

# bankenverband

---

## Verbraucherschutz aus Bürgersicht

Repräsentative Umfrage im Auftrag des  
Bundesverbandes deutscher Banken

Januar 2018

## Zentrale Befunde

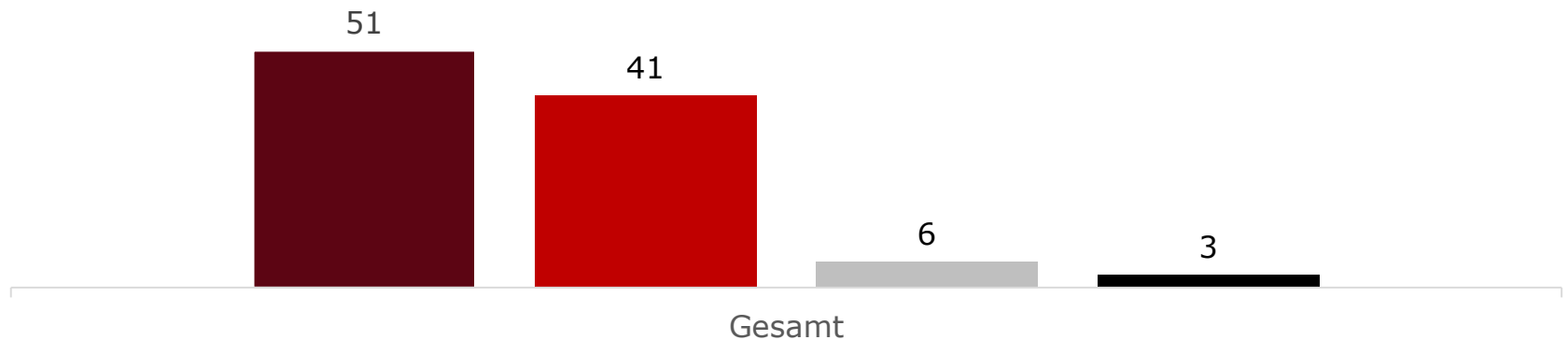
- Verbraucherschutz ist den Deutschen wichtig – und sie sind mit dessen Umfang und Qualität im Großen und Ganzen zufrieden.
- Die Deutschen haben ein Grundvertrauen in die Qualität der hierzulande angebotenen Produkte und Dienstleistungen und sehen ihre Interessen als Verbraucher in Deutschland ausreichend geschützt.
- Finanzdienstleistungen rangieren im Hinblick auf einen wirksamen Verbraucherschutz im Branchenvergleich im oberen Mittelfeld.
- Die Deutschen meinen mehrheitlich, dass Verbraucher bei Kaufentscheidungen oft überfordert sind; von sich selbst sagen das in Hinblick auf konkrete Konsumbereiche allerdings nur wenige.
- Die Verbraucher sehen sich auch selbst in der Verantwortung, durch gründliche Information und bewusstes Kaufverhalten Nachteile ihrer Kaufentscheidungen für sich zu vermeiden. Doch viele nutzen die heutigen Informationsmöglichkeiten nicht, um sich über entsprechende Produkte und Dienstleistungen zu informieren.

Verbraucherschutz ist den Deutschen wichtig – und sie sind mit dessen Umfang und Qualität im Großen und Ganzen zufrieden.

- Der Verbraucherschutz ist den Deutschen ein zentrales Anliegen. Für gut die Hälfte der Befragten (51%) ist es ein „sehr wichtiges“, für weitere 41% immerhin noch ein „wichtiges“ Thema.
- Die hohe Relevanz des Verbraucherschutzes basiert nicht auf Besorgnis oder der Wahrnehmung von Defiziten – im Gegenteil: Weite Teile der Bevölkerung sehen den Verbraucherschutz in Deutschland auf einem sehr passablen Niveau: Gut die Hälfte (52%) beurteilt Umfang und Qualität des Verbraucherschutzes als „hoch“ (42%) oder „sehr hoch“ (10%), weitere vier von zehn Befragten (42%) als immerhin noch „ausreichend“.

## „Verbraucherschutz ist für mich ...“

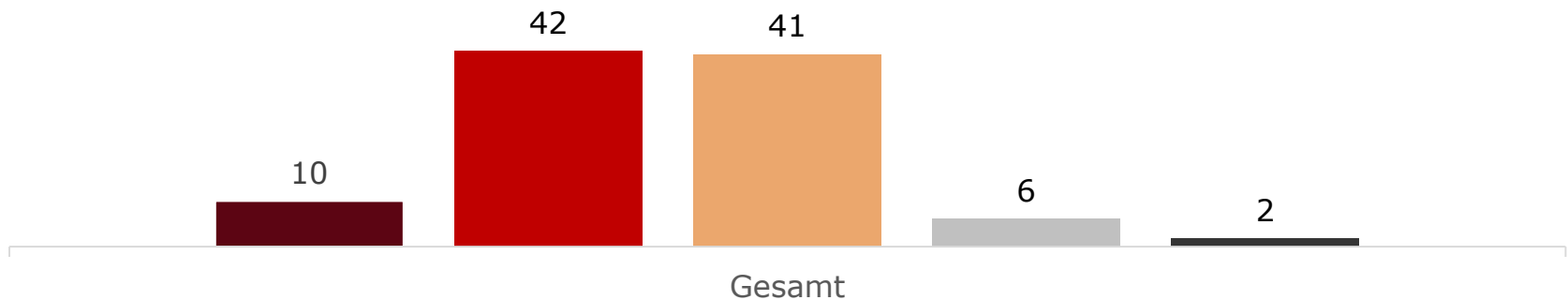
■ sehr wichtig   ■ wichtig   ■ nicht wichtig   ■ überhaupt nicht wichtig



E30: Wie wichtig ist für Sie persönlich der Verbraucherschutz hier in Deutschland? Ist dieser für Sie ...?

## „Umfang und Qualität des Verbraucherschutzes in Deutschland sind ...“

■ sehr hoch ■ hoch ■ ausreichend ■ niedrig ■ sehr niedrig

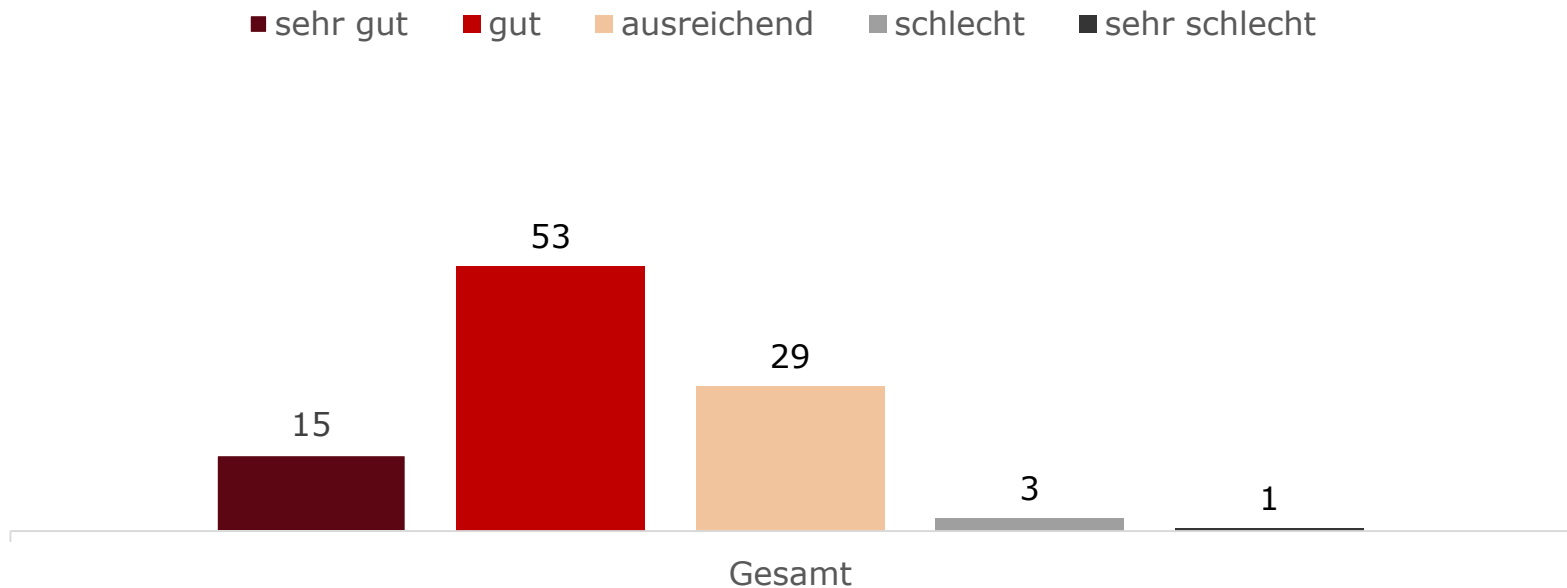


E31: Wenn Sie an Umfang und Qualität des Verbraucherschutzes in Deutschland denken, was würden Sie da sagen? Ist das Niveau des Verbraucherschutzes in Deutschland ...?

Die Deutschen haben ein Grundvertrauen in die angebotenen Produkte und Dienstleistungen und sehen ihre Interessen als Verbraucher ausreichend geschützt.

- Zwei Drittel der Verbraucher (68%) sind davon überzeugt, dass die Qualität der in Deutschland vertriebenen Produkte und Dienstleistungen „gut“ (53%) oder sogar „sehr gut“ (15%) ist. Weitere drei von zehn Befragten (29%) meinen „noch ausreichend“; von einer „schlechten“ oder „sehr schlechten“ Qualität gehen lediglich vier Prozent der Befragten aus.
- Neun von zehn Deutschen (89%) sind der Meinung, dass ihre Interessen als Verbraucher mindestens ausreichend geschützt sind; dass sie „gut“ (46%) oder „sehr gut“ (5%) geschützt sind, glaubt dabei mehr als die Hälfte der Befragten. Rund jeder Zehnte (11%) sieht seine Interessen hingegen schlecht geschützt.

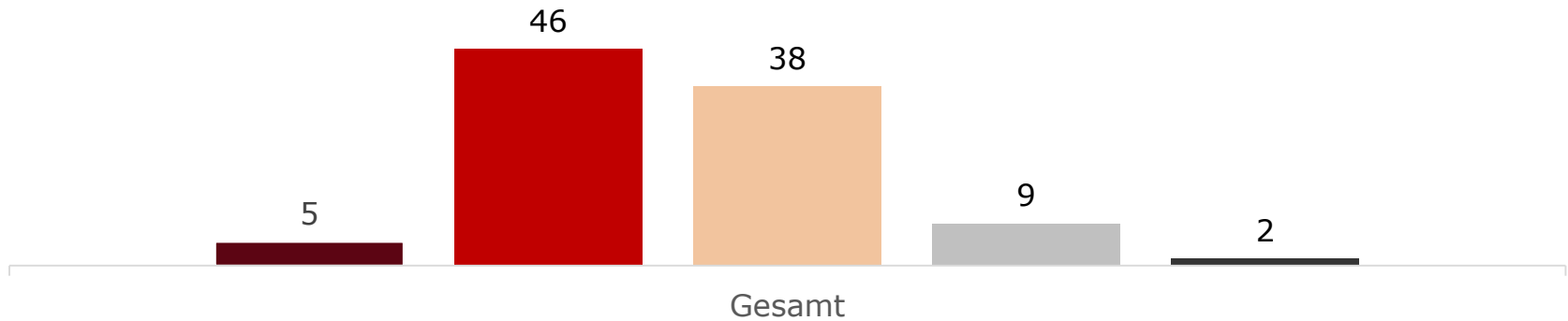
## „Die Qualität der in Deutschland angebotenen Produkte und Dienstleistungen ist in der Regel ...“



E40: Was denken Sie zur Qualität der Produkte und Dienstleistungen, die in Deutschland angeboten werden?  
Ist deren Qualität in der Regel ...?

# „Meine Interessen als Verbraucher sind ... geschützt.“

■ sehr gut   ■ gut   ■ ausreichend   ■ schlecht   ■ sehr schlecht



E32: Und mit Blick auf Sie persönlich: Wie gut meinen Sie sind Ihre Interessen als Verbraucher geschützt?



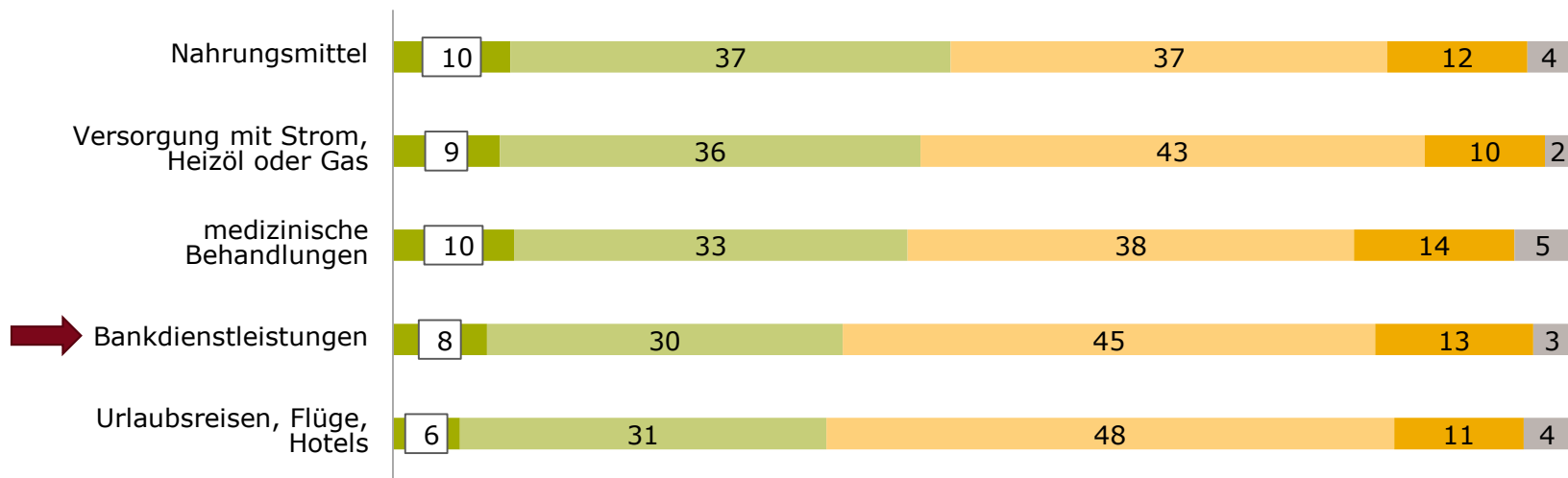
## Finanzdienstleistungen rangieren im Hinblick auf einen wirksamen Verbraucherschutz im Branchenvergleich im oberen Mittelfeld.

- Unter zehn ausgewählten Branchen sehen die Verbraucher den Bereich Bankdienstleistungen mit Blick auf einen wirksamen Verbraucherschutz auf dem vierten Rang (Verbraucherschutz-Niveau hoch/sehr hoch: 38%).
- Noch vor den Finanzdienstleistungen liegen die Bereiche Nahrungsmittel (47%), Energieversorgung (45%) und medizinische Behandlungen (43%). Danach folgen Touristik (37%), Immobilien (36%) und Öffentliche Verkehrsmittel (36%). Den Abschluss der Rangliste bilden Versicherungen (35%), Handwerker (34%) und die Telekombranche (28%).

# „Der Verbraucherschutz ist in diesen Bereichen ...“

Chart 1/2

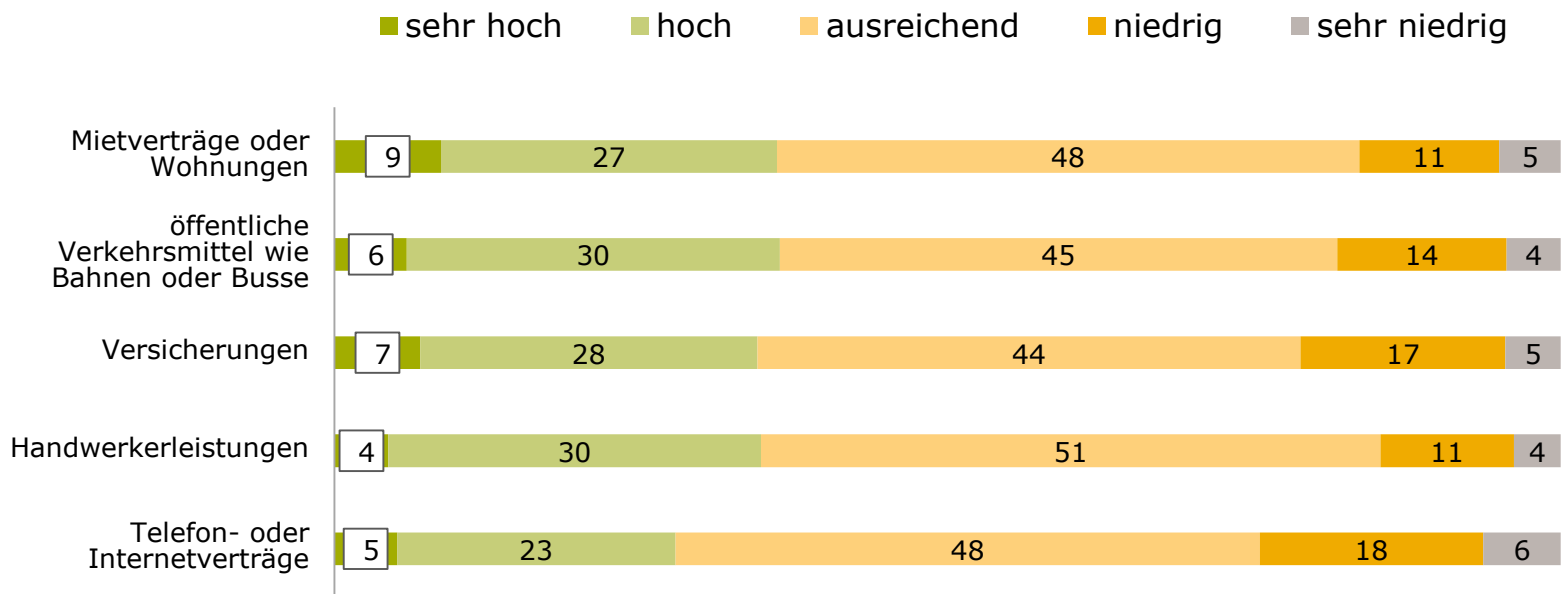
■ sehr hoch   ■ hoch   ■ ausreichend   ■ niedrig   ■ sehr niedrig



E33: Was meinen Sie, wie ist das in den folgenden Konsumbereichen? Ist dort das Maß an Verbraucherschutz ...?

# „Der Verbraucherschutz ist in diesen Bereichen ...“

Chart 2/2



E33: Was meinen Sie, wie ist das in den folgenden Konsumbereichen? Ist dort das Maß an Verbraucherschutz ...?

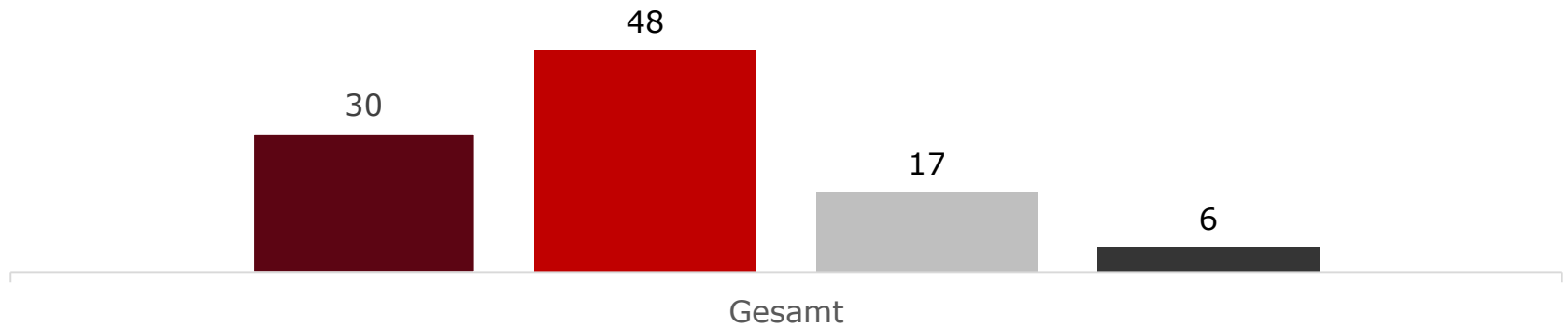
Die Deutschen meinen mehrheitlich, dass Verbraucher heutzutage bei Kaufentscheidungen oft überfordert sind; von sich selbst glauben sie das allerdings weniger.

- Trotz der ansonsten positiven Einschätzungen zum Verbraucherschutz in Deutschland stimmen nahezu acht von zehn Befragten (78%) der Meinung „voll und ganz“ (30%) oder „eher“ (48%) zu, dass man als Verbraucher heutzutage oft überfordert ist.
- Von sich selbst sagen allerdings – bezogen auf sechs zentrale Konsumbereiche – erheblich weniger Befragte, dass sie bei Kaufentscheidungen überfordert wären. Am häufigsten wird dabei noch der Kauf von Finanzdienstleistungen genannt; 31% der Deutschen fühlen sich hier „oft“ (20%) oder „sehr oft“ (10%) überfordert.
- Danach folgt mit geringem Abstand der Abschluss einer Versicherung (sehr oft/oft überfordert: 28%), der Kauf von Computern und Elektrogeräten (27%) sowie der Abschluss eines Handyvertrags (26%). Mit der Wahl eines Energieanbieters (22%), erwartungsgemäß aber vor allem mit dem Einkauf von Nahrungsmitteln (11%) haben die Verbraucher noch deutlich weniger Schwierigkeiten.

## „Als Verbraucher ist man heutzutage oft überfordert.“

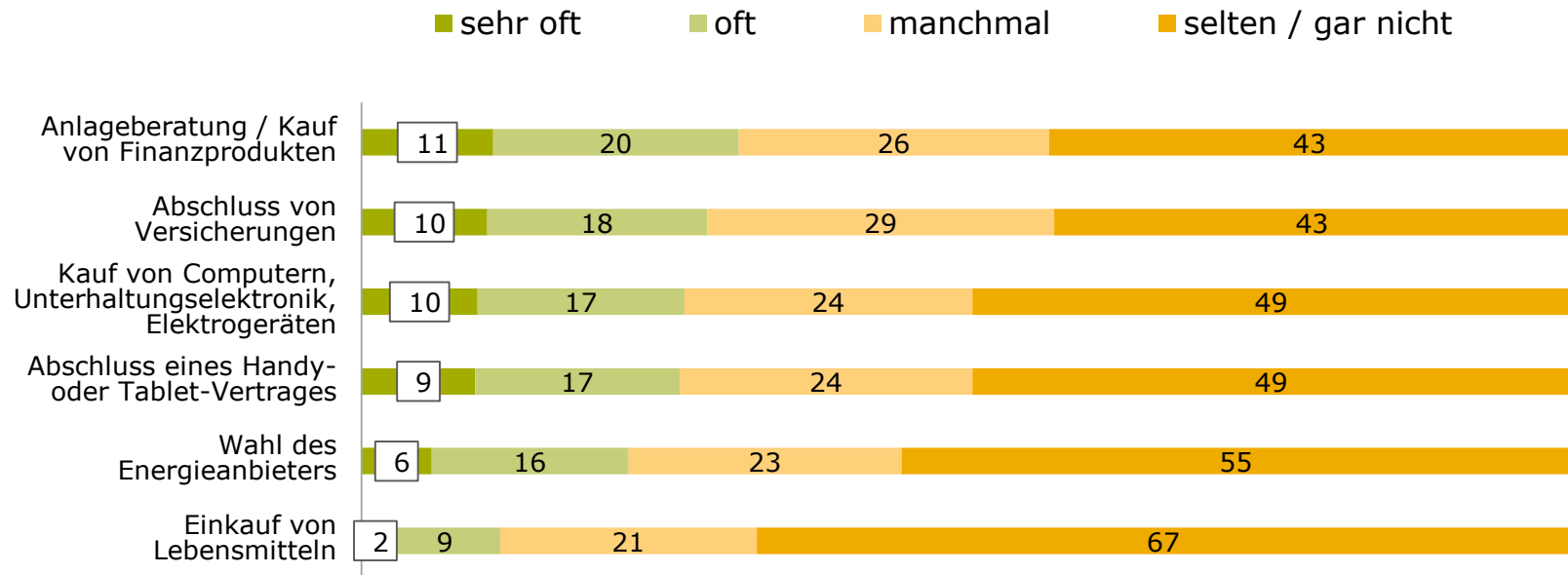
„Ich stimme ...“

■ voll und ganz zu ■ eher zu ■ eher nicht zu ■ überhaupt nicht zu



E37: Inwieweit stimmen Sie der folgenden Aussage zu? „Angesichts der großen Vielfalt und Komplexität von Produkten und Dienstleistungen, die heutzutage angeboten werden, ist man als Verbraucher oft überfordert.“

# „Ich fühle mich bei einer Kaufentscheidung in diesen Bereichen ... überfordert.“

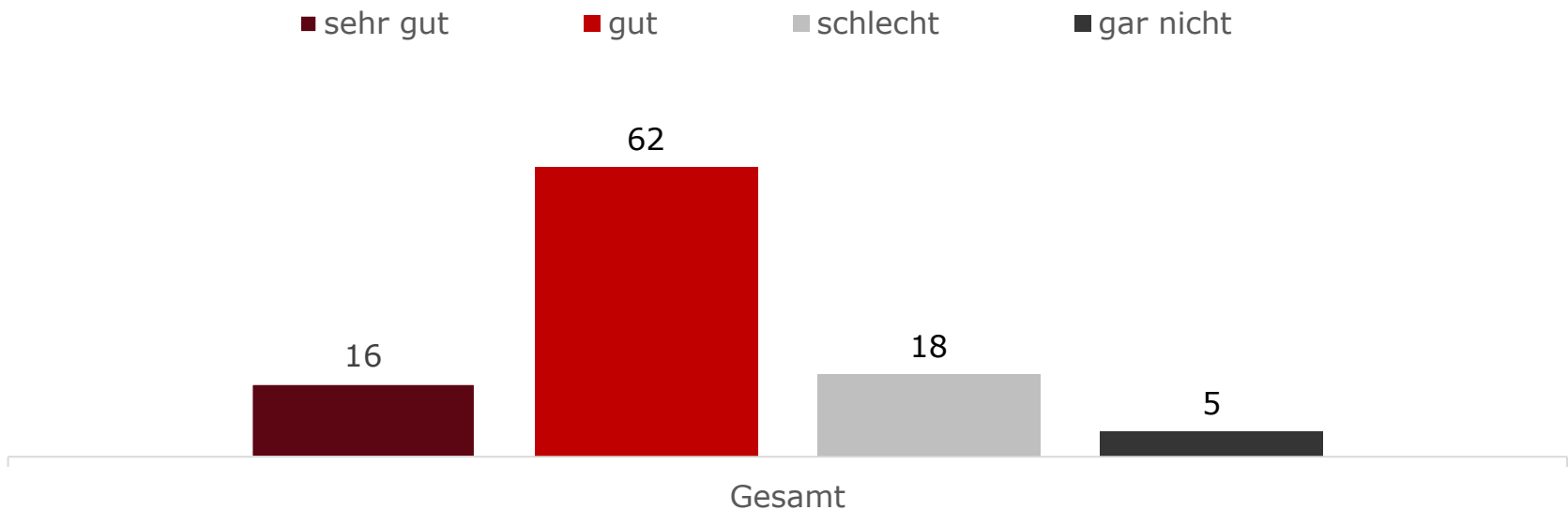


E38: Wie ist das bei Ihnen? Fühlen Sie sich bei einer Kaufentscheidung in den folgenden Bereichen manchmal überfordert?

Die Verbraucher sehen sich auch selbst in der Verantwortung, durch gründliche Information und bewusstes Kaufverhalten Nachteile ihrer Kaufentscheidungen für sich zu vermeiden. Doch viele nutzen die heutigen Informationsmöglichkeiten nicht, um sich über entsprechende Produkte und Dienstleistungen zu informieren.

- Fast 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 für sie ungünstigen oder nachteiligen Produkten und Dienstleistungen schützen können. Damit sind sich die deutschen Verbraucher ihrer Eigenverantwortung offenbar bewusst.
- Im Konsumalltag stoßen die guten Vorsätze vieler Verbraucher aber offenbar an Grenzen. So nutzen vor dem Kauf vieler Produkte nur relativ wenige die durch Internet und andere Medien vorhandenen Informationsmöglichkeiten. Am häufigsten tun Verbraucher das noch beim Kauf von Computern und anderen elektronischen Geräten (sehr oft/oft: 52%). Aber nur gut ein Drittel der Verbraucher (36%) informiert sich beispielsweise oft oder sehr oft auf diesem Wege vor dem Kauf einer Finanzdienstleistung.

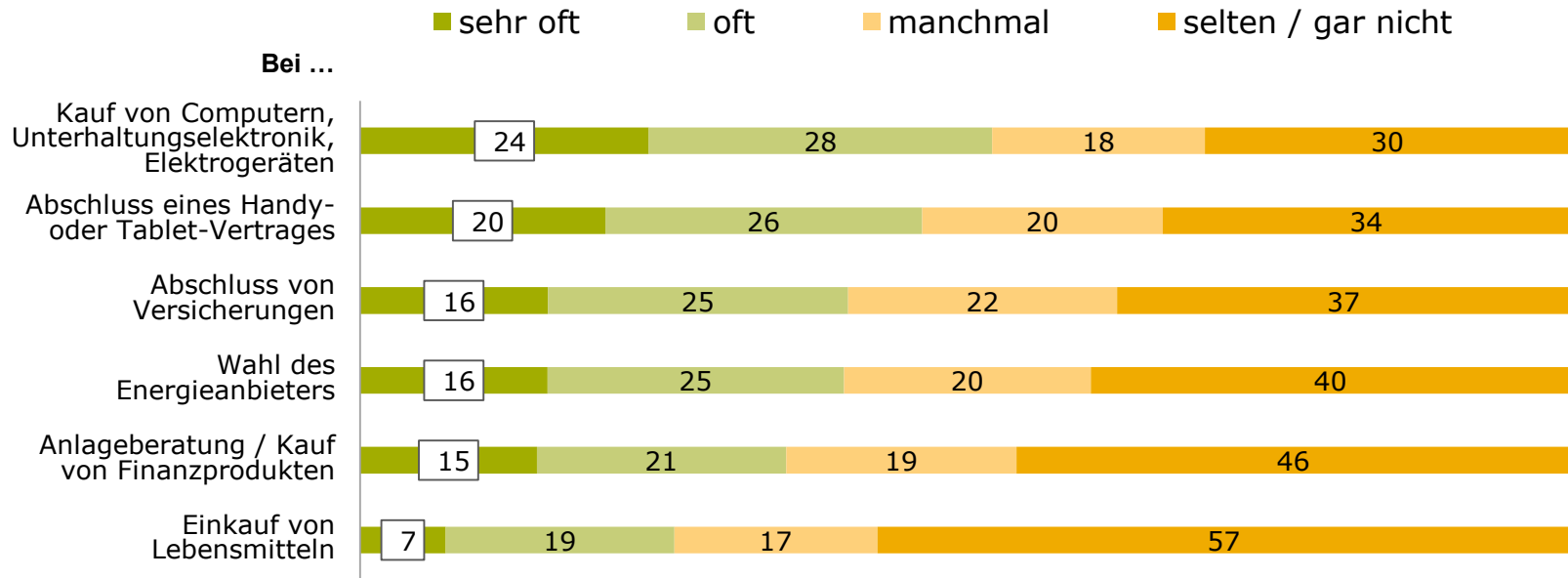
„Verbraucher können sich durch Information und bewusstes Kaufverhalten ... vor Nachteilen selbst schützen.“



E35: Können sich Verbraucher selbst durch eine gründliche Information und ein bewusstes Kaufverhalten vor für sie ungünstigen oder nachteiligen Produkten und Dienstleistungen schützen?



# „Ich informiere mich über Produkte und Dienstleistungen im Internet oder anderen Medien ...“



E39: Informieren Sie sich vor dem Kauf oder auch ganz allgemein im Internet oder in anderen Medien über Produkte und Dienstleistungen?

## Informationen zur Umfrage

Erhebungszeitraum:	Oktober 2017
Stichprobe:	1.004 Befragte (deutschsprachige Wohnbevölkerung) ab 18 Jahre
Erhebungsmethode:	CATI - Computer-Assisted Telephone Interview
Auftraggeber:	Bundesverband deutscher Banken, Berlin
Erhebung:	GfK – Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg

Die Ergebnisse der Studie sind repräsentativ für die erwachsene deutsch-sprachige Wohnbevölkerung in Deutschland. Alle Angaben in Prozent. Fehlende Prozentpunkte zu 100 % = „weiß nicht“/keine Angabe.