

Umfrage zum Verbraucherschutz: Von „Alarmstimmung“ keine Spur



Wer die Medien und die politischen Debatten hierzulande aufmerksam verfolgt, kann leicht den Eindruck gewinnen, dass es um den Verbraucherschutz in Deutschland schlecht bestellt ist. Ein „Verbraucherskandal“ jagt den anderen: kaum ein Tag vergeht, an dem Verbraucherschützer nicht vor Gefahren warnen, von verunsicherten Konsumenten berichten und staatliche Regulierungen zu ihrem Schutz einfordern.

Von dieser, nicht selten auch politisch geschürten Aufgeregtheit ist in der Bevölkerung allerdings wenig zu spüren. Im Gegenteil: Nach einer repräsentativen Meinungsumfrage im Auftrag des Bankenverbands sind die Bürger mit dem Niveau des Verbraucherschutzes weitgehend zufrieden. Gut die Hälfte der Deutschen (51%) beurteilt den Umfang und die Qualität des Verbraucherschutzes als „hoch“ oder „sehr hoch“, weitere vier von zehn Befragten (42%) halten ihn immerhin für „ausreichend“. Dass ihre Interessen als Verbraucher in Deutschland gut geschützt sind, davon gehen nahezu ebenso viele aus. Dabei hat das Thema für die Befragten eine hohe Relevanz: Für 41 Prozent der Deutschen



13.03.2018
von Christian Jung

Kurzgefasst

Kaum ein Tag vergeht, an dem Verbraucherschützer nicht vor Gefahren warnen, von verunsicherten Konsumenten berichten und staatliche Regulierungen zu ihrem Schutz einfordern. Von dieser, nicht selten auch geschürten Aufgeregtheit ist in der Bevölkerung allerdings wenig zu spüren. Im Gegenteil: Die Bürger sind mit dem Niveau des Verbraucherschutzes weitgehend zufrieden.

Schlagworte

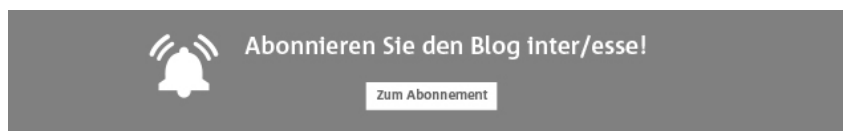
Finanzbildung
Verbraucher
Umfrage
interesse
Meinungsumfragen
Verbraucherschutz

Blog

ist Verbraucherschutz ein „wichtiges“, für weitere 51 Prozent sogar ein „sehr wichtiges“ Thema.

Grundvertrauen in Produkte und Dienstleistungen

Die Verbraucher zeichnen sich durch ein überraschend solides Grundvertrauen in die von den Unternehmen angebotenen Waren und Dienstleistungen aus. So sind zwei Drittel der Befragten (68%) davon überzeugt, dass die Qualität der in Deutschland vertriebenen Produkte „gut“ (53%) oder „sehr gut“ (15%) ist. Weitere drei von zehn Befragten (29%) meinen „noch ausreichend“; von einer schlechten Qualität gehen lediglich vier Prozent der Befragten aus.



Das bedeutet selbstverständlich nicht, dass in Sachen Verbraucherschutz schon alles zum Besten stünde. Trotz der ansonsten positiven Einschätzungen meinen denn auch über drei Viertel (78%) der Befragten, dass Verbraucher bei Kaufentscheidungen aufgrund der Komplexität und Vielfalt von Produkten und Dienstleistungen heutzutage oft überfordert sind. Auf konkrete Nachfrage sagen das von sich selbst allerdings deutlich weniger, und es variiert auch sehr von Produktbereich zu Produktbereich. Beim Einkauf von Nahrungsmitteln haben zum Beispiel mit 11 Prozent der Befragten erwartungsgemäß weniger Menschen Schwierigkeiten als bei der Entscheidung für Finanzprodukte, wo das rund 30 Prozent angeben.



Mehr Finanzbildung und weniger Bürokratie nötig

Natürlich liegt das an der komplexeren Materie und spiegelbildlich auch an mangelndem Finanzwissen in der Bevölkerung. Hier stehen Kreditwirtschaft und Politik weiterhin vor

Blog

wichtigen Hausaufgaben. Zum einen müssen die Banken ihre Produkte noch einfacher machen und sie gleichzeitig in einer verständlichen Sprache besser erklären. Zum anderen geht es auch darum, für mehr Finanzbildung schon in den Schulen zu sorgen. Und: Oft sind es gerade im Kreditsektor auch die gesetzlichen Vorgaben, die manches komplizieren. Beispiel Wertpapierberatung: Sie hat inzwischen bürokratische Ausmaße angenommen, die nicht nur Kunden massiv abschrecken, sondern vereinzelt auch schon Banken zum Rückzug von der Anlageberatung veranlassen.

Die Politik darf bei vermeintlich Verbraucherschützenden Regulierungen daher nicht übertreiben bzw. sollte sie in begründeten Fällen wieder auf ein erträgliches Maß zurückführen. Wie im Koalitionsvertrag der neuen Bundesregierung vorgesehen, sollten jetzt alle seit der Finanzkrise ergriffenen Maßnahmen zum finanziellen Verbraucherschutz auf den Prüfstand gestellt und auf ihre kumulativen Wechselwirkungen hin überprüft werden.

Aber auch die Verbraucher selbst sollten nicht aus ihrer Verantwortung als Konsumenten entlassen werden. Glücklicherweise sehen die meisten das genauso: Nahezu acht von zehn Bundesbürgern (78%) stimmen der Auffassung zu, dass sich Verbraucher durch Information und bewusstes Kaufverhalten selbst „gut“ (62%) oder „sehr gut“ (16%) vor Nachteilen beim Kauf von Produkten und Dienstleistungen schützen können. Damit sind sich die deutschen Verbraucher ihrer Eigenverantwortung durchaus bewusst. Wenn sie jetzt die durch Internet und andere Medien heute verfügbaren Informationsmöglichkeiten auch noch stärker nutzen würden – vor dem Kauf einer Finanzdienstleistung tut das beispielsweise nur gut ein Drittel (36%) – würde das schon sehr viel helfen!