



verbraucherzentrale

Bundesverband

VERBRAUCHERREPORT 2022

Die Lage der Verbraucher:innen

ÜBER UNS

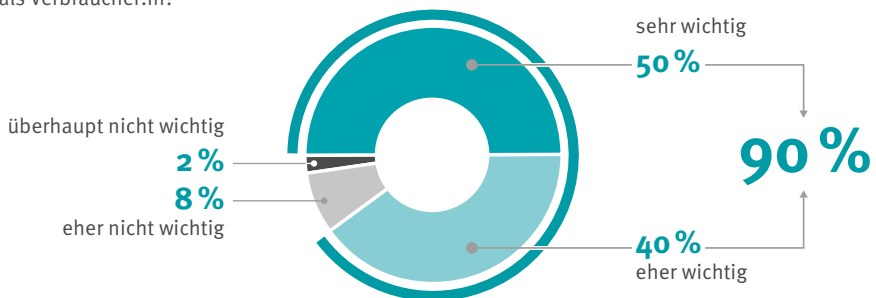
Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) ist die starke Stimme aller Verbraucher:innen in Deutschland – unabhängig von ihrer Herkunft oder ihren Lebensumständen. Der vzbv setzt sich für eine gerechte und nachhaltige Gesellschafts- und Wirtschaftsordnung ein, in der die Bedürfnisse der Menschen im Mittelpunkt stehen. Als Dachverband der 16 Verbraucherzentralen und mehr als 25 weiteren verbraucherpolitischen Verbänden bündelt der vzbv die Kräfte für einen starken Verbraucherschutz in Deutschland und Europa.

ÜBER DEN VERBRAUCHERREPORT

Wie gut fühlen sich Verbraucher:innen in ihrem alltäglichen Leben geschützt? Welche Probleme und Sorgen treiben sie um? Wen sehen sie beim Thema Verbraucherschutz in der Verantwortung? Antworten auf diese Fragen gibt der jährliche Verbraucherreport des vzbv. Mit einer repräsentativen Umfrage und weiteren Erkenntnissen aus der Marktbeobachtung zeichnet er ein genaues Bild zur Lage der Verbraucher:innen und zum Zustand des Verbraucherschutzes in Deutschland.

VERBRAUCHERSCHUTZ SCHAFFT SICHERHEIT

Wie wichtig ist der Verbraucherschutz hier in Deutschland für Ihre persönliche Sicherheit als Verbraucher:in?



Quelle: repräsentative Telefonumfrage von forsa im Auftrag des vzbv | Basis: 1.500 bundesweit befragte Personen ab 14 Jahren | Erhebungszeitraum: August 2022

„Verbraucherinnen und Verbraucher blicken beunruhigt in Richtung Herbst und Winter. Das zeigt auch der aktuelle Verbraucherreport. Damit aus Sorgen nicht Hoffnungslosigkeit und Verzweiflung werden, brauchen die Menschen so lange Unterstützung, bis diese Krise überstanden ist.“

Ramona Pop,
Vorständin des Verbraucherzentrale
Bundesverbands (vzbv)



© Christine Blohmann

VERBRAUCHERSCHUTZ IM LAUFE DER ZEIT

Verbraucher:innen fühlen sich weniger gut geschützt

Verbraucherschutz bleibt hochrelevant für die Menschen in Deutschland: Neun von zehn (90 Prozent) Verbraucher:innen geben an, dass Verbraucherschutz für ihre persönliche Sicherheit sehr bzw. eher wichtig ist – und das zum sechsten Mal in Folge. Gleichzeitig sehen immer weniger Menschen ihre Interessen als Verbraucher:innen geschützt. Drei von zehn Befragten (30 Prozent) sind unzufrieden mit dem Schutz ihrer Interessen als Verbraucher:innen. Sie sehen ihre Interessen als Verbraucher:innen eher nicht gut bzw. gar nicht geschützt. 2021 sahen dagegen nur knapp jede:r Vierte (24 Prozent) und 2020 lediglich gut jede:r Fünfte (21 Prozent) ihre Interessen als Verbraucher:innen eher nicht gut bzw. gar nicht geschützt.

Große Verantwortung, wenig Vertrauen in die Politik

Die deutliche Mehrheit der Befragten (88 Prozent) sieht die Politik in der Verantwortung, ihre Interessen als Verbraucher:innen zu schützen. Aber lediglich 28 Prozent der Befragten vertrauen der Politik sehr bzw. eher stark, wenn es um den Schutz der Verbraucherinteressen geht. Diese Diskrepanz zwischen Vertrauen und Verantwortung ist seit Jahren nahezu unverändert.

WENIG VERTRAUEN IN DIE POLITIK

Ein Großteil der Menschen sieht die Politik in der Verantwortung, ihre Interessen als Verbraucher:in zu schützen. Aber nur 28 Prozent vertrauen der Politik.



Quelle: repräsentative Telefonumfrage von forsa im Auftrag des vzbv | Basis: 1.500 bundesweit befragte Personen ab 14 Jahren | Erhebungszeitraum August 2022 | Zusammenfassung von zwei Befragungsergebnissen

Vertrauen in Verbraucherschutzorganisationen stabil

Auch Verbraucherschutzorganisationen stehen in der Verantwortung, wenn es um den Schutz von Verbraucherinteressen geht. Dieser Meinung sind gut acht von zehn Befragten (82 Prozent). Hier haben die Menschen auch Vertrauen: 73 Prozent der Menschen geben an, Verbraucherorganisationen sehr stark bzw. eher stark zu vertrauen. Lediglich der Familie und Freund:innen vertrauen die Menschen beim Thema Verbraucherschutz mehr (83 Prozent).

Dauerbaustelle Digitales

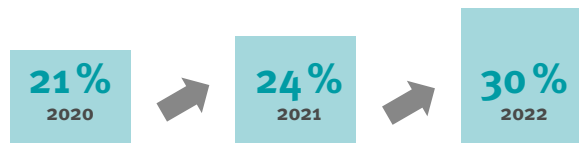
Wenn es um den Schutz ihrer Interessen geht, sehen die Befragten den größten Handlungsbedarf beim Thema Internet und Digitalisierung. Nur 43 Prozent der Menschen sehen ihre Interessen als Verbraucher:innen hier sehr bzw. eher gut geschützt. Bereits in den Vorjahren war es dieser Bereich, in dem sich die Menschen am wenigsten geschützt gefühlt haben. Dieses Bild wird in den Verbraucherzentralen bestätigt: Rund 29 Prozent aller Beschwerden bezogen sich im ersten Halbjahr 2022 auf den Bereich Digitales.

Politik muss ihrer Verantwortung gerecht werden

Die Politik muss ihrer Verantwortung beim Verbraucherschutz gerecht werden. Verbraucherschutz gibt den Menschen Sicherheit. Nicht nur in der Krise sollte deshalb die Politik die Alltagsprobleme der Menschen in den Mittelpunkt ihrer Arbeit rücken.



Immer mehr Menschen sind der Meinung, dass ihre Interessen **als Verbraucher:innen eher nicht gut bzw. gar nicht geschützt** sind.



Quelle: repräsentative Telefonumfrage von forsa im Auftrag des vzbv |
Basis: 1.500 bundesweit befragte Personen ab 14 Jahren | Erhebungszeitraum August 2022

ENERGIEPREISKRISE

Krise bereitet Sorgen

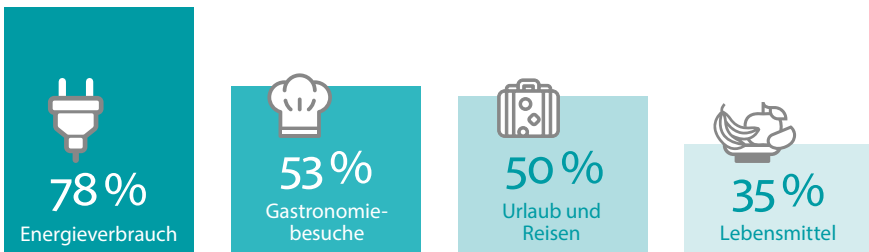
Die Energiepreiskrise beunruhigt die Menschen. Die Mehrheit (64 Prozent) der Verbraucher:innen ist besorgt, dass die Energieversorgung im Herbst und Winter gefährdet sein könnte, weil nicht genügend Strom oder Gas zur Verfügung steht. Dazu kommen finanzielle Sorgen: Gut drei von vier Menschen (76 Prozent) fürchten finanzielle Belastungen aufgrund der hohen Energiepreise.

Verbraucher:innen sparen und verzichten

Als Reaktion auf die steigenden Preise sparen die Menschen – beim Strom und Heizen, aber auch beim Konsum. Die deutliche Mehrheit (78 Prozent) schränkt bereits ihren Energieverbrauch ein. Zudem gibt eine knappe Mehrheit (53 Prozent) an, weniger in Restaurants oder Bars zu gehen. Jede:r Zweite (50 Prozent) spart bei Urlaub und Reisen. Besonders besorgniserregend: Gut ein Drittel (35 Prozent) gibt an, weniger Geld für Lebensmittel auszugeben. Doch auch die Solidarität ist groß. Eine deutliche Mehrheit (87 Prozent) stimmt der Aussage voll und ganz bzw. eher zu, dass steigende Preise für einkommensschwache Verbraucher:innen abgedeckt werden müssen.

EINSCHRÄNKUNGEN AUFGRUND STEIGENDER PREISE

Die Mehrheit der Verbraucher:innen gibt an, ihren Energieverbrauch aufgrund der steigenden Preise einzuschränken.



Quelle: repräsentative Telefonumfrage von forsa im Auftrag des vzbv | Basis: 1.500 bundesweit befragte Personen ab 14 Jahren | Erhebungszeitraum August 2022 | Mehrfachnennungen möglich | Darstellung ausgewählter Antworten

Weniger Schutz bei Strom und Heizung

Im Bereich Strom und Heizung sehen immer weniger Menschen ihre Interessen gut geschützt. Im Vergleich zum Vorjahr hat sich das empfundene Schutzniveau halbiert. In der aktuellen Befragung gibt rund die Hälfte (48 Prozent) der Befragten an, sich in diesem Bereich eher nicht gut bzw. gar nicht geschützt zu fühlen. Im Jahr 2021 waren es lediglich 24 Prozent.

Beschwerden steigen

Der gestiegene Unmut wird auch in den Verbraucherzentralen spürbar. Immer mehr Menschen sind besorgt oder verärgert und suchen Rat und Hilfe. Im Bereich Strom haben sich die Beschwerden im ersten Halbjahr 2022 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum verdreifacht – im Bereich Gas sogar versiebenfacht.

Zielgenau unterstützen

Die Energiepreiskrise ist die größte Verbraucherkrise seit Jahrzehnten. Der vzbv fordert Maßnahmen, die die Versorgung mit Strom und Gas sicherstellen, zielgerichtet die Geldbeutel der Verbraucher:innen entlasten und zugleich Anreize für mehr Klimaschutz setzen.

48 %

der Verbraucher:innen fühlen sich
**im Bereich Strom und Heizung eher
nicht bzw. gar nicht gut geschützt.**



76 %

der Menschen machen sich
Sorgen vor finanziellen Belastungen
im Zuge der Energiepreiskrise.

KLIMASCHUTZ & NACHHALTIGKEIT

Klimaschutz und Nachhaltigkeit weiter relevant

Klimaschutz und Nachhaltigkeit bleiben wichtige Themen für die Menschen: Fast neun von zehn Verbraucher:innen (88 Prozent) stimmen der Aussage voll und ganz bzw. eher zu, dass die Bundesregierung auch mit Blick auf die steigenden Energiepreise den Klimaschutz vorantreiben muss – zum Beispiel durch den Ausbau erneuerbarer Energien.

Klimaschutz als Gemeinschaftsaufgabe

Für mehr Klimaschutz sind Politik und Wirtschaft gefragt: Eine deutliche Mehrheit der Menschen (92 Prozent) gibt an, dass Wirtschaft und Unternehmen verantwortlich sind, für eine nachhaltige Entwicklung zu sorgen, in dem sie ihre Produkte, Dienstleistungen und Lieferketten anpassen. Fast ebenso viele Menschen (91 Prozent) sehen die Politik in der Verantwortung, durch Regeln und Standards für mehr Klimaschutz und Nachhaltigkeit einzustehen. Ein Großteil der Verbraucher:innen (88 Prozent) sieht sich aber auch selbst in der Verantwortung, durch das eigene Kaufverhalten und ihren Verbrauch Nachhaltigkeit zu fördern.

VERANTWORTUNG FÜR KLIMASCHUTZ UND NACHHALTIGKEIT

Die Menschen finden, dass Wirtschaft, Politik und Verbraucher:innen verantwortlich sind, für mehr Klimaschutz und eine nachhaltige Entwicklung zu sorgen.

Wirtschaft und Unternehmen,
indem sie ihre Produkte
und Lieferketten sowie
Dienstleistungen anpassen:



Politik, indem
Regeln und Standards
gesetzt werden:



Verbraucher:innen,
indem sie bei
Einkauf und Verbrauch
darauf achten:



Quelle: repräsentative Telefonumfrage von forsa im Auftrag des vzbv | Basis: 1.500 bundesweit befragte Personen ab 14 Jahren | Erhebungszeitraum August 2022 | Mehrfachnennungen möglich

Nachhaltigkeit in vielen Bereichen wichtig

Nachhaltigkeit ist dem Großteil der Verbraucher:innen (93 Prozent) besonders im Bereich Strom und Heizung sowie beim Kauf von Lebensmitteln sehr bzw. eher wichtig. Auch beim Kauf von langlebigen Konsumgütern (87 Prozent) wie Möbeln und beim Thema alltägliche Mobilität (86 Prozent) achten viele auf diesen Aspekt. Für gut sieben von zehn Befragten (71 Prozent) ist Nachhaltigkeit beim Kauf von Kommunikations- und Informationstechnik wie Smartphones oder Laptops sehr bzw. eher wichtig.

Nachhaltigkeitskennzeichnung notwendig

Für Verbraucher:innen sind nachhaltige Produkte oft nicht leicht zu erkennen. Sie können also gar nicht einschätzen, ob ihre Kaufentscheidung klimaverträglich ist. Verbraucher:innen wollen aber wissen, was sie kaufen: Neun von zehn Menschen (90 Prozent) stimmen zu, dass Produkte eine verbindliche und leicht verständliche Nachhaltigkeitskennzeichnung haben sollten.

Politik muss Klimaschutz ermöglichen

Verbraucher:innen werden das Klima nicht allein durch ihr Konsumverhalten retten. Die Politik muss durch Standards und gesetzliche Regelungen die Rahmenbedingungen schaffen, die es Verbraucher:innen ermöglichen, sich einfach für klimaverträgliche Produkte und Dienstleistungen entscheiden zu können.

88%

stimmen der Aussage voll und ganz bzw. eher zu, dass die Bundesregierung auch mit Blick auf steigende Energiepreise den **Klimaschutz vorantreiben** muss.



90%

der Menschen finden, dass Produkte eine **verbindliche und leicht verständliche Nachhaltigkeitskennzeichnung** brauchen.

MARKTBOBACHTUNG

Die Märkte im Blick

Die Verbraucherzentralen in den 16 Bundesländern mit ihren rund 200 Beratungsstellen sind für Verbraucher:innen oft die erste Anlaufstelle, wenn sie Probleme mit Produkten oder Anbietern haben. Der vzbv wertet diese Anfragen und Beschwerden sowohl quantitativ als auch qualitativ aus – die Bereiche Digitales, Energie und Finanzen hat er dabei besonders im Blick. So kann der Verband Probleme und Missstände frühzeitig aufdecken und wenn nötig auch rechtlich dagegen vorgehen.

Im ersten Halbjahr 2022 wurden in den Verbraucherzentralen insgesamt mehr als 120.000 Beschwerden registriert. Die meisten Beschwerden (33 Prozent) beziehen sich dabei auf Probleme mit Verträgen, etwa bei Käufen in Online-Shops oder Abos von Fitnessstudios. Zu den häufigsten Beschwerdegründen zählen untergeschobene oder ungewollte Verträge.



ENERGIE 28.255 BESCHWERDEN

Die Energiepreiskrise ist längst auch in den Verbraucherzentralen angekommen. Dort haben die Beschwerden zu Strom und Gas im ersten Halbjahr im Vergleich zum Vorjahreszeitraum deutlich zugenommen. Zusammen machen sie gut ein Fünftel (22 Prozent) der Gesamtbeschwerden aus. Am häufigsten beschweren sich Verbraucher:innen über Preiserhöhungen und untergeschobene Verträge.



DIGITALES 34.545 BESCHWERDEN

Schwarze Schafe sind nicht nur in der realen, sondern auch in der digitalen Welt unterwegs. 29 Prozent aller Beschwerden in den Verbraucherzentralen beziehen sich auf den Bereich Digitales. Besonders viel Ärger haben Verbraucher:innen mit Internet-, Festnetz- und Mobilfunkverträgen. Hauptgrund auch hier: untergeschobene oder ungewollte Verträge.



FINANZEN

18.728 BESCHWERDEN

Wo es ums Geld geht, kann es für Verbraucher:innen schnell unübersichtlich werden. Besonders dann, wenn Gebühren oder Klauseln angepasst werden. Am häufigsten beschweren sich Verbraucher:innen über Zinsanpassungen von laufenden Sparverträgen. Sie machen rund 19 Prozent aller Beschwerden im Finanzbereich aus. Auf Platz zwei folgt die Preiserhöhung von Girokonten.



GESUNDHEIT & PFLEGE

2.645 BESCHWERDEN

Die gesundheitliche und pflegerische Versorgung sollte sich stets am Bedarf der Patient:innen orientieren. Das ist in der Realität nicht immer der Fall. Probleme haben Verbraucher:innen vor allem mit Kostenträgern wie Kranken- und Pflegekassen (46 Prozent aller Beschwerden im Gesundheitssektor). Hauptgründe sind der Umgang mit Behandlungsfehlern und verweigerte Bewilligungen.



MOBILITÄT & REISEN

4.992 BESCHWERDEN

Abgesagte Reisen sind für sich schon ein großes Ärgernis. Wenn man dann noch seinem Geld hinterherlaufen muss, wird der Frust noch größer. Gut jede fünfte Beschwerde (22 Prozent) im Reisebereich bezieht sich auf die Rückerstattung von abgesagten Flügen oder Pauschalreisen. Auch über Leistungsänderungen oder hohe Stornokosten beschweren sich Verbraucher:innen regelmäßig.



LEBENSMITTEL

1.564 BESCHWERDEN

Der Markt von Vitaminpräparaten wächst stetig. Nicht alle Unternehmen agieren dabei seriös. In den Verbraucherzentralen beschweren sich die Menschen mit Abstand am häufigsten über Nahrungsergänzungsmittel (32 Prozent aller Beschwerden im Lebensmittelbereich). Sie ärgern sich vor allem über untergeschobene Verträge oder unbestellte Waren und über die Qualität der Produkte.

DATENGRUNDLAGE & METHODIK

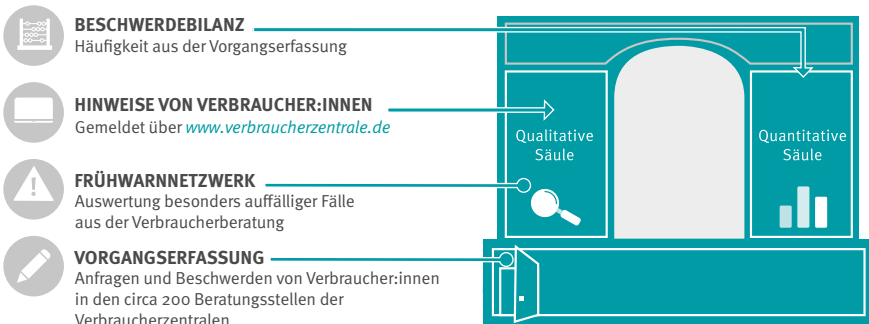
Repräsentative Umfrage

Für den Verbraucherreport führte forsa im Auftrag des vzbv eine repräsentative Telefonumfrage mit 1.500 Personen durch (CATI Dual-Frame). Berücksichtigt wurden alle deutschsprachigen Menschen ab 14 Jahren in Privathaushalten. Erhebungszeitraum des aktuellen Verbraucherreports war der 4. bis 26. August 2022. Die statistische Fehlertoleranz liegt bei ± 3 Prozentpunkte in der Gesamtstichprobe.

Marktbeobachtung

Die Expert:innen des vzbv beobachten das Marktgeschehen und sammeln Hinweise auf Fehlentwicklungen und Missstände. Grundlage bilden insbesondere die Anfragen und Beschwerden aus den bundesweit 16 Verbraucherzentralen. Diese werden dokumentiert und anschließend quantitativ ausgewertet. Hinzu kommen besonders auffällige Fälle aus der Verbraucherberatung, die sich der vzbv qualitativ genauer anschaut. Direkte Rückschlüsse auf die Häufigkeit des Vorkommens bestimmter Verbraucherprobleme in der Gesamtbevölkerung sind daraus nicht ableitbar.

DIE ZWEI SÄULEN DER MARKTBEOBACHTUNG



WEITERE INFORMATIONEN



www.verbraucherreport.de

Auf der Webseite des vzbv finden Sie die ausführlichen Ergebnisse des Verbraucherreports sowie weitere Zahlen, Daten und Fakten zur Lage der Verbraucher:innen – anschaulich aufbereitet mit Infografiken und einem Video. Dort erfahren Sie noch mehr über die alltäglichen Sorgen und Probleme der Menschen und die Arbeit des Verbraucherzentrale Bundesverbands.



PRESSESTELLE

Service für Journalist:innen
Leiterin Team Kommunikation
und Pressesprecherin: Franka Kühn

(030) 258 00-525
Presse@vzbv.de
www.vzbv.de

www.twitter.com/vzbv
www.youtube.com/vzbv

DER VZBV AUF TWITTER



Verbraucherzentrale
[@vzbv](https://twitter.com/vzbv)



Ramona Pop
[@RamonaPop](https://twitter.com/RamonaPop)

Mitarbeiter:innen des vzbv auf Twitter abonnieren:
www.twitter.com/vzbv/lists/vzbv-mitarbeiter-innen

IMPRESSUM

Herausgeber:

Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv)
 Rudi-Dutschke-Straße 17, 10969 Berlin
 Tel.: (030) 258 00-0
 Fax: (030) 258 00 518
 info@vzbv.de
 www.vzbv.de

Gefördert durch:



Bundesministerium
 für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit
 und Verbraucherschutz

aufgrund eines Beschlusses
 des Deutschen Bundestages

Für den Inhalt verantwortlich:

Ramona Pop, Vorständin
 Verbraucherzentrale Bundesverband e. V.

Redaktion und Text:

Carolin Modla & Thomas Räuchle,
 Verbraucherzentrale Bundesverband e. V.

Gestaltung:

konstruktiv Gmbh
 www.konstruktiv.de

Druck:

Buch- und Offsetdruckerei Häuser GmbH & Co. KG
 www.haeuserdruck.de

Redaktionsschluss:

September 2022

Gedruckt auf 100 Prozent Recyclingpapier

© 2022 Verbraucherzentrale Bundesverband e. V.

