Nennungen beigetragen. So haben es die „zu hohen Stromkosten“ hinter fehlender Kennzeichnung und Herkunftsangaben bei Lebensmitteln fast unter die Top-Ten in Sachen Unzufriedenheit geschafft. Ein weiterer Aspekt ist nicht zuletzt die gestiegene Sensibilisierung und öffentliche Debatte um das Thema Klimaschutz.

Die kontinuierlich steigenden Energiepreise sind nach wie vor Hauptärgernis Nummer eins im Bereich Energie. Mit rund der Hälfte aller Angaben (49,7 Prozent) liegt der Unmut über Strompreise annähernd auf dem Niveau von 2019 (51,6 Prozent). Im Bereich der Heizkosten findet rund jeder dritte Befragte diese zu hoch.

Rückläufig waren dagegen die Beschwerden über Probleme beim Anbieterwechsel: Hier gab es um rund 5 Prozentpunkte geringere Nennungen als im Vorjahr. Gegebenenfalls haben die Erfahrungen mit Insolvenzen von Billigstromanbietern hier zu einer größeren Vorsicht beim Wechsel geführt. Wesentliche Probleme mit Energieanbietern bezogen sich auf schlechte Erreichbarkeit, Unklarheiten bei den Abschlagszahlungen und unverständliche Abrechnungen.

Sanierungswillige fanden zudem die Förderlandschaft für Energieeffizienzmaßnahmen zu komplex und undurchsichtig (20,9 Prozent). In den ergänzenden Freitextantworten wurde hier das Thema Photovoltaik explizit genannt. Auch durch das komplexe Regelwerk in diesem Bereich werde besonders privaten Betreibern von kleinen Solaranlagen das Engagement erschwert.

Bei den Freitextantworten zu weiteren Themen ist erneut das Thema Ökostrom dominant. Hier wurden zu hohe Kosten, Unklarheit über „echten“ Ökostrom, „Falschetikettierungen“ sowie Intransparenz bei der Ökostromumlage und dem EEG kritisiert.

Auch die Frage nach energieeffizienten und klimafreundlichen Heizanlagen trieb die Verbraucher bei den textlichen Ergänzungen um. Ein Ärgernis für Mieter waren hier die geringen Einflussmöglichkeiten sowie insbesondere das erlaubte Weiterbetreiben von Nachtspeicheröfen. Auf der anderen Seite wurde von Mietern auch die Furcht vor steigenden Mieten nach einer erfolgten energetischen Modernisierung thematisiert.

3.3.2. Telekommunikation und Internet

Telekommunikationsverträge sind in unserer Gesellschaft unerlässlich geworden und entsprechend groß fiel die Aufmerksamkeit in der Umfrage wieder aus. Fast neun von zehn Teilnehmern brachte Beschwerden im Zusammenhang mit Telefon und Internet an. Im aktuellen Fragebogen hatten wir einige neue Vorschläge in den gestützten Antwortmöglichkeiten ergänzt und von diesen wurde gleich reger Gebrauch gemacht. So landete die Klage über schlechten Kundenservice auf Anhieb auf Rang 1 des Telekommunikationsrankings und diejenige über als zu lang empfundene Vertragslaufzeiten bei Mobilfunkverträgen auf Rang 3. Von unerwünschten Werbeanrufen fühlten sich fast 1.000 Personen (Rang 2, 42 Prozent der Teilnehmer) belastet, gleichzeitig war die Beschwerdestelle für unerlaubte Telefonwerbung der Bundesnetzagentur einem knap-

pen Drittel der Teilnehmer vor der Umfrage nicht bekannt. Immerhin 10 Prozent der Befragten hatten sich bereits einmal an diese Stelle gewandt. Besorgniserregend, und das deckt sich mit den Erfahrungen aus unseren Beratungen, sind die 263 Teilnehmerinnen und Teilnehmer (11,5 Prozent), die angaben, ihnen seien Verträge in Telefonschritten aufgedrängt oder untergeschoben worden.

Von der Möglichkeit, eigene Themen und Details in den Freitextantwortmöglichkeiten zu ergänzen, machten 231 Personen Gebrauch. In diesem Jahr wurde dort der mangelnde Kundenservice der Telekommunikationsanbieter am häufigsten thematisiert. Wegen der schwierigen oder nicht vorhandenen Erreichbarkeit (telefonisch, per Mail oder über ein eventuell vorgegebenes Kontaktformular) fühlten sich die Verbraucherinnen und Verbraucher häufig ignoriert. Ihren Beschwerden werde durch den Kundenservice nur sehr verzögert oder aber auch einfach gar nicht abgeholfen. Wieder klagten Verbraucher über Warteschleifen (*„Wartezeit, die ein Arbeitnehmer am Tage nicht erbringen kann“*), und mangelnde Verantwortlichkeiten (*„...ich selbst hatte ca. 3 Monate keinen Internetzugang, weil O2 + Telekom sich wechselseitig nicht zuständig fühlten“*). Teilnehmer bemängelten auch, dass Störungsmeldungen zu Verkaufsgesprächen umgedeutet würden (*„Anstatt dem Kunden zuzuhören, (...) wird ihm erstmal eine neue Aktion aufgedrückt, man fühlt sich jedes Mal unter Druck gesetzt.“*). Ein Verbraucher fasste es so zusammen: *„Telefonzentralen sind eine Zumutung für jeden“*.

Auch die Vertragsbedingungen bereiteten Probleme. Die Angebote seien unübersichtlich, die Verträge immer schlechter zu verstehen, die Anbieter änderten überraschend die Konditionen, so dass Leistungen plötzlich wegfielen oder sich die Preise unvermutet erhöhten: *„Tarife sind so intransparent wegen Rabattierungen, dass selbst die Mitarbeiter sie nicht verstehen und erklären können (Mehrfach erlebt bei Vodafone)“*). Ungewollte Vertragsabschlüsse, z.B. mit Drittanbietern im Mobilfunk, sind nach den Antworten nach wie vor ein Problem. Viele waren mit den langen Laufzeiten von Telekommunikationsverträgen nicht einverstanden. Die Beendigung der Verträge bereitete Schwierigkeiten (*„Mühsame Vertragskündigung, letztlich nur mit Hilfe der VZ beendet“*), und auch die Bevorzugung von Neu- gegenüber Bestandskunden stieß einigen sauer auf (*„Ständige Tarifwechsler werden belohnt, treue Dauerkunden sind im Nachteil. Ein irrsinniges System“*). Teilnehmer fühlten sich darüber hinaus von der komplexen Technik überfordert und erhielten wenig Hilfestellung von ihren Vertragspartnern.

Einige Antworten betrafen zu langsame oder häufig gestörte Internetverbindungen über DSL zuhause oder über den Mobilfunk. Die Netzabdeckung sei unzureichend (*„Kein Internet am Rand von Hamburg“*). Vertragliche Zusagen entsprächen nicht den tatsächlichen Bandbreiten. Eine Reihe von Teilnehmern empfand Telekommunikationsverträge im europäischen Vergleich als zu teuer. Hinzu kamen Klagen über versteckte Kostenfallen. Bei Nichtleistung wurde mehrfach der Wunsch nach mehr Kompensation, z.B. in Preisnachlässen, geäußert.

Nach den Angaben der Befragten wie nach unseren Erfahrungen aus Verbraucherberatungen sind die Grenzen zwischen gerade noch erlaubter Werbung und Betrug fließend. In der Umfrage berichtet wurde über als Meinungsumfrage getarnte Werbung, über Werbung an der Haustür (*„Vertreter erschleichen sich Zutritt zum Haus durch Vorspiegelung falscher Tatsachen (angeblicher Termin, angeblich werden Dosen getauscht)“*); über Anrufe mit ausländischer oder unterdrückter Rufnummer, bei denen ein Fernzugriff auf den heimischen PC erfolgen sollte oder auch gleich die Passwörter verlangt wurden. In diesem Zusammenhang wurde die (Un-)Sicherheit der eigenen Daten

thematisiert. Gleichzeitig beschwerten sich Teilnehmende über die Häufigkeit, mit der sie um die Einwilligung in die Verarbeitung ihrer Daten gebeten wurden, meist durch so genannte Cookie-Banner. Einerseits war eine zunehmende Sensibilisierung für den unkontrollierten Datenfluss zu beobachten („Datenschleudern wie Facebook: Zu wenig Kontrolle!“), auf der anderen Seite fiel ebendiese Kontrolle der eigenen Daten schwer („Cookies Einverständnis Erklärungen die auf Homepages nerven. Eure auch.“)

3.3.3. Gesundheit

Nachdem der relative Anteil der Thematisierung des Bereichs „Gesundheit und Patientenschutz“ jahrelang stetig zunahm, ist dieses Jahr ein Rückgang um 5,3 Prozentpunkte auf 80,4 Prozent zu verzeichnen – ein immer noch hoher Wert. In absoluten Zahlen ist hier seit unserer ersten Umfrage ein Zuwachs von 313 auf 1807 Personen zu verzeichnen, die mindestens ein Problem in diesem Bereich angekreuzt haben. Zu beachten ist, dass im Vergleich zu 2019 die vielgeklickten Fragen nach Termenschwierigkeiten bei einzelnen Facharztgruppen zusammengefasst wurden zu einer Frage mit Freifeldmöglichkeit, dafür aber zwei recht spezielle Fragen zur Krankenhauspflege und zum Krankengeldbezug eingefügt wurden, die ihrer Natur nach nur für einen kleineren Kreis an Personen in Frage kommen. Dies mag auch den prozentualen Rückgang insgesamt erklären.

Die langen Wartezeiten in der Arztpraxis waren zum Jahreswechsel 2019/2020 das meistgenannte Problem im Gesundheitswesen (41,6 Prozent), gefolgt von Termenschwierigkeiten bei Fachärzten und Hausärzten (36,2 bzw. 23,4 Prozent). Die meisten Terminprobleme gab es bei den Fachärzten mit großem Abstand bei der Fachrichtung Dermatologie (dies hat uns überrascht) und Orthopädie (dies hatten wir erwartet), gefolgt von Ophthalmologie und Gynäkologie. Illustrativ für die Probleme bei der Facharztsuche mag folgender Eintrag dienen: *„Ich bin neu nach Hamburg gezogen. Finden Sie mal einen Arzt im Stadtgebiet der noch Kassenpatienten aufnimmt ohne 30min unterwegs zu sein. [...]“*

Auffällig sind die zwar prozentual nicht sonderlichen hohen, wegen ihrer seltenen Betroffenheit aber doch überraschend deutlichen Werte bei *„Einsicht in Krankenunterlagen verweigert“* (5,2 Prozent) und *„Probleme mit der Krankenkasse im Krankengeldbezug“* (4,4 Prozent). Davon ausgehend, dass diese Fragen nur für Personen, die tatsächlich ihre Krankenunterlagen angefordert haben bzw. im Krankengeldbezug sind, relevant ist, muss es schon überraschen, dass unter den Befragten 118 bzw. 99 Personen waren, die hier Probleme hatten. Diese Fragen wurden insbesondere deswegen in die Befragung aufgenommen, weil wir in unserer Arbeit mehr und mehr Probleme in diesen Bereichen sehen – und die Ergebnisse bestätigen unsere Vermutungen.

Unter den 214 Freitextantworten dominierte dieses Jahr erneut die Nennung von Probleme mit Ärztinnen und Ärzten: Viele Verbraucherinnen und Verbraucher bemängelten, nicht zeitnah einen Termin bei einem Hausarzt oder Facharzt bekommen zu können. Auch wurde nicht selten ein Zeitmangel der Ärzte beklagt (Beispiel: *„Ärzte sind unter Zeitdruck (oder werden dafür von den Krankenkassen nicht entlohnt) und man wird kaum über die angeratenen Behandlungen aufgeklärt (Bsp. Zahnarzt). [...]“*) Beides deckt sich mit den Ergebnissen aus dem letzten Jahr, so dass hier offenbar keine Verbesserung zu verzeichnen ist. Ebenfalls häufig wurden krankenhausbefugene Probleme bemängelt, insbesondere wurde von überfüllten Notaufnahmen und zu wenig Pflegepersonal berichtet (Beispiel: *„Es gibt zu wenig Pflegepersonal in den Kran-*

kenhäusern und dieses Pflegepersonal ist extrem überlastet, weil die Arbeit in Unterbesetzung zu einem Dauerzustand geworden ist.“). Ins Auge fällt hier zudem die in absoluten Zahlen zwar überschaubare, relativ betrachte aber auffällige Häufung von Hinweisen über mangelnde Hygiene bzw. Sauberkeit in Krankenhäusern.

3.3.4. Urlaub und Reise

Probleme im Zusammenhang mit Urlauben und Reisen gaben mehr als die Hälfte (53,6 Prozent) der Befragten an. Schwerpunkt der diesjährigen Umfrage war die Erfahrung von Verbraucherinnen und Verbrauchern im Zusammenhang mit der Geltendmachung von Entschädigungsansprüchen gegen die Bahn und im Flugverkehr sowie die Durchsetzung der Ansprüche im Zusammenhang mit der Buchung von Pauschalreisen und Ferienhäusern. Zu den Themenkomplexen Bahn, Flugverkehr und Pauschalreisen hatten die Teilnehmer die Möglichkeit, ihre Erfahrungen mitzuteilen, wovon sie regen Gebrauch machten.

Die Anzahl derer, die einen Entschädigungsanspruch gegen die Deutsche Bahn geltend gemacht hat, stieg im Vergleich zum Vorjahr um gut vier Prozentpunkte auf 18,6 Prozent an. Entschädigungsansprüche gegen die Bahn konnten mehr als die Hälfte jener Teilnehmer und Teilnehmerinnen ohne die Einschaltung einer Schlichtungsstelle reibungslos durchsetzen und äußerten sich überwiegend positiv über die Abwicklung. Der anderen Hälfte (fast 50 Prozent) gelang die Durchsetzung der Ansprüche allerdings nicht bzw. sie machten diese aufgrund der geringen Entschädigungshöhe und des hohen bürokratischen Aufwandes nicht geltend oder erhielten statt Geld Reisegutscheine. Grundsätzlich wurde wie bereits im Vorjahr das umständliche Verfahren, Papierkrieg (offline statt online) und die langsame Abwicklung kritisiert.

14,5 Prozent der Befragten kreuzten an, schon einmal einen Entschädigungsanspruch gegen eine Fluggesellschaft geltend gemacht zu haben. Dies entspricht nahezu dem Anteil des Vorjahres. Im Bereich der Auseinandersetzung mit Fluggesellschaften gab ein Viertel der Teilnehmer und Teilnehmerinnen an, dass die Entschädigungsansprüche nicht erfolgreich durchgesetzt werden konnten. Als Grund hierfür wurde unter anderem die Insolvenz der Fluggesellschaft Air Berlin genannt. Beklagt wurde zudem die Weigerung der Airline Ryan Air, der Empfehlung der Schlichtungsstelle zu folgen. Dagegen berichtete die Hälfte der Teilnehmerinnen und Teilnehmer, dass sie ihre Ansprüche – wenn auch oftmals nur mit Hartnäckigkeit – allein, d.h. ohne die Einschaltung der Schlichtungsstelle oder eines gewerblichen Anbieters durchsetzen konnten (*„nach Beratung durch die Verbraucherzentrale ging alles reibungslos“*). Den übrigen 25 Prozent der teilnehmenden Hamburgerinnen und Hamburger gelang es, ihre Ansprüche mit anwaltlicher oder der Hilfe eines Dienstleistungsanbieters (Flightright) bzw. der Schlichtungsstelle SOEP durchzusetzen. Dabei ist auffällig, dass nur 12 Prozent derer, die sich der Unterstützung bedienten, sich an die Schlichtungsstelle wandten, obwohl das Verfahren dort für Verbraucher kostenfrei und das Ergebnis regelmäßig positiv ist. Die gegebenen Antworten lassen den Schluss zu, dass die Verbraucher gut über ihre Rechte informiert sind, aber die Schlichtungsstelle für den öffentlichen Personenverkehr (SÖP) Verbraucherinnen und Verbrauchern weiterhin noch nicht ausreichend bekannt ist.

Im Bereich der Pauschalreise zeigte sich ein sehr heterogenes Bild. Nur 6,4 Prozent der Umfrageteilnehmer hatten bereits einmal Entschädigungsansprüche gegen einen

Pauschalreiseveranstalter geltend gemacht. Von denjenigen, die ihre Ansprüche geltend machen, konnten 60 Prozent ihre Ansprüche erfolgreich durchsetzen.

Als weitere sie im Bereich Verkehr und Reisen bewegende Themen nannten Verbraucher am häufigsten Zugausfälle und Zugverspätung bei der Bahn. Aber auch die Insolvenz von Fluggesellschaften und Reiseveranstaltern (zu geringen Insolvenzabsicherung) sowie die fehlende Barrierefreiheit auf der Reise ärgerten die Hamburgerinnen und Hamburger. Zudem wiesen einige Teilnehmer darauf hin, dass es ihnen aufgrund ihrer finanziellen oder familiären Situation (Bezug von Hartz IV, Alleinerziehende) ohnehin unmöglich sei, Urlaub zu machen.

3.3.5. Lebensmittel und Ernährung

Die häufigsten Ärgernisse und Wünsche nach Verbesserungen in ihrem Konsumalltag haben die Konsumentinnen und Konsumenten im Bereich Lebensmittel und Ernährung geäußert. Fast jede Hamburgerin oder jeder Hamburger hat beim Einkaufen unterschiedliche Probleme, denn mit 99 Prozent liegt dieser Bereich wie schon in Vorjahren an erster Stelle. Von der Möglichkeit, ungestützt Hinweise in Freitextfeldern zu geben, wurde im Bereich Ernährung wie in keinem anderen Bereich Gebrauch gemacht.

Dabei ist der Wunsch nach weniger versteckten Preiserhöhungen (74,4 Prozent) durch geringere Füllmengen dominant. Diese Trickereien und die damit verborgenen Preissteigerungen stießen auf viel Unmut. Zahlreiche Beschwerden gab es auch über zu viel Zucker in Lebensmitteln (73,3 Prozent). Die genannten Themen führen die Beschwerdeliste bei den Lebensmittelthemen an.

Knapp dahinter liegt der Wunsch nach weniger irreführenden Inhaltsangaben und Etikettenschwindel (60,7 Prozent). Eine einfache farbliche Nährwertkennzeichnung (54,4 Prozent) ist für viele wichtig, um gegebenenfalls gesunde und weniger gesunde Lebensmittel schneller voneinander unterscheiden zu können. Eine gesunde Ernährungsweise sollte einfacher gemacht werden. Als geeignetes Mittel sahen mehr als die Hälfte der Befragten einen Index wie den „Nutri-Score“ an, dieser sollte leicht erkennbar auf der Vorderseite der Verpackung abgebildet werden und für alle Lebensmittelunternehmen verpflichtend sein. Im Zuge der Klimadiskussion, Globalisierung des Lebensmittelhandels und weltweiten Importen, z.B. legalisiert durch Freihandelsabkommen, wird die Herkunft von Lebensmitteln für viele Menschen immer wichtiger. Unklare oder fehlende Herkunftsangaben bemängelten daher 53,3 Prozent.

Zu wenig Klimaschutz bei der Lebensmittelproduktion, z.B. durch internationale Futtermittelimporte, war für fast fünf von zehn Befragten (49,4 Prozent) relevant. Ähnlich bedeutsam war das Thema Transparenz bei der Fleischkennzeichnung (47,2 Prozent), denn es fehlt noch immer ein staatliches Label für mehr Tierschutz. Die Ergebnisse der amtlichen Hygienekontrollen sollten öffentlich bekannt gemacht werden, wünschte sich knapp die Hälfte (46,6 Prozent) der Teilnehmer am Verbraucherschutzpegel. Für 43,6 Prozent war eine Reduktion der Lebensmittelverschwendung und Beurteilung der Haltbarkeit ein wichtiges Anliegen. Dass geeignete Ansprechpartner bei Lebensmittelbeanstandungen zu schwer zu ermitteln sind, meinten 19,2 Prozent der Antwortenden. Mehr als jedem zehnten Befragten (13,5 Prozent) fehlen Hinweise auf Allergene in der Gastronomie. Zu viele Gäste fühlten sich durch Restaurantbesitzer oder dem Servicepersonal einem gewissen gesundheitlichen Risiko ausgesetzt, obwohl eine Kennzeichnung gesetzlich vorgeschrieben ist.

Ein ähnlich vielfältiges Bild ergibt sich bei der Auswertung der insgesamt 285 Freitextantworten. Parallel zur gesamtgesellschaftlichen Diskussion für mehr Klimaschutz lagen den Teilnehmern vor allem die Themen klimafreundlicheres Einkaufen sowie die Transparenz von Transportwegen und Lieferketten zunehmend am Herzen. Im Vergleich zu den Vorjahren häufiger wurden Kommentare zur Nachhaltigkeit, zu Ökobilanzen, zur Regionalität oder zur Herkunft einzelner Zutaten abgegeben. Das hohe Aufkommen von Plastikmüll und überdimensionierten Verpackungen mit großen Hohlräumen ist hingegen seit Jahren ein großer Aufreger; 25 Prozent der Anmerkungen betrafen Verpackungsmüll. Ebenso wie in den Vorjahren Thema waren ungenügende Kennzeichnung oder Etikettenschwindel durch beschönigende Bezeichnungen. Ist die Schrift zu klein oder aufgrund von schlechten Kontrasten kaum lesbar, dann können Inhaltsstoffe oder Nährwerte nicht entziffert werden. Hierzu ein Zitat aus unseren Freitextantworten: *„Inhaltsangaben zu winzig (nur mit Lupe lesbar) oder durch Farbenwahl kaum erkennbar (z.B. weiße Schrift auf hellem Grund).“*

Das Wohlergehen der Tiere möchten viele Verbraucherinnen und Verbraucher verbessern und fordern daher eine leicht verständliche, glaubwürdige und verpflichtende Kennzeichnung der Haltungsform, um sich für mehr Tierwohl entscheiden zu können. Zitat aus einem Kommentar: *„Tierschutz Massentierhaltung verbieten, keine Tötung der männlichen Küken, Milchkühe sollten ihre Kälber behalten dürfen, viel mehr Kontrolle der Bauern (...).“* Zum Thema Nachhaltigkeit gehört auch der Wunsch nach einer deutlichen Einschränkung der Lebensmittelverschwendung. Die Antwortenden forderten in diesem Bereich eine bessere Verwertung für abgelaufene oder nicht ganz perfekte Lebensmittel im Supermarkt. Zudem wird ein größeres Angebot an regionalen und Bio- Lebensmitteln zu bezahlbaren Preisen verlangt, sowie die Verlässlichkeit entsprechender Siegel. Wiederum war auch der Wunsch nach einer einheitlichen „Ampel“ oder einem verpflichtenden „Nutri-Score“ ein wichtiger Punkt. So lautete die Aussage eines Verbrauchers: *„Eine gut verständliche Ampel an den Produkten soll endlich kommen.“*

3.3.6. 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. 85 Prozent der Teilnehmer machten bei den entsprechenden Feldern Angaben.

Die Sorge um die Altersvorsorge war in der aktuellen Umfrage hier am bedeutendsten. Zwei Drittel der Teilnehmer empfanden niedrige Sparzinsen als problematisch; in der vorangegangenen Umfrage waren es noch weniger (57 Prozent) gewesen.

Genau 35,5 Prozent der Verbraucher beschwerten sich über überhöhte Dispozinsen; Beschwerden über Kürzungen von Überschussanteilen bei Lebens- und Rentenversicherungen waren mit 17 Prozent vertreten. Ein langjähriges Dauerthema sind Beanstandungen über zu hohe Vorfälligkeitsentschädigungen (8,1 Prozent), die bei vorzeitig gekündigten Immobilienkreditverträgen anfallen können. Wie die drei zuvor genannten Themen sind auch die Angaben, dass falsche bzw. zu teure Versicherungsverträge vermittelt wurden, mit 13,3 (Vorjahr 13 Prozent) stabil geblieben. Ein weiterhin großes Thema sind die überzogenen Dispositionskredite / Schulden (9 Prozent). Vom Anbieter gekündigte Sparverträge wurden von immerhin 63 Verbrauchern genannt, was einer zahlenmäßigen Steigerung von knapp 10 Prozent entspricht, wobei wir im letzten Jahr

nur nach Bausparverträgen gefragt hatten. Erstmals abgefragt wurde, ob Verbrauchern ein Pfändungsschutzkonto und/oder Basiskonto verweigert wurde. Dieses Problem betraf immerhin 2,5 Prozent der Antwortenden.

In den Freiantworten tauchten immer wieder Beschwerden über zu hohe Kosten auf, da gerade bei den Girokonten die Kreditinstitute kräftig die Preisspirale gedreht hätten (Zitat: *„Der Kunde macht Überweisungen selbst online, weniger Service, die Gebühren werden jedoch immer höher?!“*). Für von den Instituten *„ungeliebte“* Sparprodukte würden nach Meinung einiger Teilnehmer die Kosten erhöht, um die Produkte unattraktiv zu machen, oder gleich die Annahme von weiteren Einzahlungen verweigert. Filialschließungen der Banken erschwerten den Zugang zu persönlicher Ansprache, insbesondere würden alte Menschen oder Menschen mit Behinderungen oder solche ohne Smartphone von der Kontoführung ausgeschlossen. Mehrfach wurde darüber hinaus bemängelt, dass die *„Zwei-Faktor-Authentifizierung unnötig kompliziert mit wenig Sicherheitsgewinn“* sei. Außerdem wurde beklagt, dass die Schufa häufig mit veralteten Daten arbeite und insgesamt die Organisation, das Vorgehen und die Transparenz der Schufa als *„Datensammler“* ungenügend sei.

Darüber hinaus wurde die Intransparenz der Kostenregelungen, aber auch von Finanzprodukten an sich, bemängelt. Genannt wurden in diesem Zusammenhang die Standmitteilungen über den Wert des Lebensversicherungsvertrags. Sofern diese noch stattfände, sei die Qualität der Beratung in den Banken und Sparkassen interessengeleitet (*„Beratung ist eigentlich Verkauf“*), merkte ein Teil der Antwortenden an.

Wie im Vorjahr schlug sich die andauernde Niedrigzinsphase in den Antworten nieder. Als deren Folge falle es schwerer, 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.

Eine nachhaltige Geldanlage, die diesen Namen verdiene, werde kaum angeboten. Einige Verbraucher beklagten, bei den Direktversicherungen würden die ausgezahlten Renten mit dem doppelten Krankenversicherungsbeitrag belastet. Für den sonstigen Versicherungsbereich wurden schlechte Regulierung und ungerechtfertigte Kündigungen von Teilnehmern genannt.

Vereinzelt gab es Meinungen zum Thema Baufinanzierung. Das Baukindergeld würde den Immobilienerwerb nicht erleichtern, sondern die Preise nach oben treiben. Wie bei Mietwohnungen solle auch für den Immobilienerwerb das Besteller-Prinzip gelten, also die Maklercourtage durch den Auftraggeber bezahlt werden.

3.3.7. Verpackungen

Der Themenkomplex zu Verpackungen erreichte in der Umfrage wie in den Vorjahren eine sehr hohe Aufmerksamkeit. Nahezu 99 von 100 Teilnehmerinnen und Teilnehmern machten hier zumindest eine Angabe – fast so viele, wie bei den Ernährungsthemen. Ökologische Fragestellungen standen und stehen im Fokus der Hamburgerinnen und Hamburger, wobei aus den Antworten auch ein konstant wahrgenommenes Defizit an Handlungsmöglichkeiten hervorgeht und daraus herrührend der Wunsch nach Veränderungen. Es dominieren die Beschwerden rund um unnötige (87,4 Prozent), nicht nachhaltige (81,7 Prozent), zu große (63,9 Prozent) bzw. nicht wiederverwertbare (40,2 Prozent) Verpackungen. Viele Teilnehmer kreuzten hier gleich mehr-

fach, also verschiedene Kategorien an.⁸ Neu im Katalog wurde der Wunsch nach gesetzlichen Vorgaben, die zu einem höheren Anteil an Mehrwegverpackungen führen, abgefragt. Dieser Forderung stimmten 55,2 Prozent zu.

Diese Befunde aus den thematisch gestützten Antwortmöglichkeiten finden weitgehend ihre Entsprechung in den zu diesem Thema abgegebenen 181 Freiantworten, wenn auch detaillierter und mit geringfügig anderen Akzenten:

Knapp die meisten, nämlich über 25 Prozent jener Antwortenden wünschten sich ein selbstgewähltes (Mitnahme von eigenen Verpackungen) oder systemgebundenes Mehrwegsystem für alle Sorten von Verpackungen. Der Mehrweganteil bei Verpackungen wurde als zu gering und falsch empfunden. Häufig genannt wurden dabei die Getränkeflaschen, Verpackungen an der Frischetheke oder auch die Serviceverpackungen bzw. der „Coffee-to-go“ Trend. Einweg-Coffee-to-go bzw. andere Convenience-Verpackungen wurden als störend bzw. vermüllend benannt. Zusätzlich für Verwirrung (weitere 6 Prozent der Antworten) sorgt die Unklarheit zu (Zitat) „*Einweg-Mehrweg-Pfand-Rückgabemöglichkeit-Rücknahmepflicht-Verwertung-Wiederverwendung*“. Hier wurden massiv Verbesserungen eingefordert. Weiteres Ärgernis war die oftmals gesetzeswidrige Nichtrücknahme von Flaschen und Dosen am Automaten.

Fast 25 Prozent der 181 Freiantworten betrafen Plastikverpackungen allgemein, deren exzessiven Einsatz bzw. deren mangelnde Recyclingfähigkeit. Die Vorgaben aus den einschlägigen Gesetzen oder die EU-Kunststoff-Strategie reichten den Antwortenden, auch im Hinblick auf die bekanntgewordenen Schäden durch Mikro- bzw. Makroplastik in der Umwelt, nicht aus. Ein weiterer größerer Anteil der Freiantworten (über 15 Prozent) beschäftigte sich mit der mangelhaften technischen und informativen Funktionsfähigkeit von Verpackungen bzw. dem Phänomen der „Mogelpackung“. Hier wurden die überdimensionierte und verschleiernde Verpackungsgröße, zu kleine Schrift, wenig hilfreiche Informationen auf der Verpackung, die nur schwer zu öffnenden Blister- und Folienverpackungen und auch die Verletzungsgefahr beim Öffnen genannt. Ebenso fällt in diese Gruppe die als irreführend wahrgenommene Beschriftung bzw. Bebilderung sowie die mangelnde Kennzeichnung der Recyclingfähigkeit oder der Umwelteigenschaften der Verpackung. Fast 9 Prozent der Freiantworten forderten mehr Unverpackt-Läden und Unverpackt-Angebote. Hinzu kam die Kritik am Online-Handel mitsamt seinem oft überdimensionierten Verpackungseinsatz. Dieses Thema wird aufgrund der dynamischen Wachstumsraten sicherlich noch an Bedeutung gewinnen. Mangelnde Sortenreinheit der Materialien und mangelnde Trennungs- bzw. Verwertungsfähigkeit der Kunststoffverpackungen wurden ebenfalls öfter als Problem identifiziert. Die Bewusstseinsbildung in der Bevölkerung – vor allem hin in Richtung Verpackungsvermeidung, aber auch Trennung zum Recycling – wurde als nicht ausreichend empfunden.

In der Zusammenschau zeigt sich zum wiederholten Male, dass die Verbraucherinnen und Verbraucher die Entwicklungen im Verpackungsbereich als negativ empfinden. Oft wurde die eigene Handlungsfähigkeit als unzureichend wahrgenommen, wie es in diesem Zitat zum Ausdruck kommt: *„Der Handel muss mitziehen. Ich alleine als Verbrau-*

⁸ Das Gesetz über das Inverkehrbringen, die Rücknahme und die hochwertige Verwertung von Verpackungen, kurz VerpackG, in Kraft ab Januar 2019, hat in der Wahrnehmung der Teilnehmer in der seit 2016 durchgeführten Umfrage zu keiner Besserung geführt.

cher erreiche wenig. Muss aber mehr zahlen und in viele verschiedene Geschäfte, um so viel wie möglich unverpackt einzukaufen.“

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, den geäußerten Defiziten eine größere Beachtung zu schenken und die Ökologisierung der Verpackungen – auch als ein Mosaikstein der Klimaschutz-Strategien – Nachdruck zu verleihen.

3.3.8. Sonstiges Verbraucherrecht

Den Teilnehmerinnen und Teilnehmern wurden an dieser Stelle zwei Themen zur Auswahl vorgegeben. Kein Durchblick beim Kleingedruckten (Allgemeine Geschäftsbedingungen, AGB) empfanden knapp 69 Prozent und damit fast 15 Prozentpunkte mehr als im Vorjahr (55 Prozent) als Problem. AGB wurden wie auch in den Vorjahren als zu lang aber vor allem auch als unleserlich klassifiziert (*„Die Schrift des Kleingedruckten ist extrem klein, sodass sie ohne Lupe nicht erkennbar ist“*). Auch fühlten sich mehr Befragte als im Vorjahr durch Vertreter an der Haustür gestört (9,3 Prozent, Vorjahr: 8,3 Prozent). Die Anteile in der aktuellen Umfrage sind jedoch aufgrund einer geänderten Zählweise⁹ nur bedingt mit den Ergebnissen der Vorjahre vergleichbar.

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

Probleme im Zusammenhang mit Datenschutz bemängelten 9 Prozent aus dieser Gruppe.¹⁰ Gerade im Internet sorgten die Datenschutzklausel für alles andere als Durchblick. (*„Datenschutzklausen führt zu Verwirrung und endlosem Geklicke beim Betreten einer Website. Das sollte gesetzlich besser geregelt werden.“*; *„Endlos lange Datenschutzerklärungen zu 'Cookies' im Internet, die das Abstellen von Cookies verhindern sollen.“*). Die Antworten verdeutlichen einerseits, dass das Thema Datenschutz in der Wahrnehmung der Verbraucherinnen und Verbraucher größere Bedeutung erlangt hat; darüber hinaus wird auch die Notwendigkeit von Verbraucherbildung im Bereich Datenschutz und AGB deutlich.

Die Unzufriedenheit mit dem Öffentlichen Nahverkehr war hingegen nur noch für 5,84 Prozent der Befragten ein Thema. Im Vorjahr bemängelten noch 15 Prozent insbesondere Ausfall und Verspätung. Dafür bewegte ein anderes Thema die Hamburger und Hamburgerinnen stark. Nachdem die gravierenden Missstände und Misshandlung von Tieren in einem Versuchslabor im Landkreis Harburg öffentlich wurden, ergingen 8,5 Prozent der Freitextantworten zum Thema Tierversuche (*„Offenbar wenig effektive Kontrollen der Tierversuchslaboratorien, zu wenig Intervention bei den LPTs.“*).

⁹ Erstmals in der aktuellen Umfrage konnten die „Abspringer“ im Themenkomplex sonstiges Verbraucherrecht identifiziert und aus der Anteilsrechnung ausgeschlossen werden. Dadurch erhöhen sich die errechneten Anteile, weil die Grundgesamtheit geringer ausfällt. Bei den übrigen Themenkomplexen wurde bereits in den Vorjahren und auch in der vorliegenden Umfrage entsprechend verfahren.

¹⁰ Siehe dazu auch oben unter 3.3.2.

Einige Teilnehmer ärgerten sich über Post- und Paketdienste. Dabei wurde vor allem die Unzuverlässigkeit der Zusteller bemängelt.

Auch Umweltschutz ist erneut ein Verbraucherthema. So wird auf unnötige Verpackungen („*Ganz krass: die tägliche Zeitung (bei uns im Haus FAZ/FAS und Süddeutsche) werden immer in einer einzelnen Plastiktüte eingepackt!*“) hingewiesen. Auch wurde angeregt auf allen Produkten verpflichtend den CO₂-Fußabdruck anzugeben. Darüber hinaus beschäftigte die kurze Lebensdauer bei Elektrogeräten und oftmals nicht vorhandene oder zu teure Möglichkeiten die Geräte reparieren zu lassen, die Befragten.

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.¹¹ Insgesamt jeweils vier Verpackungs- und vier Lebensmittelthemen sind in den Top-Ten dieses Gesamtbeschwerderankings enthalten. Zwei Verpackungs- und zwei Lebensmittelthemen führen zudem das diesjährige Ranking an. Während die Beschwerden über unnötige Umverpackungen und Plastik etwa gleichgeblieben sind, gab es bei den versteckten Preiserhöhungen und bei der Klage über zu viel Zucker in Fertignahrungsmitteln deutliche Steigerungen. Letzgenannte haben ihre Ränge im Vergleich zum Vorjahr getauscht. Erstmals auf Rang 5 landeten Ärgernisse rund um Allgemeine Geschäftsbedingungen, wobei wir hier nicht eine Steigerung der Betroffenheit, sondern die geänderte Zählweise für zumindest teilweise ursächlich für den Anstieg halten (siehe hierzu oben Fußnote 9). Ebenfalls in den Top-Ten enthalten ist mit den niedrigen Sparzinsen ein Finanzdienstleistungsthema.

Von den insgesamt 15 zum Jahreswechsel 2019/2020 neu gegebenen Antwortmöglichkeiten haben es zudem zwei auf Anhieb in die Top-Ten geschafft. Der Wunsch nach verbindlich höheren Mehrwegquoten erreichte Rang 9; derjenige nach einer verpflichtenden einfachen Nährwertkennzeichnung wie dem Nutri-Score Rang 10.

Das höchste Ranking im Bereich Energie erreichten die zu hohen Stromkosten mit Rang 12; das höchste Ranking im Bereich Telekommunikation der schlechte Service mit Rang 14. Die am höchsten gelistete Beschwerde im Bereich der Gesundheitsthemen betrifft die langen Wartezeiten in der Arztpraxis (Rang 19). Höchstplatziert beim Thema Reisen sind die Entschädigungen gegenüber der Bahn (Rang 30).

¹¹ Für die Detailergebnisse der Vorjahre vergleiche die entsprechenden Berichte.

Drängendste Probleme des Konsumalltags im Jahres-Vergleich

Themenbereich	Rang	Thema	Anteile				
			2020	2019	2018	2017	2016
Verpackungen	1	Zu viele unnötige Umverpackungen (z.B. von Lebensmitteln mit natürlicher Verpackung wie Bananen)	87,4 % →	84,7 %	82,8 %	*	*
Verpackungen	2	Zu viele Plastik (-beschichtete) Verpackungen anstelle bioverträglicher	81,7 % →	81,2 %	83,6 %	79,4 %	*
Lebensmittel	3	Versteckte Preiserhöhungen durch veränderte Füllmengen	74,4 % ↑	61,1 %	57,2 %	*	*
Lebensmittel	4	Zu viel Zucker in Lebensmitteln	73,3 % ↑	62,7 %	*	*	*
Sonstige	5	Kein Durchblick beim Kleingedruckten (AGB) ***	68,8 % ↑	55,0 %	51,7 %	57,5 %	59,1 %
Verpackungen	6	Zu viel Luft in der Verpackung	63,9 % ↑	48,9 %	36,4 %	*	*
Finanzen	7	Niedrige Sparzinsen	62,7 % ↑	57,0 %	63,1 %	58,2 %	56,0 %
Lebensmittel	8	Irreführende Inhaltsangaben wie Etikettenschwindel mit Fruchtabbildungen	60,7 % ↑	46,4 %	50,3 %	54,2 %	*
Verpackungen	9	Ich wünsche mir einen verpflichtenden hohen Anteil an Mehrwegverpackungen im Getränkebereich	55,2 %	*	*	*	*
Lebensmittel	10	Ich wünsche mir verpflichtende und einfache farbliche Nährwertkennzeichnung, z.B. Nutri Score	54,4 %	*	*	*	*
Lebensmittel	11	Unklare oder fehlende Herkunftsangaben	53,3 % ↑	38,2 %	45,1 %	56,7 %	*
Energie	12	Zu hohe Stromkosten	49,7 %	*	*	*	*
Lebensmittel	13	Zu wenig Klimaschutz bei der Lebensmittelproduktion, z.B. durch weltweite Futtermittelimporte (So1)	49,4 %	*	*	*	*
Telefon	14	Schlechter Kundenservice	47,9 %	*	*	*	*
Lebensmittel	15	Unzureichende Fleischkennzeichnung, kein staatliches Label zur Tierhaltung und zum Tierwohl **	47,2 % ↑	22,9 %	26,4 %	31,7 %	*
Lebensmittel	16	Ergebnisse der amtlichen Hygiene-Kontrollen sollen in den untersuchten Lebensmittelbetrieben (z.B. Restaurants) bekannt gemacht werden	46,6 % ↑	32,7 %	32,2 %	*	*
Lebensmittel	17	Haltbarkeit von Lebensmitteln, Lebensmittelverschwendung	43,6 % ↑	34,6 %	41,2 %	40,9 %	*
Telefon	18	Ich bin von unerwünschten Werbeanrufen betroffen.	42,0 % ↓	57,5 %	53,4 %	55,7 %	51,6 %
Gesundheit	19	Zu lange Wartezeit in der Arztpraxis	41,6 % →	43,5 %	38,7 %	*	*
Verpackungen	20	Ich wünsche mir ein Mehrwegsystem wie den "Coffee-to-go-Becher"	40,9 % ↑	37,3 %	42,6 %	*	*
Telefon	21	Zu lange Vertragslaufzeiten bei Mobilfunkverträgen	36,3 %	*	*	*	*
Gesundheit	22	Zu lange Wartezeit auf einen Termin beim sonstigen Facharzt	36,2 % ↓	62,3 %	59,5 %	*	*
Finanzen	23	Überhöhte Dispozinsen	35,5 % →	35,3 %	36,4 %	43,0 %	39,2 %
Telefon	24	Ich kenne die Beschwerdestelle für unerlaubte Telefonwerbung der Bundesnetzagentur nicht.	29,5 %	*	*	*	*
Energie	25	Zu hohe Heizkosten	26,9 %	*	*	*	*
Gesundheit	26	Zu lange Wartezeit auf einen Termin beim Hausarzt	23,4 % ↑	21,5 %	15,3 %	*	*
Energie	27	Kein Durchblick über Fördermöglichkeiten für Energieeffizienzmaßnahmen	20,9 %	*	*	*	*
Gesundheit	28	IGeL-Leistungen aufgedrängt	20,3 % ↓	26,4 %	23,8 %	33,2 %	27,6 %
Lebensmittel	29	Ansprechpartner für Lebensmittelbeanstandungen schwer zu ermitteln	19,2 % ↑	9,3 %	10,1 %	*	*
Reisen	30	Entschädigungsansprüche gegenüber Bahnunternehmen geltend gemacht	18,6 % ↑	14,2 %	25,8 %	21,4 %	20,3 %
Gesundheit	31	Mängel bei der Pflege im Krankenhaus	17,8 %	*	*	*	*
Finanzen	32	Kürzung der Überschussbeteiligung bei Kapitallebens- oder privater Rentenversicherung	17,0 % →	18,8 %	21,7 %	19,9 %	18,5 %
Reisen	33	Ich habe schon einmal Entschädigungsansprüche im Flugverkehr geltend gemacht	14,5 % →	14,7 %	18,0 %	20,7 %	10,9 %
Lebensmittel	34	Fehlende Allergen-Hinweise in der Gastronomie	13,5 % ↑	8,1 %	9,1 %	12,9 %	*
Finanzen	35	Falsche bzw. zu teure Versicherung wurde mir verkauft	13,3 % →	13,0 %	11,5 %	13,7 %	12,5 %
Telefon	36	Untergeschobene oder aufgedrängte Verträge im Telefonshop	11,5 %	*	*	*	*
Reisen	37	Mangelhafte Verbraucherinformationen bei der Buchung von Pauschalreisen	10,8 % ↓	15,3 %	*	*	*
Telefon	38	Ich habe mich schon einmal an die Beschwerdestelle für unerlaubte Telefonwerbung der Bundesnetzagentur gewandt.	10,7 %	*	*	*	*
Energie	39	Energieanbieterwechsel	10,5 % ↓	15,2 %	11,4 %	15,2 %	12,8 %
Sonstige	40	Vertreter an der Haustür ***	9,3 % ↑	8,3 %	6,6 %	12,4 %	12,3 %
Finanzen	41	Überzogener Dispo / Schulden	9,0 % →	8,5 %	6,8 %	8,2 %	8,3 %
Finanzen	42	Zu hohe Vorfälligkeitsentschädigung bei Immobilienkredit	8,1 % →	7,8 %	8,1 %	9,7 %	6,4 %
Reisen	43	Ich habe schon einmal Entschädigungsansprüche bei Pauschalreisen geltend gemacht	6,5 %	*	*	*	*
Reisen	44	Probleme mit Pauschalreisen vor Ort	5,7 % ↓	8,4 %	*	*	*
Gesundheit	45	Einsicht in Krankenunterlagen verweigert	5,2 % ↓	7,2 %	6,9 %	9,4 %	9,7 %
Gesundheit	46	Probleme mit der Krankenkasse beim Krankengeldbezug	4,4 %	*	*	*	*
Finanzen	47	Mir wurde ein Sparvertrag gekündigt **	3,6 %	*	*	*	*
Reisen	48	Probleme bei Buchung und Übernahme eines Ferienhauses	3,2 % →	3,6 %	*	*	*
Finanzen	49	Verweigerung eines Pfändungsschutzkontos und/oder Basiskontos	2,5 %	*	*	*	*

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

** Geänderte Fragestellung in 2020

*** Geänderte Zählweise in 2020

N (2020): 2.423; 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 38,3 Prozent (Vorjahr: 38,4 Prozent) der auf diese Frage antwortenden Personen gaben an, Nutzer der Verbraucherzentrale Hamburg zu sein. Von diesen Nutzern zeigten sich 83,8 Prozent (Vorjahr: 87 Prozent) mit den erhaltenen Dienstleistungen zufrieden.

Auf die Frage:

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

antworteten 652 Personen. Wie im Vorjahr gaben gut neun von zehn (90,6 Prozent) der Antwortenden an, mit der Barrierefreiheit zufrieden zu sein.

Zwei Drittel (66,3 Prozent, Vorjahr: 58,3 Prozent) der auf diese Frage Antwortenden meinte 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 709 Personen, entsprechend 37,1 Prozent (Vorjahr: 38,7) der auf diese Frage Antwortenden, mit „ja“.

6. Fazit

Die vorliegende Ausgabe ist die letzte in einer Reihe von bislang fünf Umfragen dieser Art.¹² Die Zahl der bundesweit verfügbaren regelmäßigen Untersuchungen rund um den Verbraucherschutz ist überschaubar. Der Hamburger Verbraucherschutzpegel war in den vergangenen fünf Jahren ein stets aktueller und in der Nachschau auch zuverlässiger Indikator der Befindlichkeiten der Hamburger Bevölkerung rund um die Fragen des privaten Konsums. Was zum Jahreswechsel 2015/2016 bereits mit einer beachtlichen Teilnehmerzahl begann, hat sich bis heute zu einer kleinen Institution entwickelt. Besonders wertvoll erwiesen sich die vielen individuellen Antworten.

Aus dem Umfang der Beteiligung, vor allem aber aus der Mühe, die sich die Teilnehmenden mit ihren Antworten gegeben haben, ist zu schließen, wie wichtig den Menschen die Benennung und die Lösung ihrer täglichen Probleme in ihrer Rolle als Verbraucherin oder als Verbraucher sind.

¹² Der Auftrag zur Durchführung der Umfragen galt für die zurückliegende Legislaturperiode in Hamburg.

Für die Verbraucherzentrale sind solche Ergebnisse Gold wert. Zum einen zeigen sie die Wichtigkeit ihrer Arbeit ganz generell. Wenn es ihr weiter gelingt, ihre Beratungs- und Informationsangebote den Bedarfen der Menschen anzupassen, wird sie ihre Rolle als Vertreterin der Interessen der Verbraucher auch zukünftig optimal ausüben können. Besonders die in der Umfrage abgegebenen individuellen Antworten helfen dabei, am Puls der Zeit zu sein.

Verbraucherberatung kann immer dann hilfreich sein, wenn es die bestehenden Verbraucherschutzgesetze auch sind. Gute Verbrauchergesetze und gute Verbraucherberatung sind die zwei Seiten einer Medaille. Insofern geben die Ergebnisse der Befragungen der Politik wertvolle Hinweise, wo der Schuh drückt. Auch wenn die Verbraucherrechtsgesetzgebung oft nicht in der direkten Zuständigkeit der Länder liegt, kann die Landespolitik dennoch über die entsprechenden Gremien Einfluss nehmen und Themen setzen. Hiervon hat Hamburg in den vergangenen Jahren Gebrauch gemacht.

Die Ergebnisse des vorliegenden und der zurückliegenden Umfragen zeigen auch, dass die Konsummärkte und damit verbunden die Problembereiche der Konsumenten einem stetigen und teilweise schnellen Wandel unterworfen sind. Themen wie der Dieselskandal, die Auswirkungen des Niedrigzinsumfelds oder das gestiegene Umweltbewusstsein der Bevölkerung gab es vor einigen Jahren so noch nicht und Beratung und Politik mussten¹³ und müssen hier Antworten geben. Andere Themen sind seit langem aktuell.

Trotz der Vielfalt der Themen und Probleme lassen sich aus Sicht der Verbraucher allgemeine Forderungen ableiten: Sie wünschen sich mehr Nachhaltigkeit, Transparenz, Schutz ihres Körpers, ihrer Daten und ihres Eigentums, adäquate und faire Produkte und guten Service.

Die Ergebnisse des Hamburger Verbraucherschutzpegels sind damit auch für die Anbieter beachtlich, um nachhaltig erfolgreich sein. Sie sollten ihre Produkte und Dienstleistungen anhand der Bedürfnisse und genannten Forderungen ihrer potentiellen Kundschaft ausrichten.

Die Umfrage sollte auf Grund ihres oben näher erläuterten Nutzens verstetigt werden.

¹³ Zu nennen ist hier zum Beispiel die neu eingeführte Musterfeststellungsklage, von der seitens des Verbraucherzentrale Bundesverbands bereits Gebrauch gemacht wurde.