

KUNDENKOMMUNIKATION MIT HÜRDEN

Eine Analyse ausgewählter Verbraucherbeschwerden aus dem Frühwarnnetzwerk der Verbraucherzentralen und des Verbraucherbraucherzentrale Bundesverbandes (vzbv)

18. Januar 2022

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Impressum

Verbraucherzentrale

Bundesverband e.V.

Marktbeobachtung Digitales

Marktbeobachtung Energie

Marktbeobachtung Finanzen

Rudi-Dutschke-Straße 17

10969 Berlin

marktbeobachtung@vzbv.de

INHALT

I. ZUSAMMENFASSUNG	3
II. HINTERGRUND	5
III. METHODISCHES VORGEHEN	5
IV. FALLAUSWERTUNGEN	6
1. Anliegen der Verbraucher:innen	6
2. Erreichbarkeit	7
3. Qualität	7
4. Dokumentation	8
5. Folgen/Relevanz einer problematischen Kundenkommunikation	10
5.1 Probleme im laufenden Vertragsverhältnis	10
5.2 Probleme mit der Kündigung oder dem Widerruf von Verträgen	11
5.3 Kosten oder finanzielle Nachteile	12
5.4 Wirtschaftliche Handlungsfreiheit, Wettbewerb und Folgeverträge	13
5.5 Weitere Probleme mit Vereinbarungen und Zusagen	13
5.6 Auswirkungen auf das Verbraucherverhalten/Verbraucherempfinden	14
V. ERGEBNISSE / SCHLUSSFOLGERUNGEN	15

I. ZUSAMMENFASSUNG

Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) hat insgesamt 150 Verbraucherbeschwerden aus dem Frühwarnnetzwerk der Verbraucherzentralen und des vzbv, die im Zusammenhang mit der Kundenkommunikation zwischen Verbraucher:innen und Unternehmen standen, ausgewertet. Unabhängig von Produkt, Unternehmen und Dienstleistung wurden aus dem im Frühwarnnetzwerk vorliegenden Beschwerden exemplarisch je 50 Fallbeschwerden aus der Marktbeobachtung Digitales, Energie und Finanzen, die im Zeitraum vom 01.01.2020 bis 31.05.2021 in den Verbraucherzentralen aufgetreten sind, untersucht. Bei der Auswahl der Verbraucherbeschwerden wurde darauf geachtet, ein möglichst breites Spektrum von Auffälligkeiten des jeweiligen Marktes abzubilden. Die analysierten Fälle, die keine Rückschlüsse auf die Häufigkeit der Probleme zu diesem Thema darstellen, wurden hinsichtlich folgender Kategorien ausgewertet:

- **Erreichbarkeit**, hierzu zählen Beschwerden über Kontaktschwierigkeiten zum Anbieter,
- **Qualität**, hierzu zählen Beschwerden über die Qualität des angebotenen Kundenservice,
- und **Dokumentation der Kundenkommunikation**, hierzu zählen Beschwerden über die mangelnde Belegbarkeit des Austausches.

Dabei wurde auch das **Anliegen** und die Intention der Verbraucher:innen, mit dem Unternehmen in Kontakt zu treten, kategorisiert. Abschließend wurden die **Folgen und Relevanz** einer problematischen Kundenkommunikation für Verbraucher:innen mit exemplarischen **Fallbeispielen** dargestellt.

Leitfrage dieser Untersuchung war es, zu ergründen, welche Probleme Verbraucher:innen mit dem Kundenservice, und im Speziellen in der Kommunikation mit Unternehmen, haben.

Die Fallschilderungen der Verbraucher:innen zeigten nicht nur die unterschiedlichen Facetten einer mit Hürden bespickten Kundenkommunikation und daraus folgende Probleme. Die Beschwerden zeigten auch, dass Verbraucher:innen, die vom Unternehmen Informationen wünschten oder vertragsbezogene Probleme klären wollten, sich immer wieder über die **Erreichbarkeit und Qualität der Kundenkommunikation** ärgerten: Kommunikationskanäle wie Online-Formulare oder E-Mail-Adressen, die nicht oder nicht einwandfrei funktionierten oder nur mit Hürden auffindbar waren, nicht zielführende Online-Hilfen oder überlastete Telefonservices mit langen Warteschleifen kritisierten die Verbraucher:innen. Andere geschilderte Kritikpunkte sind die fehlenden Reaktionen der Unternehmen auf Kundenanliegen, das als Hinhaltetaktik empfundene Verhalten der Unternehmen, Standardantwortschreiben bis hin zur fehlenden Handlungs- oder Fachkompetenz des Servicepersonals oder sogar Falschberatungen. Hauptkritikpunkt bei diesen Fällen war die ausbleibende oder nicht angemessene Dialogbereitschaft der Unternehmen.

Verbraucher:innen kritisierten zudem die fehlende **Dokumentation** über getroffene (vertragliche) Zusagen und Absprachen. Etwa, wenn sich überraschender Weise ein Inkassobüro meldet, obwohl die betroffene Verbraucherin in dem Fall darauf vertraut hatte, dass das Problem mit dem Unternehmen geklärt und der untergeschobene Ver-

trag hinfällig sei. Weitere Folgen können sein, dass Verbraucher:innen gewünschte Informationen nicht erhalten, Vertragserklärungen nicht platzieren können, im Ungewissen gelassen werden und am Ende auf bezahlte Leistungen oder Rückzahlungen verzichten und so Schäden davon tragen können.

Insbesondere in den in diese Untersuchung eingeflossenen **O-Tönen** zeigt sich das **hohe Frustrpotential** der Verbraucher:innen: Aus Sorge vor rechtlichen Auseinandersetzungen mit Unternehmen, weiteren finanziellen Verlusten, Unsicherheit über die Rechtslage und etwaigen Beweisschwierigkeiten vor Gericht geben Verbraucher:innen teilweise klein bei. Sie zahlen die aus ihrer Sicht ungerechtfertigten Geldforderungen oder **verzichten selbst auf die Durchsetzung ihrer Rechte**. Verbraucher:innen beschreiben ihre gefühlte **Machtlosigkeit und Resignation** im Kontext einer problematischen Kundenkommunikation unter anderem wie folgt (Auszug aus den O-Tönen): „*hilflos*“, „*keine Chance*“, „*man ignoriert mich*“, „*weiß nicht, was ich noch machen soll*“.

Aus der Analyse der Verbraucherbeschwerden lässt sich festhalten, dass Unternehmen nicht immer ihre technische und faktische Erreichbarkeit sicherstellen. Auch gibt es Kritik an der fachlichen Qualifizierung sowie Entscheidungs- und Handlungskompetenz des Servicepersonals. Zudem zeigt sich deutlich das **ungleiche Machtverhältnis** zwischen Verbraucher:innen und Unternehmen und teilweise auch das **Desinteresse** mancher Unternehmen **an einer fairen und angebrachten Kundenkommunikation auf Augenhöhe**.

II. HINTERGRUND

Die Verbraucherzentralen und den Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) erreichen regelmäßig Beschwerden von Verbraucher:innen, die den Kundenservice und dabei insbesondere die Kontaktaufnahme und die Art und Weise des Austauschs mit einem Unternehmen betreffen. Den Meldungen liegen unterschiedliche Probleme zugrunde, vor allem wenn es um ein laufendes Vertragsverhältnis geht. So beklagen Verbraucher:innen beispielsweise, dass sie Schwierigkeiten haben, ein Unternehmen überhaupt zu erreichen, dass sie mit Standardantworten bedient werden, in denen nicht auf ihr Anliegen eingegangen wird, oder dass mündlich getroffene Absprachen oder Versprechungen nicht eingehalten werden.

Bereits im Jahr 2018 wurden in einer repräsentativen Umfrage im damaligen Projekt Marktwächter Digitale Welt Defizite beim Kundenservice der Unternehmen wie beispielsweise mangelnde Qualität, schlechte Erreichbarkeit oder fehlende Problemlösung festgestellt.¹

Die Kommunikationsmöglichkeiten von Verbraucher:innen mit den Unternehmen oder Vertragspartnern sind essentiell. Kommt es hier zu Problemen, können unter Umständen weder Ansprüche an Unternehmen in geeigneter Weise angemeldet, noch Fragen zu Ansprüchen sinnvoll aufgeklärt oder durchgesetzt werden. Ein Grund, dieses zentrale Thema immer wieder und hier auch übergreifend für die Bereiche Digitales, Energie und Finanzen zu betrachten.

III. METHODISCHES VORGEHEN

In der vorliegenden Untersuchung wurden Fälle aus dem **Frühwarnnetzwerk** (FWN) der Verbraucherzentralen und des vzbv ausgewertet. Beim FWN handelt es sich um ein qualitatives Erfassungs- und Analysesystem für auffällige² Sachverhalte aus der Verbraucherberatung. Grundlage stellt eine ausführliche Sachverhaltsschilderung durch Beratungskräfte dar, die eine Kategorisierung sowie eine anschließende qualitative Analyse ermöglicht.³

Im FWN finden sich in den Bereichen **Digitales, Energie und Finanzen** immer wieder Beschwerden von Verbraucher:innen über Kontaktschwierigkeiten zu Unternehmen, vor allem Vertragspartnern. Die Kontaktaufnahme geht in den im Rahmen dieser Studie untersuchten Fällen von Verbraucher:innen aus. Nicht untersucht wurden Fallbeschwerden, bei denen Verbraucher:innen ohne vorherige Veranlassung vom Unternehmen kontaktiert werden, zum Beispiel eine Kontaktaufnahme durch sogenannte Cold Calls.

¹ Pressemeldung des vzbv vom 15.08.2018: <https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/kundenservice-erreichbarkeit-und-qualitaet-besonders-verbesserungsbeduerftig>

² Wann ein Fall als auffällig gilt, richtet sich nach verschiedenen Kriterien: Neuigkeit (z. B. Anbieter, Maschen, Vertriebsmethoden), Rechtsrelevanz (z. B. ungeklärte Rechtslage), Häufigkeit (z. B. Problemhäufung bei einem Anbieter in einem kurzen Zeitraum), subjektive Einschätzung (z. B. besonders „dreiste“ oder ungewöhnliche Fälle), „Dauerbrenner“ (z. B. typische Fälle), hohe Schadenssummen beziehungsweise hohe Anzahl betroffener Verbraucher sowie Zielgruppenthemen (z. B. Betroffenheit, Ausschluss oder Ausnutzung bestimmter Zielgruppen).

³ Eine Quantifizierung der Daten aus dem FWN heraus beziehungsweise ein Rückschluss auf die Häufigkeit des Vorkommens in der Verbraucherberatung oder in der Gesamtbevölkerung insgesamt ist nicht möglich.

Es wurden unabhängig von Produkt, Unternehmen und Dienstleistung die drei genannten Märkte untersucht. Hierfür wurden jeweils 50 Fallbeschwerden, die im Zeitraum vom 01.01.2020 bis 31.05.2021 in den Verbraucherzentralen aufgetreten sind und in das Frühwarnnetzwerk gemeldet wurden, ausgewählt, analysiert und nach vorher definierten Problembereichen kategorisiert. Die Auswahl der Beispielfälle erfolgte nach inhaltlichen Überlegungen der Expert:innen mit dem primären Ziel, ein möglichst breites Spektrum von Auffälligkeiten des jeweiligen Marktes abzubilden. Die Auswahl stellt daher kein belastbares quantitatives Kriterium für die absolute und prozentuale Höhe des Vorkommens der Probleme unter allen Verbraucherbeschwerden zu diesem Themenbereich dar. Bei der Auswahl der insgesamt **150 Fallbeschwerden** wurde darauf geachtet, möglichst viele Sachverhaltskonstellationen und Problemfelder abzudecken. Vorab wurde das **Anliegen** und die Intention der Verbraucher:innen, mit dem Unternehmen in Kontakt zu treten, in Augenschein genommen. In einem weiteren Schritt wurden die Fallbeschwerden den zuvor gebildeten Kategorien **Erreichbarkeit, Qualität und Dokumentation** zugeordnet. Hierbei ließen sich die Fälle nicht immer trennscharf nur einer Kategorie zuordnen. Daher wurden Verbraucherbeschwerden mitunter mehreren Kategorien zugeteilt. Abschließend wurden die **Folgen und Relevanz** einer problematischen Kundenkommunikation für Verbraucher:innen mit **Fallbeispielen** dargestellt.

Leitfrage dieser Untersuchung war es, zu ergründen, welche Probleme Verbraucher:innen mit dem Kundenservice, und im Speziellen in der Kommunikation mit Unternehmen, haben.

Insgesamt sind die 150 ausgewählten Fallbeispiele nur exemplarisch für eine Vielzahl weiterer den Verbraucherzentralen vorliegenden Beschwerden zu verstehen, sodass auf eine namentliche Benennung der in dieser Untersuchung betrachteten Unternehmen verzichtet wurde.

IV. FALLAUSWERTUNGEN

Im Folgenden werden die von den Verbraucher:innen geschilderten Sachverhalte ausgewertet und den Kategorien Anliegen (1.), Erreichbarkeit (2.), Qualität (3.) und Dokumentation (4.) zugeordnet. Abschließend folgen die Relevanz und Folgen einer problematischen Kundenkommunikation für Verbraucher:innen – untermauert mit einzelnen Fallbeispielen aus den ausgewählten Verbraucherbeschwerden (5.).

1. ANLIEGEN DER VERBRAUCHER:INNEN

Die Anlässe der Verbraucher:innen, mit dem Unternehmen Kontakt suchten, waren vielfältig. Die Kontaktaufnahme erfolgte, weil Verbraucher:innen **Informationen** benötigten, beispielsweise eine Beratung über eine Zusatzoption zu einem laufenden Vertrag. Immer wieder aber ging es um unmittelbar **vertragsbezogene Probleme** und **Beschwerden**, wie nicht oder nicht vereinbarungsgemäß erbrachte Vertragsleistungen oder Nachfragen zu Forderungen des Unternehmens und Abrechnungen. Andere Sachverhalte betrafen Kündigungen und deren Abwicklung. Beispielhaft hierfür sind Fälle, bei denen Verbraucher:innen Versicherungsleistungen anmelden müssen, Jahres- und Schlussrechnungen beim Energielieferanten (mehrfach) angefordert oder geklärt werden müssen oder Unternehmen überraschend Forderungen anmahnen, zu denen Verbraucher:innen noch Rückfragen haben.

2. ERREICHBARKEIT

Ein weiteres Problem im Bereich Kundenkommunikation stellt für Verbraucher:innen die Erreichbarkeit des Kundenservice da. Diese berichten immer wieder von Kontaktschwierigkeiten in vielfältigster Ausgestaltung.

Mitunter funktionieren die **Kontaktkanäle der Unternehmen nicht richtig**. Beispielsweise, wenn das vom Unternehmen vorgesehene Kontaktformular innerhalb eines Kundenportals technisch nicht erreichbar ist, weil das Einloggen scheitert, und es Verbraucher:innen dann schwer fällt, das Unternehmen über einen anderen Weg zu erreichen. Zu Irritationen bei Verbraucher:innen führen auch unternehmensspezifische Vorgaben zur Kontaktaufnahme. In einem Fall wurde ein Verbraucher sogar dazu aufgefordert, die Kündigung des Vertrages über einen Online-Messenger-Dienst zu erklären.

Verbraucher:innen beschwerten sich auch über die **Hürden** bei der Kontaktaufnahme zum Kundenservice. In einigen Fällen mussten Verbraucher:innen für eine telefonische Nachfrage zunächst eine Mail schreiben, um die Telefonnummer für die Kontaktaufnahme in Erfahrung zu bringen. Unsicherheiten und Probleme bereiten Verbraucher:innen auch Kontaktoptionen in englischer **Sprache** oder **unklare Zuordnungen**, wer unter einer angegebenen Adresse konkret erreichbar ist.

Ein weiteres Themenfeld in dieser Kategorie umfasst die **fehlende Reaktion des Unternehmens auf ein Kundenanliegen**. So bleiben Verbraucher:innen im Ungewissen, wenn sie eine Vertragskündigung etwa per Brief, E-Mail oder über ein Kontaktformular abgeschickt haben und das Unternehmen hierauf nicht oder nicht zeitnah reagiert. Ähnlich ratlos bleiben Verbraucher:innen zurück, die auf ihre Anfrage lediglich ein Standardschreiben erhalten haben, in dem nicht auf das Anliegen eingegangen wird und dem auch keine spezifische Reaktion des Unternehmens wie eine zeitnahe Abhilfe oder Rückmeldung folgte. Besonders hiervon betroffen zeigten sich Verbraucher:innen mit dringenden Anliegen. Während Verbraucher:innen auf eine Reaktion warteten, wurde vom Unternehmen beispielsweise bereits ein Mahnverfahren eingeleitet oder eine Kündigung ausgesprochen.

Außerdem schildern Verbraucher:innen Probleme bei der Kontaktaufnahme, durch **überlastete oder nicht auffindbare Kommunikationskanäle**, die es ihnen erschweren oder unmöglich machen, zu ihrem Anliegen mit dem Unternehmen in Kontakt zu kommen. Dazu berichten Verbraucher:innen etwa über volle Mailboxen, lange Telefonwarteschleifen (teilweise bis zu 1,5 Stunden) auch den Rauswurf aus Warteschleifen oder gänzlich unerreichbare Hotlines. Verbraucher:innen üben auch Kritik daran, dass Unternehmen nicht bedarfsgerecht erreichbar seien, wie sie das zum Beispiel für eine Schadenshotline einer Versicherung erwarten würden. Einen Kontakt zum Unternehmen herzustellen, fiel auch dann schwer, wenn Kontaktangaben etwa in Widerrufsbelehrungen nicht funktionierten oder wenn – vor allem nach Veränderungen durch Unternehmensübernahmen – gewohnte Kontaktmöglichkeiten weggefallen waren. Verbraucher:innen berichteten auch, dass sie erst durch umständliche Mehrfachklicks in einem Hilfsmenu auf einer Webseite auf eine direkte Kontaktmöglichkeit hingewiesen wurden.

3. QUALITÄT

In der Kategorie Qualität geht es bei den näher untersuchten Verbraucherbeschwerden vor allem darum, dass die **Verbraucheranliegen nicht oder nur unzureichend be-**

handelt werden. Die geschilderten Sachverhalte zeigen, dass insbesondere **Kompetenzprobleme auf Unternehmensseite** dabei eine große Rolle spielen. Im Folgenden lassen sich dazu bestimmte Problemfelder kategorisieren, wobei Überschneidungen möglich sind.

Über ein Hin-und-Her-Verweisen eines Anliegens an Dritte oder andere Abteilungen wurde immer wieder berichtet. Aus den Schilderungen der Verbraucher:innen ergibt sich, dass es den erreichten Kontaktpersonen bei den Unternehmen teilweise an der notwendigen **technischen, fachlichen oder organisatorischen Kompetenz fehlte**, um verständig Hilfe zu leisten, über Abhilfen direkt entscheiden oder Lösungen zumindest veranlassen zu können.

Mit Kompetenzproblemen hatten Verbraucher:innen mitunter zu tun, wenn eine Unternehmensübernahme stattgefunden hatte. So berichten Verbraucher:innen, dass im Nachgang einer Unternehmensübernahme zunächst kein zuständiger Ansprechpartner gefunden werden konnte. Die Bearbeitung von Anliegen wurde pauschal mit der Begründung zurückgewiesen, dass im Zuge der Übernahme nicht (mehr) auf die für die Bearbeitung notwendigen Kundendaten zugegriffen werden könne und man daher nicht mehr zuständig sei.

In anderen Konstellationen fühlen sich Verbraucher:innen von Unternehmen hingehalten, wenn dieses beispielsweise **(falsche) Zusagen macht und Abhilfe verspricht, die am Ende nicht eingelöst werden.** So erfolgen etwa versprochene Rückrufe und die zeitnahe Klärung des Anliegens nicht. Stattdessen müssen betroffene Verbraucher:innen den **Sachverhalt immer wieder unterschiedlichen Mitarbeiter:innen erneut vortragen.** Auch schildern Verbraucher:innen, dass sie **immer wieder vertröstet** wurden. So wurden in den Gesprächen zwar Erstattungszusagen für die Rückzahlung unrechtmäßiger Abbuchungen vom Konto des Verbrauchers oder von etwaigen Guthaben aus dem Vertragsverhältnis bis zu einem bestimmten Zeitpunkt in Aussicht gestellt. **Verbraucher:innen mussten dann aber immer wieder (mehrfach) die Zahlung anmahnen.** Auch geschildert wurde, dass im Zuge des mehrfachen Kontaktes **immer wieder neue Anforderungen vom Unternehmen** gestellt wurden, was eine schnelle und effiziente Lösung des Problems unmöglich machte.

Daneben beschwerten sich Verbraucher:innen auch über **Falschberatungen** für Produkte und Dienstleistungen, die beispielsweise nicht zu einer (versprochenen) Verbesserung des Vertrags (Preis/Leistung) führten.

Zum Unmut von Verbraucher:innen führten zudem verlesene **Standardinformationen** (teilweise mittels einer Computerstimme), sodass **kein richtiger Dialog** mit dem Unternehmen geführt werden konnte oder bei persönlichem Kontakt **unfreundliches und sogar aggressives Verhalten vom Servicepersonal ausging.**

4. DOKUMENTATION

In dieser Kategorie geht es um Sachverhalte, bei denen die Art und Weise des Austausches mit dem Unternehmen die Verbraucher:innen in **konkrete Beweis- beziehungsweise Nachweisprobleme** brachte. Dies erschwert die verbindliche Bezugnahme auf Unternehmensreaktionen bei der Lösung eines Problems mit dem Unternehmen selbst, aber auch im Fall eines Rechtsstreites.

Verbraucher:innen meldeten Sachverhalte, in denen sie zu **wesentlichen Vertragserklärungen**, insbesondere Kündigungen gegenüber dem Unternehmen, **keine Bestätigung** bekamen, um nachweisen zu können, dass diese fristgerecht erfolgten. Auch auf mehrfache Nachfrage blieben diese teilweise aus. Grund für das Nachfassen der Verbraucher:innen war etwa, dass Leistungen auch nach einer Kündigung fortgesetzt beziehungsweise abgerechnet wurden. Ein ähnliches Problem stellen fehlende Bestätigungen zu Retouren dar, zu denen Verbraucher:innen dennoch Rechnungen begleichen sollten, beziehungsweise auf Rückzahlungen warten mussten.

Daneben beklagen Verbraucher:innen die **fehlende Dokumentation über getroffene (vertragliche) Absprachen**. Hierzu zählen unter anderem die Inhalte eines Kundengesprächs, in dem Kundenberater:innen eine Problemlösung und/oder einen Rückruf zusagt, der dann unterbleibt. In Folge müssen Verbraucher:innen unter Umständen **mehrmals bei unterschiedlichen Kundenberater:innen erneut nachfragen** und den Sachverhalt immer wieder aufs Neue vortragen. Es kann aber auch um **wichtige vertragsbezogene Inhalte gehen**, wie eine telefonische Gesundheitsprüfung zu einer Berufsunfähigkeitsversicherung. Wenn Verbraucher:innen nicht unmittelbar dazu ein Protokoll erhalten, das sie auch gleich überprüfen können, laufen sie Gefahr, im Versicherungsfall Jahre später keinen eigenen Nachweis über die Angaben über Vorerkrankungen führen zu können.

Ein Problem, das sich ähnlich zeigt, wenn die vom Unternehmen **ursprünglich angebotenen Dokumentationskanäle nicht mehr verfügbar** sind, beispielsweise aufgrund einer Unternehmensübernahme. So berichten Kunden:innen von Energieanbietern, dass nach einer Übernahme das Onlineportal nicht mehr erreichbar war und sie infolgedessen auf ältere Vertrags- und Verbrauchsdaten plötzlich keinen Zugriff mehr hatten. Das Problem verschärft sich zum Beispiel, wenn auf diese Weise Erben keinen Zugriff auf Unterlagen haben, die sie sonst im Nachlass hätten einsehen können.

Verbraucher:innen äußern im Rahmen der untersuchten Fälle mitunter auch den **Verdacht**, dass sie bei **Streitfragen gezielt in schwer zu dokumentierende Kommunikationskanäle** wie Telefon oder Chat geschickt werden, sodass sie unter Umständen im Nachhinein nicht den Nachweis über getroffene Vereinbarungen führen können.

Eine nochmal eigene, aber immer wieder unter den Verbraucherbeschwerden auftretende Fallgestaltung sind **untergeschobene Verträge**. Verbraucher:innen wird beispielsweise im Rahmen eines Telefonats mit dem Unternehmen ein (neuer oder geänderter) Vertrag untergeschoben, **obwohl diese lediglich eine Information gewünscht haben**.⁴ Das Unternehmen verhält sich auf der Grundlage eines vermeintlich rechtswirksamen Vertrags und nimmt etwa Abbuchungen vom Konto des Verbrauchers vor, weil die Bankdaten bereits bekannt sind. Sofern die Kundenkommunikation nicht oder nicht klärungsorientiert erfolgt, bleiben Verbraucher:innen ohne hinreichenden Nachweis über den vermeintlichen Vertragsschluss im Ungewissen. Etwaige unberechtigte Geldabbuchungen müssten von den Verbraucher:innen aufwändig zurück gefor-

⁴ Zum Schutz für Verbraucher:innen können seit dem 27.07.2021 Energielieferverträge außerhalb der Grundversorgung nur noch in Textform (z. B. per E-Mail, Brief, Fax oder SMS) abgeschlossen werden. Damit können Energielieferverträge außerhalb der Grundversorgung nicht mehr telefonisch oder mündlich abgeschlossen werden, vgl. § 41b Abs. 1 EnWG. Ähnliches gilt seit dem 01.12.2021: Gemäß § 54 TKG müssen Verbraucher:innen Telefon- und Internetverträge, die sie am Telefon abgeschlossen haben, abschließend in Textform genehmigen, wenn sie vorher keine Vertragszusammenfassung erhalten haben. Solange ist der Vertrag schwebend unwirksam.

dert werden. Dabei obläge es dem Unternehmen, den Nachweis des Vertragsschlusses zu führen. In den vorliegenden Fallgestaltungen wird dieses aber schlichtweg vom Unternehmen behauptet und in einigen Fallgestaltungen wurde sogar durch Unternehmen gleichzeitig Geld vom Konto der betroffenen Verbraucher abgebucht.

Speziell, aber im Zeitalter von Cyberangriffen wichtig, ist eine Meldung, nach der ein Verbraucher von einem Unternehmen per Mail eine Zahlungsaufforderung mit Link erhielt. Um auszuschließen, dass es sich um einen Phishing-Angriff⁵ handelt, wandte er sich an das Unternehmen zwecks Bestätigung der Echtheit dieser Mail. Diese blieb aus, stattdessen folgte ein Inkassoschreiben, weil es sich doch um eine echte Zahlungsaufforderung des Unternehmens handelte.

5. FOLGEN/RELEVANZ EINER PROBLEMATISCHEN KUNDENKOMMUNIKATION

Verbraucher:innen erleben eine problematische Kundenkommunikation in Form einer Gemengelage aus Problemen bei der Erreichbarkeit (Seite 7), der Qualität des Kundenservice (Seite 7), sowie der fehlenden Dokumentation von Absprachen oder ähnlichem (Seite 8).

Als Folge davon kann es vorkommen, dass Verbraucher:innen gewünschte Informationen nicht erhalten, Vertragserklärungen nicht platzieren können, im Ungewissen gelassen werden und am Ende auf bezahlte Leistungen oder Rückzahlungen verzichten oder gar auf Schäden sitzen bleiben. Auf der anderen Seite zeigte sich deutlich, wie die Kundenkommunikation auch auf den **Wettbewerb** mittelbar oder unmittelbar Einfluss nehmen kann: So war es zum Beispiel Verbraucher:innen faktisch versagt, ein anderes Marktangebot zu wählen oder den Anbieter zu wechseln, weil sie noch an einen anderen Vertrag gebunden waren. Daneben kann sich eine ausbleibende Kommunikation sogar auf andere Verträge von Verbraucher:innen auswirken.

In diesem Abschnitt werden die Folgen für Verbraucher:innen, die sich aus den untersuchten Problemen bei der Kundenkommunikation ergaben, näher dargestellt.

5.1 Probleme im laufenden Vertragsverhältnis

Hierzu gehören Fälle, in denen Lieferverzögerungen und **vertraglich geschuldete Leistungen nicht wie erwartet geklärt oder geltend gemacht werden können**. Dies kann zum Beispiel der Fall sein, wenn die Schadenshotline eines Versicherers überlastet ist oder ein Wartungsauftrag für eine Heizung oder einen Batteriespeicher praktisch nicht ausgelöst werden kann. Dazu O-Töne von Verbraucher:innen:

- „... Wir sitzen jetzt hier seit über zwei Wochen ohne Warmwasser und ohne Hilfe. ...“
- „... Die Batterie ist nun seit sechs Wochen komplett tot. Der Elektriker hat bei [dem Unternehmen] eine Serviceanfrage gestellt. Diese stellt sich trotz zahlreicher Erinnerungen tot. ...“

Rückfragen zu Abrechnungen oder unerklärliche Abbuchungen des Unternehmens können nicht geklärt werden, sodass Verbraucher:innen in den Fällen, die den Verbraucherzentralen und dem vzbv dazu vorliegen, die Berechtigung der Forderung nicht prüfen können. Hier gibt es sogar Fälle, in denen die Unternehmen ein Mahn-

⁵ Angriff per Mail mit gefährlichen Links, die Schadsoftware verbreiten oder Anmeldedaten über gefälschte Webseiten sammeln sollen.

oder Inkassoverfahren schon angestrengt haben, obwohl gegenüber den Kunden:innen erst einmal die Forderung aufgeklärt werden sollte. Dazu Verbraucherbeschwerden aus dem Frühwarnnetzwerk:

- Verbraucher wollte den Widerruf für eine Ware erklären, erhielt vom Kundenservice weder eine Rücksendeadresse noch die Kontaktdaten der Verkäuferin. Kurze Zeit später folgte eine Zahlungsaufforderung eines Inkassounternehmens.
- Seit Monaten bekommt die Verbraucherin Post vom Anbieter, dass sie ihren Abschlag nicht bezahlt hätte. Tatsächlich besteht aber ein Dauerauftrag und die Abschläge werden monatlich überwiesen. Auf Mails reagiert der Anbieter nicht. Es folgt die fristlose Kündigung vom Anbieter und [das] lässt die Verbraucherin sprachlos zurück.

Umgekehrt verzögerten sich **Abrechnungen von Anbietern** ebenfalls, etwa Verbrauchsrechnungen aus Energielieferungsverträgen, aus denen Verbraucher:innen auch Gutschriften erwarten durften. Dazu O-Töne von Verbraucher:innen:

- „Ich war Kunde [beim Unternehmen] bis zum 19.02.2020. Mittlerweile haben wir Mai und die Abrechnung ist immer noch nicht erfolgt. Ich habe per Mail nachgefragt und nun bereits drei Mal den Kundenservice angerufen. Erst hieß es, man sei unterbesetzt und die Abrechnung sei noch in Bearbeitung. Das 2. Mal hieß es, es würden noch Daten vom Netzbetreiber fehlen. Dies sagt man mir auch beim 3. Mal.“
- „Auch nach zahlreichen Telefonaten erhalte ich von [dem Unternehmen] keine Gas-Jahresabrechnung für das Jahr 2019. Ich werde nach langem Warten in der Hotline ständig vertröstet mit dem Hinweis, die Sache sei in Bearbeitung (angeblich seit 06.02.2020). Antwort auf mein Fax, in dem ich eine Frist bis zum 15.04.2020 gesetzt hatte, habe ich nicht erhalten. Angeforderte Rückrufe sind – bis auf einen – nicht erfolgt.“

5.2 Probleme mit der Kündigung oder dem Widerruf von Verträgen⁶

Verbraucher:innen sollen – angeblich – ihre **Kündigung nicht wirksam oder nicht rechtzeitig** abgegeben haben. Das Problem können auch ungeklärte Fragen zum Prozedere und den Folgen einer Kündigung sein oder der Umstand, dass eine zugesagte Rückantwort ausbleibt, sodass die Kündigungsfrist formal verpasst wird. Dazu eine Verbraucherbeschwerde aus dem Frühwarnnetzwerk:

- Verbraucher betätigt Button „Kündigung vormerken“ auf Webseite eines Unternehmens. Die daraufhin angekündigte Mail mit einer Telefonnummer unter der die Kündigung hätte bestätigt werden müssen, erhielt der Verbraucher erst nach Ablauf der ordentlichen Kündigungsfrist mit der Folge einer einjährigen Vertragsverlängerung.

⁶ Der Gesetzgeber hat zumindest das Problem der fehlenden Kündigungsbestätigung für einige Dauerschuldverhältnisse wahrgenommen. Entsprechend wurde nunmehr die verpflichtende Bestätigung des Eingangs einer Kündigung durch den Anbieter für bestimmte Dauerschuldverhältnisse gesetzlich geregelt. Für Strom- und Gaslieferverträge vgl. § 41b Abs. 1 S. 2 EnWG. Für die Kündigung von Verbraucherverträge im elektronischen Rechtsverkehr vgl. § 312k Bürgerliches Gesetzbuch (BGB).

Ein **Widerruf wird zurückgewiesen** und die Erstattung des Kaufpreises ausgeschlossen. Dazu eine Verbraucherbeschwerde aus dem Frühwarnnetzwerk:

- In einem Fall hat ein Verbraucher sechs Monate lang wiederholt einen Rücksendeschein für eine Ware verlangt. Dann erklärt der Anbieter auf einmal, dass das Widerrufsrecht verwirkt und die Erstattung des Kaufpreises nun ausgeschlossen sei.

Eine andere Folge sind in den untersuchten Fällen die **nach einer Kündigung fortgesetzten Abbuchungen von Entgelten**. Verbraucher:innen können die Wirksamkeit ihrer Kündigung nicht verifizieren und fühlen sich von Inkassofirmen wegen vermeintlich aufgelaufener Forderungen eines Telekommunikationsunternehmens unter Zahlungsdruck gesetzt. Dazu ein O-Ton eines Verbrauchers:

- „... Nun habe ich aus der Not angefangen zurückzuzahlen, denn die Summe wurde immer größer, weil ich nur eine kleine Rente bekomme.“

Ein weiteres Folgeproblem sind die Laufzeiten von **Vertragsverlängerungen** wegen angeblich nicht rechtzeitiger Kündigungen. Dazu eine Verbraucherbeschwerde aus dem Frühwarnnetzwerk:

- In einem Fall sollen Verbraucher für erneut 10 Jahre an eine Baufinanzierung gebunden sein, obwohl sie eigentlich den Kredit ablösen und die Immobilie verkaufen wollten. Das extra angeforderte Gespräch, das ihren Irrtum über die ihnen zugesandten Unterlagen hätte verhindern können, blieb aus.

5.3 Kosten oder finanzielle Nachteile

Verbraucher:innen können einen **Schaden oder einen finanziellen Nachteil** erleiden, weil das Unternehmen nicht oder nicht adäquat reagiert. Dazu Verbraucherbeschwerden aus dem Frühwarnnetzwerk:

- Ein Verbraucher hat im Internet für über 1.000 Euro Kleidung per Vorkasse gekauft. Wegen Qualitätsmängeln wollte er viele der Kleidungsstücke per Widerruf zurücksenden. Das **Unternehmen reagiert nicht** auf den Widerruf, sodass der Verbraucher die Ware nicht retournieren kann und den anteiligen Kaufpreis nicht erstattet bekommt.
- Ein Verbraucher möchte ein defektes Rudergerät im Wert von zirka 600 Euro reklamieren. Der **Kundenservice ist nur extrem schwer erreichbar**. Teilweise habe er mit zwei Telefonen über eine Stunde lang versucht, den Kundenservice zu erreichen. Auch nach einem Einschreibebrief mit Rückschein habe er **keine Reaktion** des Unternehmens erhalten. Der Verbraucher befürchtet, das Unternehmen sei nicht an einer Problemlösung interessiert und wolle die Angelegenheit lediglich aussitzen.
- Ein Verbraucher versuchte vielfach Kontakt [zum Unternehmen] aufzunehmen, um Zugtickets im Wert von über 200 Euro zu stornieren für einen Corona bedingten Reiserücktritt. Mehrere Kontaktversuche per E-Mail schlugen fehl, das **Unternehmen reagiert nicht**.

Dazu ein O-Ton eines Verbrauchers:

- „...man ignoriert mich einfach weg. Man bekommt keine Antwort oder irgendeine Reaktion, ich weiß nicht was ich noch machen kann“

5.4 Wirtschaftliche Handlungsfreiheit, Wettbewerb und Folgeverträge

Unklarheit über den Status einer Bestellung führten in einigen der untersuchten Fälle bei Verbraucher:innen auch dazu, **nicht auf ein alternatives Angebot zurückzugreifen**. Dazu eine Verbraucherbeschwerde aus dem Frühwarnnetzwerk:

- Ein in einem Onlineshop bestelltes und als sofort lieferbar angezeigtes Produkt wird über Wochen nicht geliefert. Der Anbieter ist nicht erreichbar und reagiert auf keine Nachfragen. Das Produkt wird vom Verbraucher nicht woanders gekauft.

Ein **Wechsel** zum Wettbewerber **oder ein zusätzlicher Vertrag könnte scheitern** oder kann nur noch bedingt oder zu schlechteren Konditionen umgesetzt werden. Das kann an der schleppenden Bearbeitung der Kündigung liegen, aber auch an der Mitwirkung von Unternehmen. Dazu eine Verbraucherbeschwerde aus dem Frühwarnnetzwerk:

- Eine Baufinanzierung scheitert, weil zu einem vorher schon bestehenden Darlehen eine erforderliche **Erklärung vom Anbieter nicht rechtzeitig zur Verfügung gestellt** wurde. Vorherige Versuche, den Anbieter an die Dringlichkeit des Anliegens zu erinnern, blieben erfolglos. **Damit scheiterte auch der Erwerb der Wunschimmobilie.**

Als Folge unaufgeklärten Streits über Abrechnungen oder gescheiterten Zahlungen droht auch ein **Schaden für die Bonität**.⁷ Für Dritte könnten Verbraucher:innen auf einmal als zahlungsunwillig oder -unfähig dastehen. Dazu Verbraucherbeschwerden aus dem Frühwarnnetzwerk:

- In einem Fall hatte eine Verbraucherin auf Screenshots zurückgegriffen, um einem anderen Anbieter zu belegen, dass sie eigentlich gezahlt hatte, aber es **Probleme beim Zahlungsdienstleister** gibt.
- In einem weiteren Fall berichtete ein Versicherungsnehmer, dass ihm wegen einer rein **technischen Zahlungsstörung** (Umstellung Lastschriftmandat scheidet nach Änderungen beim Anbieter) gekündigt worden sei. Infolgedessen hätte er nun aber auch bei anderen Anbietern nur noch eine Kfz-Haftpflicht, aber keine neue Kasko-Versicherung abschließen können.

5.5 Weitere Probleme mit Vereinbarungen und Zusagen

Dazu Verbraucherbeschwerden aus dem Frühwarnnetzwerk:

- Unternehmen hält Zusage aus dem Kundengespräch über einen versprochenen Tarifvorteil für einen Energievertrag nicht ein, sodass Verbraucher:innen schließlich **mehr bezahlen müssen** als ursprünglich versprochen.
- Schriftliche Auftragsbestätigung eines Telekommunikationsunternehmens entspricht **nicht den am Telefon vereinbarten Leistungen/Preise**.

⁷ Gemäß § 31 Absatz 2 Ziffer 4 bzw. 5 Bundesdatenschutzgesetz (i.d.F. seit 2018) ist eine negative Eintragung in eine Auskunft möglich, wenn gemahnte Forderungen nicht bestritten oder Verträge wegen Zahlungsrückständen fristlos gekündigt wurden. Erreichen Verbraucher in solchen Fällen Anbieter nicht beziehungsweise geben sie auf, obwohl sie sehr wohl eine Forderung bestreiten wollen würden oder gar nicht zahlungsunwillig oder fähig waren, und zahlen sie gegebenenfalls sogar eine Inkassoforderung, um Ruhe zu haben, droht ihnen dies zu ihren Lasten angerechnet zu werden.

- Unternehmen verspricht das Anliegen des Verbrauchers zu bearbeiten und sich bei ihm telefonisch zurückzumelden. Dies geschieht nicht. Verbraucher muss mehrfach nachfragen und **Lösung des Anliegens zögert sich immer weiter hinaus**.

5.6 Auswirkungen auf das Verbraucherverhalten/Verbraucherempfinden

Einzelne Verbraucher schildern in ihren Beschwerden, dass sie das Gefühl haben, ihr **beharrliches Nachfragen** werde vom Unternehmen **sanktioniert**. Dazu Verbraucherbeschwerden aus dem Frühwarnnetzwerk:

- In einem Fall berichtet ein Verbraucher, dass er mangels Reaktion des Unternehmens mehrfach eine Kündigungsbestätigung anfordern musste. Nachdem er diese endlich erhielt, musste er feststellen, dass der Zugang zum **Kundenaccount gesperrt** war mit der Folge, auf Unterlagen wie Rechnungen keinen Zugriff mehr zu haben.
- In einem weiteren Fall stellte ein Verbraucher mehrere Nachfragen zu einem Lieferverzug, die letztlich auch in einer kritischen Online-Bewertung mündeten. Zwar konnte der Verbraucher in dieser Fallgestaltung auch eine Rückzahlung des Kaufpreises erfolgreich durchsetzen. Zugleich waren aber **alle Funktionen der Webseite für ihn gesperrt**, sodass weitere Bestellungen beim Anbieter nicht mehr möglich waren.

Die Auswertung der Fallbeschwerden lieferte aber auch Hinweise darauf, dass sich Verbraucher:innen **von Unternehmen im Stich gelassen oder auch diesen ausgeliefert fühlten**. Dazu O-Töne von Verbraucher:innen:

- „...Als Kunde ist man völlig hilflos, da man das Unternehmen nicht erreichen kann.“
- „Es gibt keine Menschen, die mir Auskunft erteilen können. Ich habe keine Chance auf eine adäquate Reaktion.“
- „... es geht also um knapp 30 Euro nur, aber in erster Linie ums Prinzip der Machtlosigkeit.“
- „...Telefonisch ist es unmöglich jemanden zu erreichen, der in diesem Fall weiterhelfen kann. Das ist auch [vom Unternehmen] nicht gewollt. Die Hotline ist einzig für den Verkauf und Notfälle. ...“
- „Nachdem wir ca. 45 min in der Telefonwarteschleife waren, hatten wir einen Mitarbeiter [des Unternehmens] erreicht, der uns an den zuständigen Mitarbeiter weiterleiten wollte, stattdessen aber auflegte.“
- „... Ich vermute dahinter System, und zwar derart, dass es den kündigenden Kunden möglichst schwergemacht wird, den noch offenen Betrag einzufordern, und darauf zu spekulieren, dass der Gang zur Bank zu mühsam ist, oder schlicht der Scheck verfällt.“
- „...Entweder das ist geschäftsmäßig so gewollt oder das Unternehmen ist hoffnungslos überfordert in der Coronakrise seine[n] Verpflichtungen nachzukommen.“

V. ERGEBNISSE / SCHLUSSFOLGERUNGEN

Die Untersuchungsergebnisse zeigen markante Defizite in der Kundenkommunikation zwischen Verbraucher:innen und Unternehmen. Ausgehend von der Leitfrage, welche Erfahrungen Verbraucher:innen mit dem Kundenservice, und im Speziellen in der Kommunikation mit Unternehmen, gemacht haben und welche Folgen eine problematische Kundenkommunikation für die Verbraucher:innen hatte, lassen sich die Ergebnisse wie folgt zusammenfassen:

❖ Resignation und Hilflosigkeit bei Verbraucher:innen

Die Fallschilderungen der Verbraucher:innen zeigen die Missstände und Folgen hinsichtlich fehlender oder nicht zweckdienlicher Kommunikation mit Unternehmen auf. Unzureichend erreichbare Kundenkommunikationskanäle, nicht zeitnahe oder fachlich qualifizierte Bearbeitung von Verbraucheranliegen oder Absprachen und Vereinbarungen, die seitens der Unternehmen nicht eingehalten werden, lösen bei Verbraucher:innen ein Gefühl von **Machtlosigkeit und Resignation** aus, wie es die O-Töne eindeutig belegen. Verbraucher:innen schlussfolgern, dass Unternehmen ihre Anliegen nicht immer ernst nehmen, sie hingehalten oder **Probleme einfach ignoriert werden**. Die möglichen Folgen: Verträge können nicht genutzt oder zum gewünschten Zeitpunkt beendet werden, es können Inkassoverfahren aufgrund ungeklärter Rechnungsfragen oder aufgrund dessen wiederum Bonitätsprobleme für die Betroffenen drohen.

❖ Vereitelung der Durchsetzung von Rechtsansprüchen

Letztlich kann das Gefühl der Machtlosigkeit dazu führen, dass Verbraucher:innen **unfreiwillig darauf verzichten, ihre Rechte gegebenenfalls gerichtlich durchzusetzen**. Verunsichert und eingeschüchtert nehmen Verbraucher:innen immer wieder ihr Schicksal hin. Denn wenn zuvor eine Klärung des Sachverhalts mit dem Unternehmen mangels Kommunikation nicht möglich ist, dann könnte es am Ende die Verbraucher:innen treffen, vor Gericht **darlegen und beweisen** zu müssen, dass zum Beispiel ihr Rückzahlungsanspruch berechtigt ist oder der Vertragspartner die Vertragskündigung fristgemäß erhalten hat.

❖ Eingeschränkte Handlungsfreiheit und Wettbewerb

Ferner kann sich ein ungenügender Kundenservice und eine kritische Kundenkommunikation auch auf den **Wettbewerb** am jeweiligen Markt auswirken. Verbraucher:innen könnten durch das Handeln der Unternehmen mitunter davon abgehalten werden, einen Vertrag mit einem anderen Unternehmen abzuschließen – beispielsweise wenn sie ein Produkt solange nicht in einem anderen Online-Shop kaufen, bis geklärt ist, ob die ursprünglich bestellte Ware, für die sie bereits **Vorkasse** geleistet haben, auch nach vielen Wochen noch geliefert wird oder eine Rückzahlung des Kaufpreises ansteht. In anderen Fällen, wenn zweifelhaft oder gar **strittig ist, ob ein altes Vertragsverhältnis beendet ist oder nicht**, könnten Verbraucher:innen von einem **Wechsel** zu einem anderen Anbieter für zum Beispiel Energie, Telekommunikation, Finanzdienstleistung oder Versicherung absehen. Besteht sogar der Vorwurf fort, dass sie nicht oder nicht rechtzeitig Forderungen beim alten Anbieter beglichen hätten, können sie unter Umständen von anderen Anbietern abgelehnt werden.

❖ Reduzierter Kundenservice auf Kosten der Verbraucher:innen

Nach Gesamtbetrachtung der ausgewerteten Verbraucherbeschwerden stellt sich die Frage, ob Unternehmen ihre Kundenkommunikation als schnell reduzierbaren **Kostenfaktor** begreifen. Wenn Verbraucher:innen immer wieder über Erreichbarkeitsprobleme oder fehlende Bereitschaft zur Problemlösung berichten, liegt der Verdacht nahe, dass die Effizienz der Kundenkommunikation bei den beteiligten Unternehmen überwiegend auf deren Kosten – statt objektiver Problemreduktion – ausgerichtet zu sein scheint.

❖ Vertrieb statt Vertragsbetreuung

Teilweise nehmen Verbraucher:innen auch wahr, dass die Unternehmen bei der Kontaktaufnahme durch den Verbraucher nicht primär die Hilfestellung zum Vertrag, sondern vielmehr den Vertrieb von neuen Optionen oder Verträgen im Blick haben.

❖ Kundenservice wird nicht als Pflicht verstanden

Unternehmen stellen nicht immer sicher, dass die, gegebenenfalls auch ehemaligen, Vertragspartner:innen ihre Anliegen anbringen können und eine sachgemäße Reaktion und Bearbeitung erfolgt. Mit Blick auf die Fälle fehlerhafter oder bestrittener Vertragsbeziehungen sowie untergeschobener Verträge gilt das auch für Verbraucher:innen, die einen Anbieter, zu dem sie eigentlich keine Vertragsbeziehung unterhalten, zur Wahrung ihrer eigenen Rechte in Kontakt treten müssen. Zu betonen ist, dass Kundenservice und Kundenkommunikation Teil der vertraglichen Beziehung, aber auch drüber hinaus gesetzlicher Pflichten der Anbieter sein kann, die nicht verweigert oder unzureichend ausgeführt werden dürfen.⁸ Das gilt auch für das vor- und nachvertragliche Verhältnis oder für die Ansprüche von Verbraucher:innen, gegenüber denen ein Anbieter ein Vertragsverhältnis nur behauptet. Die untersuchten Fälle zeigen immer wieder, dass es sich bei den Anliegen auch um solche elementaren Angelegenheiten handeln kann.

❖ Fazit

Durch die Auswertung der Verbraucherbeschwerden aus dem Frühwarnnetzwerk der Verbraucherzentralen und des vzbv konnten die **vielfältigen Probleme** in der Kundenkommunikation und zugleich deutlich das **Ungleichgewicht** zwischen Verbraucher:innen und Unternehmen dargestellt werden. Dabei zeigte sich teilweise auch das **Desinteresse** mancher Unternehmen an einer **verständigen und respektvollen Kunden-**

⁸ Im Energiebereich wurde im § 111a Energiewirtschaftsgesetz (EnWG) auch ein gesetzlicher Anspruch auf die Bearbeitung einer Verbraucherbeschwerde durch den Kundenservice normiert. Dieser Anspruch kann aber auch allgemein aus dem jeweiligen Vertrag zwischen dem Unternehmen und dem Verbraucher hergeleitet werden, da die Pflicht zur Bearbeitung vertragsbezogener Beschwerden als Nebenpflicht zu einem vertraglichen Schuldverhältnis zu qualifizieren ist, Theobald/Kühling/Ahnis, 108. EL September 2020, EnWG 111a Rn. 4. Ein Verstoß gegen die Pflichten aus § 111a führt aber nicht dazu, dass Forderungen des Verbrauchers als zugestanden gelten oder widersprochene Forderungen der Unternehmen nach Fristablauf verwirkt sind, Verstöße gegen § 111a EnWG haben daher keine unmittelbare, zivilrechtliche gestaltende Wirkung, Theobald/Kühling/Ahnis, 108. EL September 2020, EnWG 111a Rn. 54.

kommunikation auf Augenhöhe. Eine Laissez-faire-Haltung auf der einen (Unternehmens-) Seite kann fatale Folgen auf der anderen (Verbraucher:innen-) Seite nach sich ziehen.

Die hier vorgenommene qualitative Untersuchung der Probleme bei der Kundenkommunikation soll einen ersten Überblick über das sehr vielfältige und segmentübergreifende Thema Kundenkommunikation aus Verbrauchersicht verschaffen. Weitere vertiefenden Untersuchungen (wie z.B. eine quantitative Erhebung) zu einem späteren Zeitpunkt werden daher in Betracht gezogen.