

VERBRAUCHERREPORT 2023

Die Lage der Verbraucher:innen

UNTERSUCHUNGSDESIGN

Befragungsmethode:	Telefonbefragung, Dual Frame Stichprobe (Festnetz + Mobilfunk).
Grundgesamtheit:	Deutschsprachige Personen ab 14 Jahre in Privathaushalten in Deutschland.
Stichprobengröße:	2021, 2022 und 2023: jeweils 1.500 Personen
Gewichtung:	Bevölkerungsrepräsentativ 14 Jahre und älter, gewichtet nach Region, Alter, Geschlecht und Bildung sowie Dual Frame Gewicht.
Statistische Fehlertoleranz:	max. \pm 3 Prozentpunkte in der Gesamtstichprobe.
Befragungszeitraum:	2021: 19. Juli bis 6. August 2021 2022: 4. August bis 26. August 2022 2023: 11. April bis 27. April 2023
Institut:	forsa GmbH, Berlin
Hinweis:	Die Summe der einzelnen Prozentwerte kann rundungsbedingt von 100 Prozent abweichen. Ebenso kann die Summe mehrerer Antwortkategorien rundungsbedingt von der Addition der dargestellten Einzelwerte abweichen.

ZUSAMMENFASSUNG (1/2)

Das Thema Verbraucherschutz hat für die Befragten wie bereits in den Vorjahren eine sehr hohe Relevanz: 88 Prozent erachten das Thema als „sehr wichtig“ bzw. „eher wichtig“.

72 Prozent sind der Auffassung, dass ihre Verbraucherinteressen im Großen und Ganzen (sehr bzw. eher) gut geschützt sind. Insbesondere im Bereich «Reisen und Verkehr» ist das empfundene Schutzniveau hoch (73 Prozent „sehr bzw. eher gut“ geschützt). Im Bereich «Internet und Digitalisierung» besteht – wie schon in den Vorjahren – auch weiterhin Verbesserungsbedarf: 51 Prozent sehen ihre Interessen hier derzeit „eher nicht gut“ bzw. „gar nicht“ geschützt.

Der Schutz der Verbraucherinteressen liegt nach Ansicht der Befragten zuerst in der Verantwortung der Politik (82 Prozent „in sehr/eher starkem“ Maße). Aber auch den anderen Akteuren – den Verbraucherorganisationen (79 Prozent), Handel und Herstellern (77 Prozent) und nicht zuletzt auch den Verbrauchern selbst (76 Prozent) – wird hohe Verantwortung zugeschrieben.

Das größte Vertrauen beim Verbraucherschutz genießen Freunde und Familie (86 Prozent „sehr/eher starkes“ Vertrauen). Verbraucherorganisationen folgen – mit erkennbarem Abstand (68 Prozent) – an zweiter Stelle vor den Rechtsanwälten (58 Prozent). Die Reihenfolge dieser Personen bzw. Institutionen hat sich im Vergleich zu den beiden Vorjahren 2021 und 2022 nicht verändert.

Mit Blick auf die gestiegenen Preise stimmen 87 Prozent der Befragten (voll und ganz bzw. eher) der Aussage zu, dass insbesondere Menschen mit geringem Einkommen vom Staat entlastet werden sollten.

ZUSAMMENFASSUNG (2/2)

Die deutliche Mehrheit (76 Prozent) gibt an, ihren Energieverbrauch als Reaktion auf steigende Preise einzuschränken. 61 Prozent schränken sich bei Gastronomiebesuchen ein. Immerhin noch 44 Prozent beim Einkauf von Lebensmitteln.

Gut neun von zehn Befragten (91 Prozent) sind voll und ganz oder eher der Meinung, dass die Bundesregierung stärker in den ÖPNV investieren muss. 82 Prozent sind (voll und ganz oder eher) der Auffassung, dass Mobilität auch ohne eigenes Auto möglich sein muss.

Zur Weitergabe von Mobilitätsdaten erklärt sich jeweils nur eine Minderheit bereit: Am ehesten wären die Befragten bereit Mobilitätsdaten weiterzugeben, wenn dadurch der Verkehrsfluss besser gelenkt wird (47 Prozent) oder wenn es ihnen bei Verkehrsmittelwahl und Routenplanung hilft (47 Prozent).

Die deutliche Mehrheit (96 Prozent) hält das Deutschland-Ticket (voll und ganz oder eher) für eine gute Sache. Gut drei von zehn Befragten (31 Prozent) geben an, sich das Deutschland-Ticket im Laufe des Jahres kaufen zu wollen.

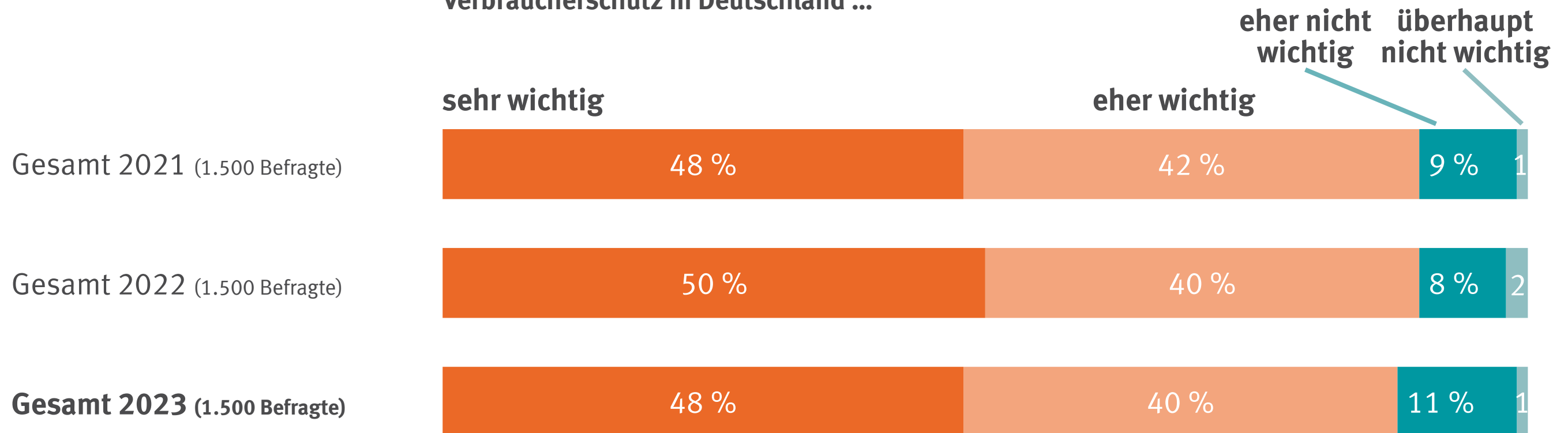
Ein attraktiver ÖNPV zeichnet sich für die Mehrheit der Befragten durch hohe Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit (91 Prozent), verlässliche Informationen im Störfall (90 Prozent) sowie ein übersichtliches Tarifsystem (87 Prozent) aus.

Mehr als neun von zehn Befragten (92 Prozent) sind (voll und ganz oder eher) der Meinung, dass Fluggäste bei Flugausfall oder Verspätungen schnell und automatisiert entschädigt werden sollten.

WICHTIGKEIT DES VERBRAUCHERSCHUTZES – ZEITVERGLEICH

Das Thema Verbraucherschutz hat für die Bürger:innen wie bereits in den Vorjahren eine sehr hohe Relevanz.

Für die persönliche Sicherheit als Verbraucher ist der Verbraucherschutz in Deutschland ...



verbraucherzentrale

Bundesverband

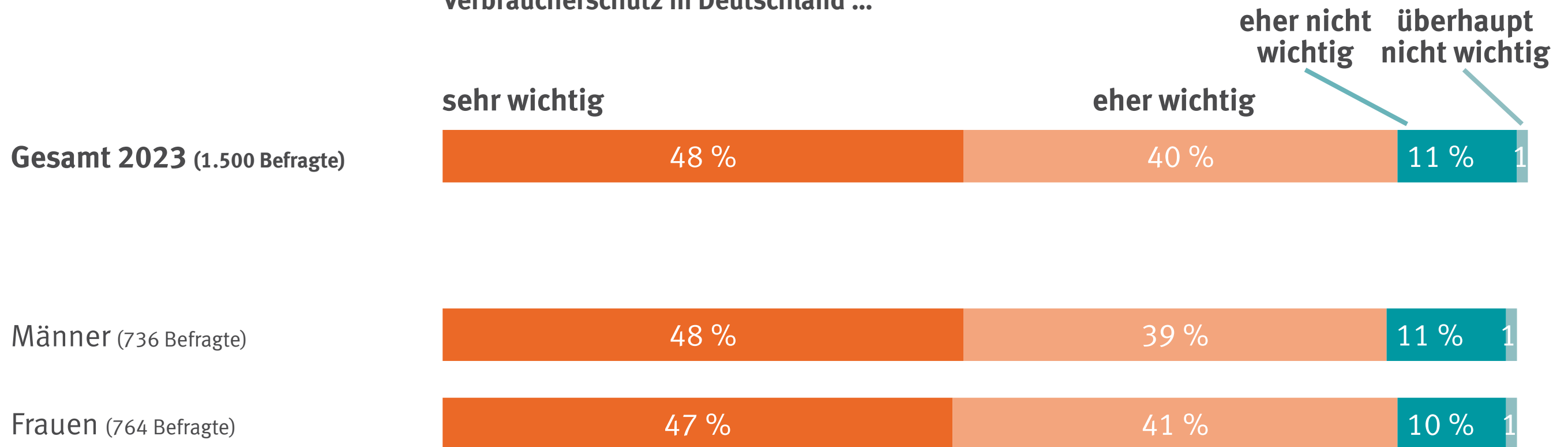
Basis: jeweils alle Befragten

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

WICHTIGKEIT DES VERBRAUCHERSCHUTZES – 2023 (1/2)

Das Thema Verbraucherschutz ist für die Bürger:innen wie bereits in den Vorjahren sehr relevant. Es bestehen kaum Unterschiede bei dieser Einschätzung zwischen Männern und Frauen.

Für die persönliche Sicherheit als Verbraucher ist der Verbraucherschutz in Deutschland ...



verbraucherzentrale

Bundesverband

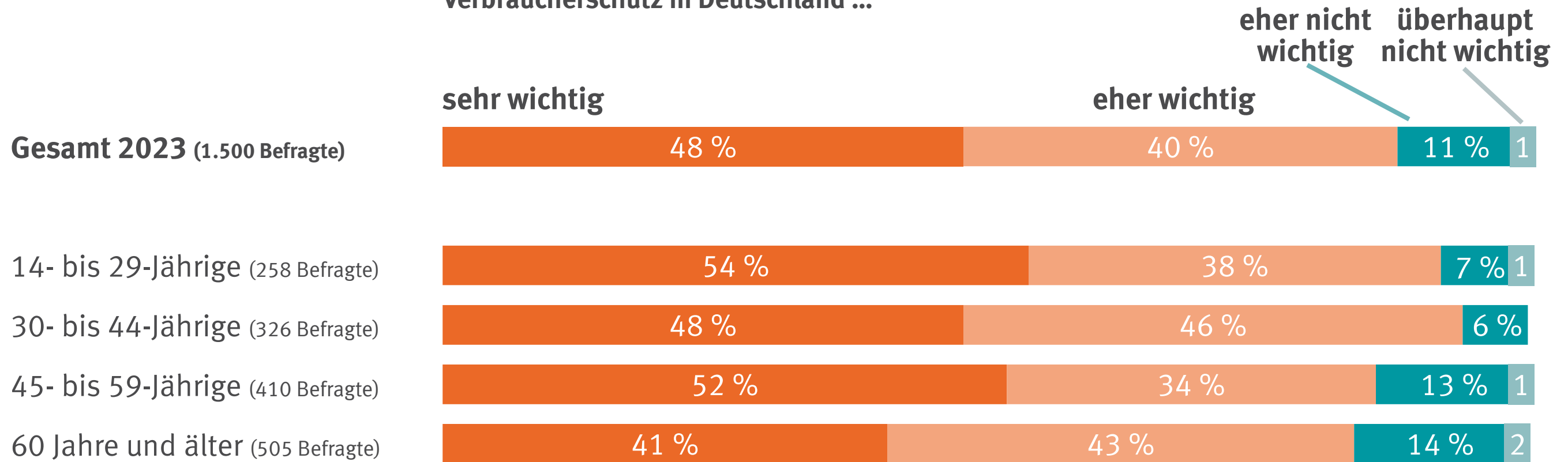
Basis: 1.500 Befragte

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

WICHTIGKEIT DES VERBRAUCHERSCHUTZES – 2023 (2/2)

Das Thema Verbraucherschutz ist für die Bürger:innen wie bereits in den Vorjahren sehr relevant. Jüngere Befragte (14 bis 29 Jahre) messen dem Thema eine höhere Wichtigkeit bei als Befragte über 60 Jahre.

Für die persönliche Sicherheit als Verbraucher ist der Verbraucherschutz in Deutschland ...

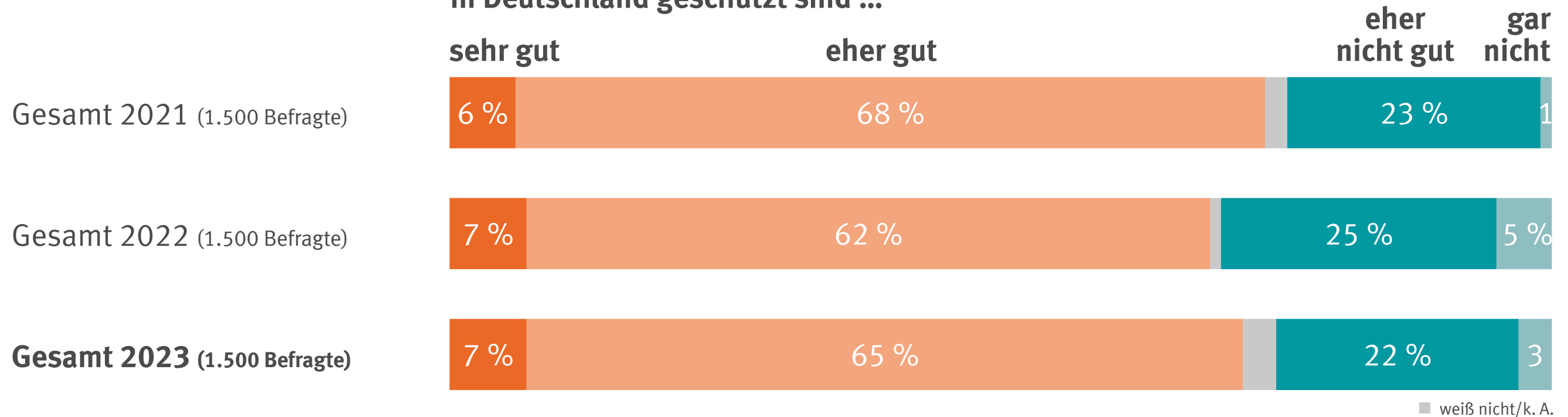


SCHUTZ VON VERBRAUCHERINTERESSEN IN DEUTSCHLAND

ALLGEMEIN – ZEITVERGLEICH

72 Prozent sind aktuell der Auffassung, dass ihre Verbraucherinteressen im Großen und Ganzen (sehr bzw. eher) gut geschützt sind.

Es sind der Meinung, dass ihre Interessen als Verbraucher in Deutschland geschützt sind ...



■ weiß nicht/k. A.

verbraucherzentrale

Bundesverband

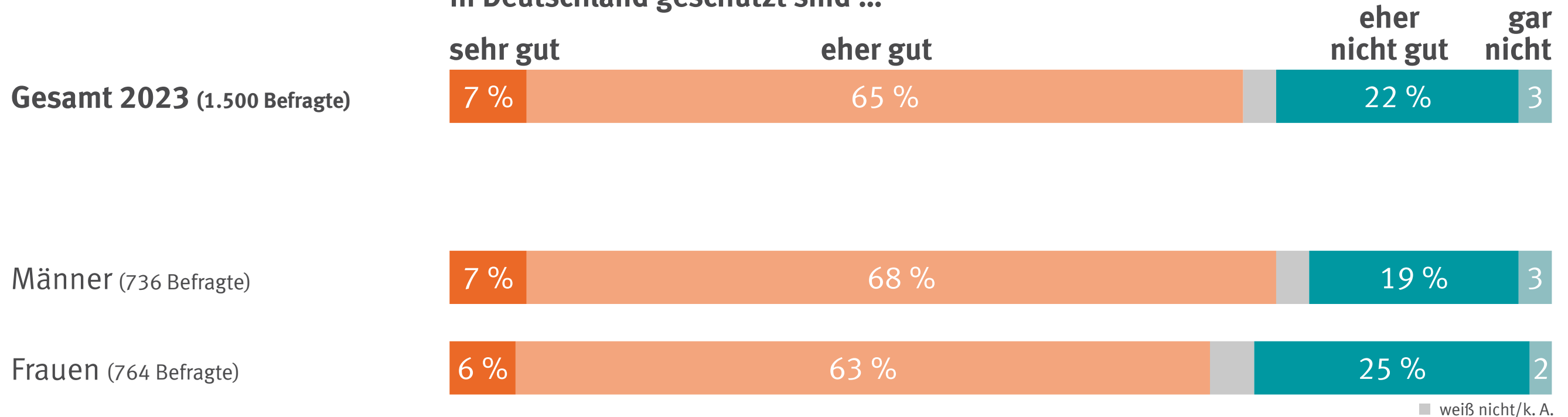
Basis: jeweils alle Befragten

Frage: „Wenn Sie einmal an Verbraucherschutz in Deutschland ganz allg. denken: Wie gut meinen Sie sind im Großen und Ganzen Ihre Interessen als Verbraucher geschützt? Sehr gut, eher gut, eher nicht gut oder gar nicht?“

SCHUTZ VON VERBRAUCHERINTERESSEN IN DEUTSCHLAND ALLGEMEIN – 2023 (1/2)

Keine signifikanten Unterschiede zwischen Frauen und Männern bei dieser Einschätzung.

Es sind der Meinung, dass ihre Interessen als Verbraucher
in Deutschland geschützt sind ...



weiß nicht/k. A.

verbraucherzentrale

Bundesverband

Basis: 1.500 Befragte

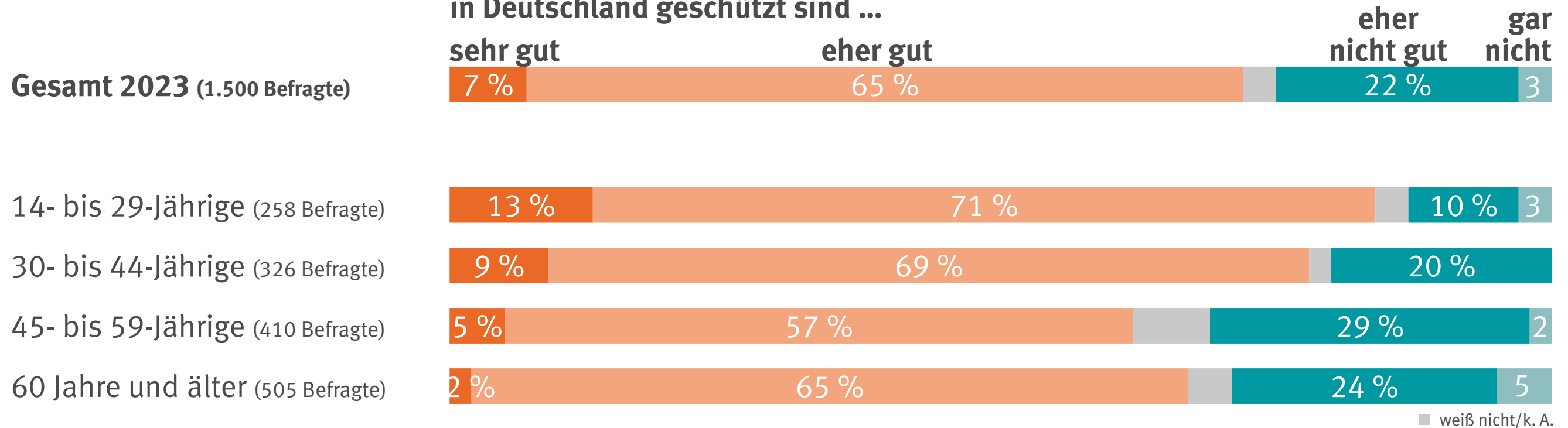
Frage: „Wenn Sie einmal an Verbraucherschutz in Deutschland ganz allg. denken: Wie gut meinen Sie sind im Großen und Ganzen Ihre Interessen als Verbraucher geschützt? Sehr gut, eher gut, eher nicht gut oder gar nicht?“

SCHUTZ VON VERBRAUCHERINTERESSEN IN DEUTSCHLAND

ALLGEMEIN – 2023 (2/2)

72 Prozent sind der Auffassung, dass ihre Verbraucherinteressen im Großen und Ganzen (sehr bzw. eher) gut geschützt sind. 14- bis 29-Jährige Befragte meinen dies überdurchschnittlich häufig.

Es sind der Meinung, dass ihre Interessen als Verbraucher in Deutschland geschützt sind ...



■ weiß nicht/k. A.

verbraucherzentrale

Bundesverband

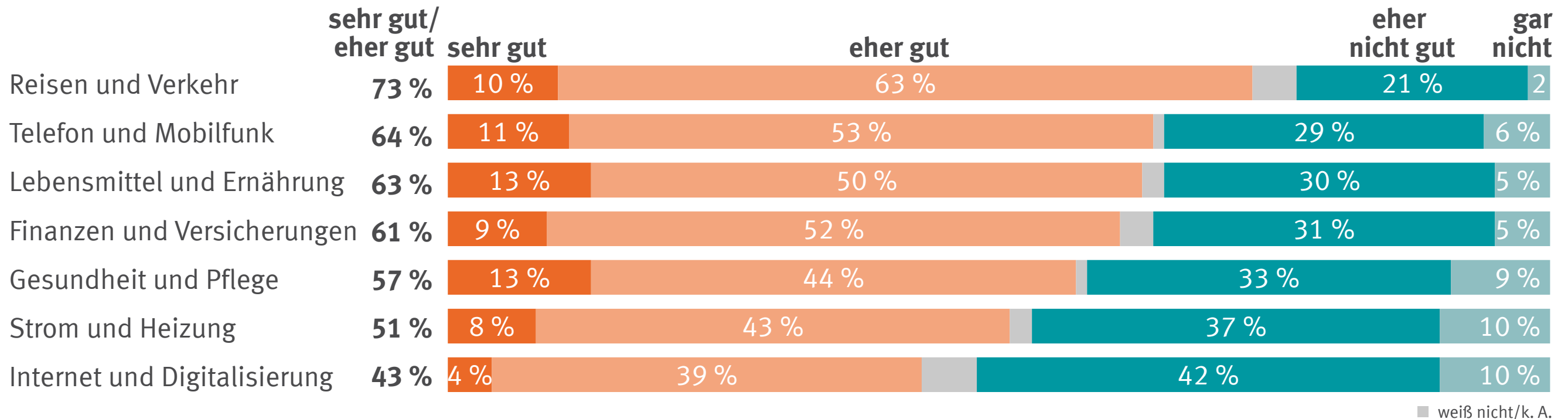
Basis: 1.500 Befragte

Frage: „Wenn Sie einmal an Verbraucherschutz in Deutschland ganz allg. denken: Wie gut meinen Sie sind im Großen und Ganzen Ihre Interessen als Verbraucher geschützt? Sehr gut, eher gut, eher nicht gut oder gar nicht?“

SCHUTZ VON VERBRAUCHERINTERESSEN IN EINZELNEN LEBENSBEREICHEN – 2023

Im Bereich «Internet und Digitalisierung» bleibt das empfundene Schutz-Niveau erkennbar hinter den anderen untersuchten Lebensbereichen zurück.

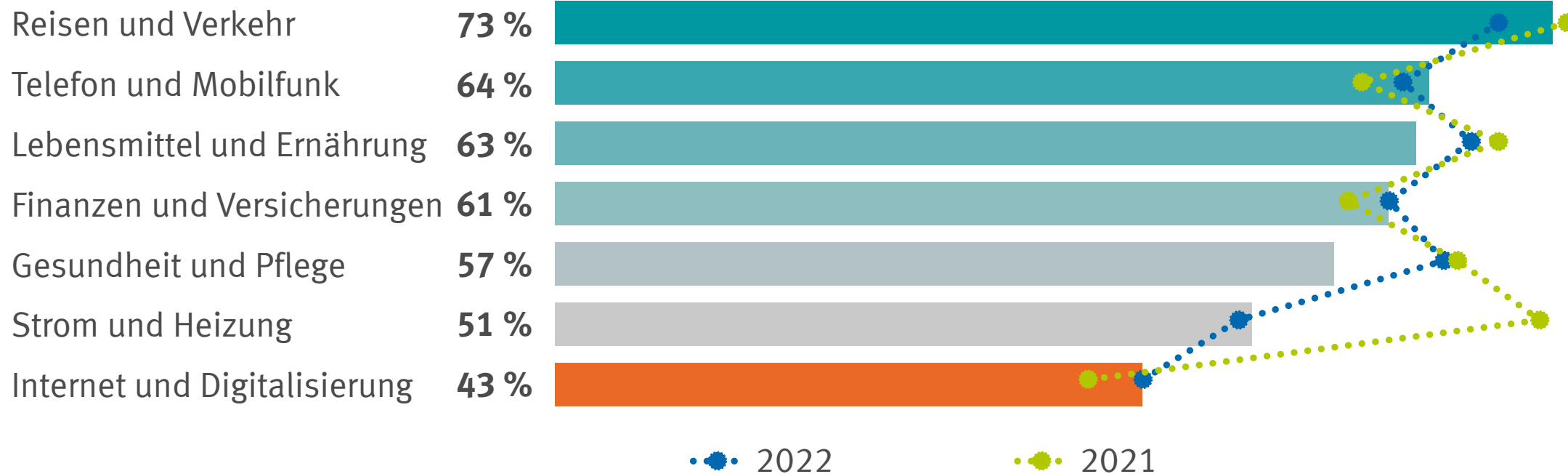
Die Interessen als Verbraucher sind im jeweiligen Lebensbereich geschützt ...



SCHUTZ VON VERBRAUCHERINTERESSEN IN EINZELNEN LEBENSBEREICHEN – ZEITVERGLEICH

Bereits in den Vorjahren war der Bereich «Internet und Digitalisierung» derjenige mit dem geringsten empfundenen Schutz-Niveau.

Die Interessen als Verbraucher sind im jeweiligen Lebensbereich sehr/eher gut geschützt

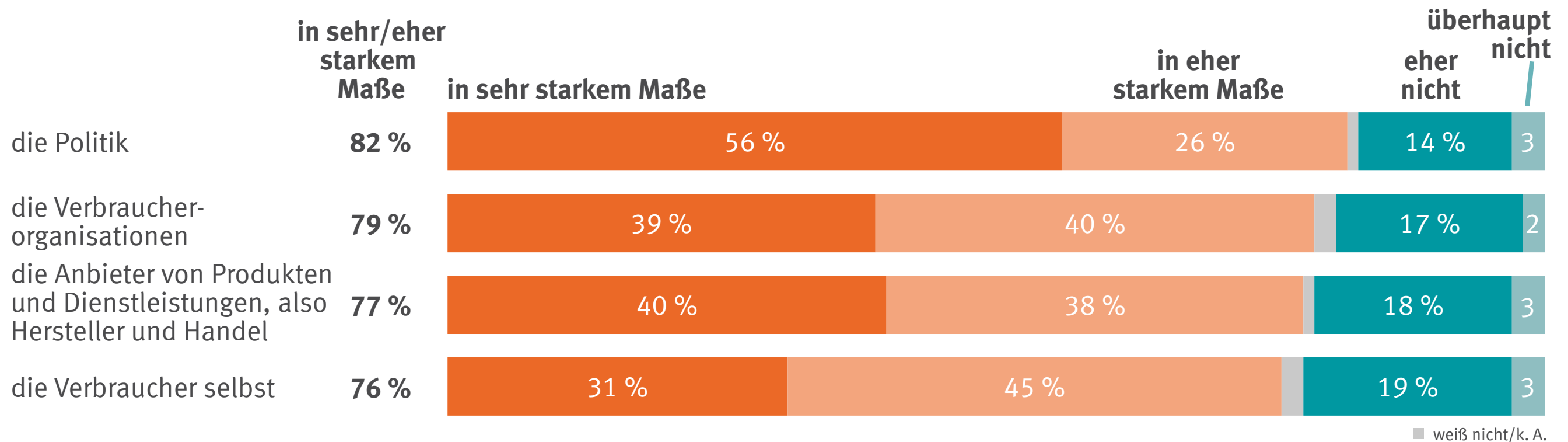


Basis: jeweils 1.500 Befragte
Frage: „Und wie ist das in den verschiedenen Lebensbereichen: Wie gut meinen Sie sind Ihre Interessen als Verbraucher in Deutschland in den folgenden Bereichen geschützt?“

VERANTWORTUNG FÜR DEN VERBRAUCHERSCHUTZ – 2023

Der Schutz der Verbraucherinteressen liegt nach Ansicht der Befragten zuerst in der Verantwortung der Politik. Aber auch den anderen Akteuren wird hohe Verantwortung zugeschrieben.

Für den Schutz der Interessen der Verbraucher in Deutschland sind verantwortlich ...



verbraucherzentrale

Bundesverband

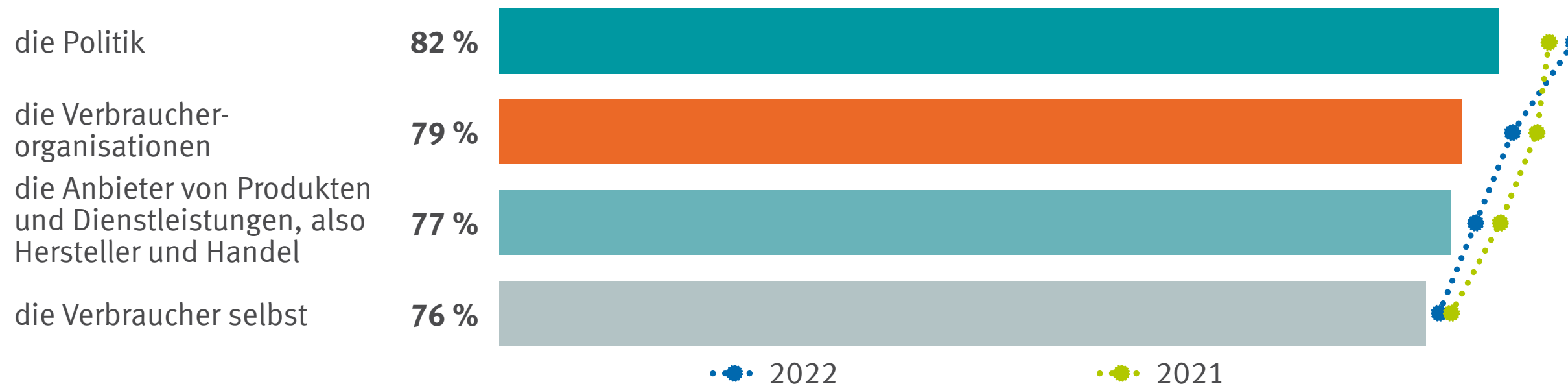
Basis: 1.500 Befragte

Frage: „Inwieweit sind die folgenden Akteure Ihrer Meinung nach dafür verantwortlich, die Interessen der Verbraucher in Deutschland zu schützen? In sehr starkem Maße verantwortlich, in eher starkem Maße, eher nicht oder überhaupt nicht verantwortlich?“

VERANTWORTUNG FÜR DEN VERBRAUCHERSCHUTZ - ZEITVERGLEICH

Für den Schutz ihrer Interessen sehen die Verbraucher:innen alle Akteure – auch sich selbst – in hohem Maße verantwortlich. Im Vergleich zu den beiden Vorjahren geht die Beurteilung geringfügig zurück.

Für den Schutz der Interessen der Verbraucher in Deutschland sind in sehr/eher starkem Maße verantwortlich ...



verbraucherzentrale

Bundesverband

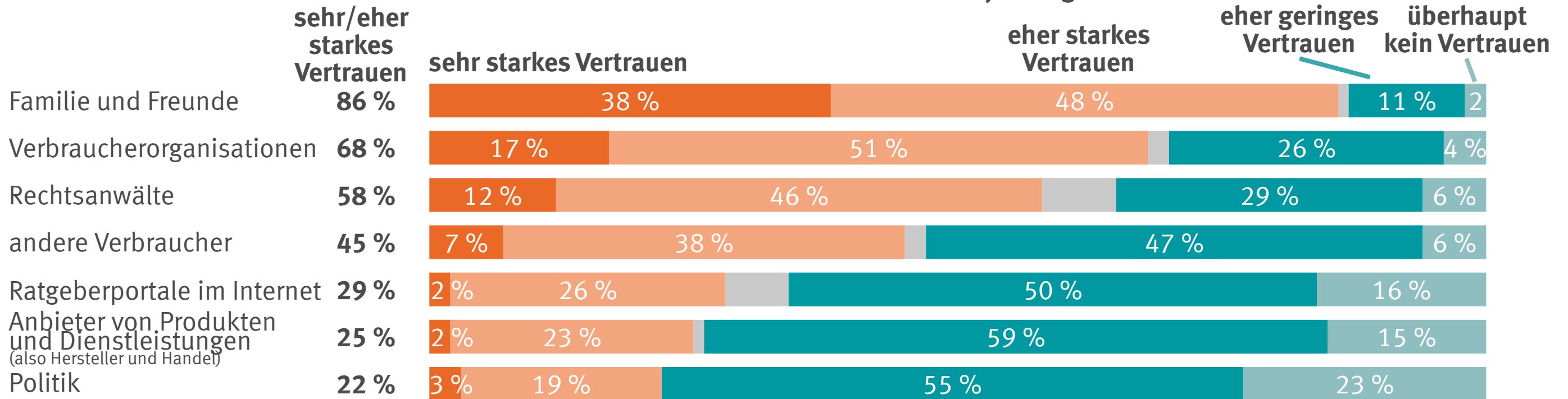
Basis: jeweils 1.500 Befragte

Frage: „Inwieweit sind die folgenden Akteure Ihrer Meinung nach dafür verantwortlich, die Interessen der Verbraucher in Deutschland zu schützen? In sehr starkem Maße verantwortlich, in eher starkem Maße, eher nicht oder überhaupt nicht verantwortlich?“

VERTRAUEN ZU PERSONEN UND INSTITUTIONEN BEIM VERBRAUCHERSCHUTZ – 2023

Das größte Vertrauen genießen beim Verbraucherschutz Freunde und Familie. Verbraucherorganisationen folgen – mit erkennbarem Abstand – an zweiter Stelle.

Es haben beim Thema Verbraucherschutz zu den jeweiligen Personen oder Institutionen ...

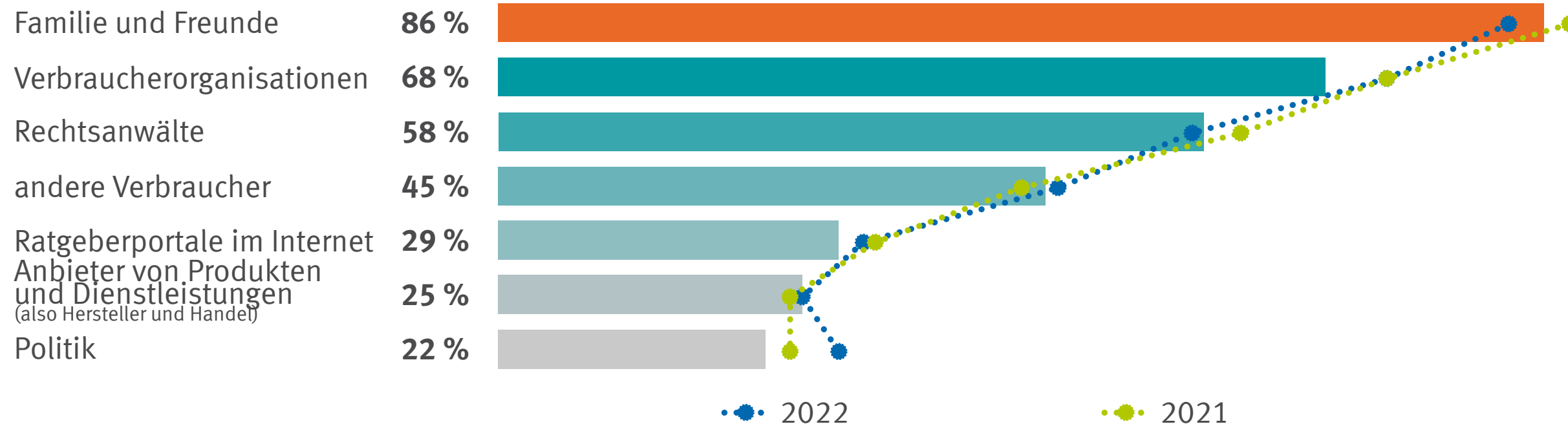


■ weiß nicht/k. A.

VERTRAUEN ZU PERSONEN UND INSTITUTIONEN BEIM VERBRAUCHERSCHUTZ – ZEITVERGLEICH

Die Rangfolge der drei Gruppen und Institutionen, die das größte Vertrauen genießen, ist im Zeitvergleich unverändert.

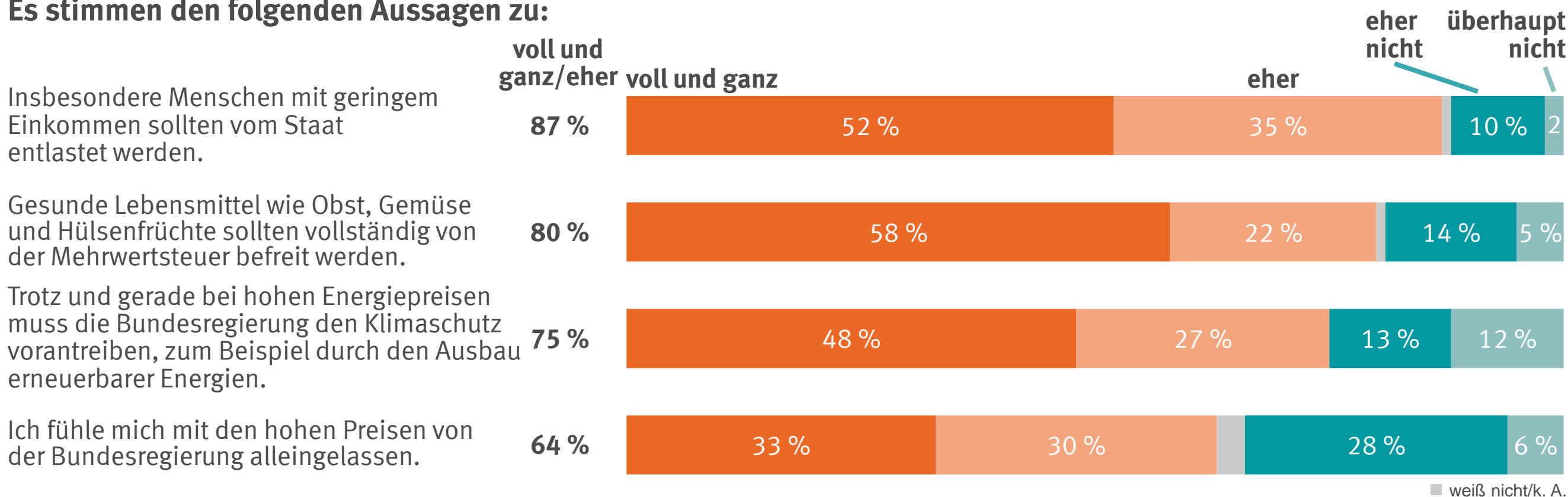
Es haben beim Thema Verbraucherschutz zu den jeweiligen Personen oder Institutionen sehr/eher starkes Vertrauen:



INFLATION IN DEUTSCHLAND

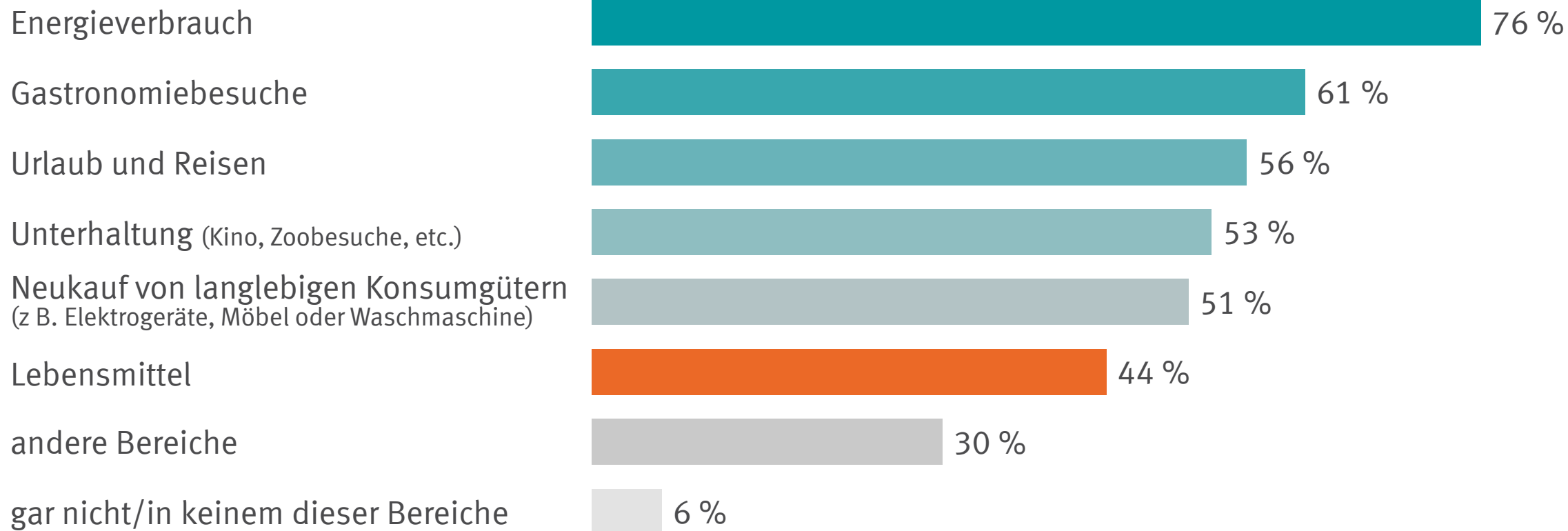
87 Prozent der Befragten meinen, dass mit Blick auf die gestiegenen Preise insbesondere Menschen mit geringem Einkommen vom Staat entlastet werden sollten.

Es stimmen den folgenden Aussagen zu:



EINSCHRÄNKUNG AUFGRUND STEIGENDER PREISE

Die deutliche Mehrheit gibt an, ihren Energieverbrauch als Reaktion auf steigende Preise einzuschränken.



verbraucherzentrale

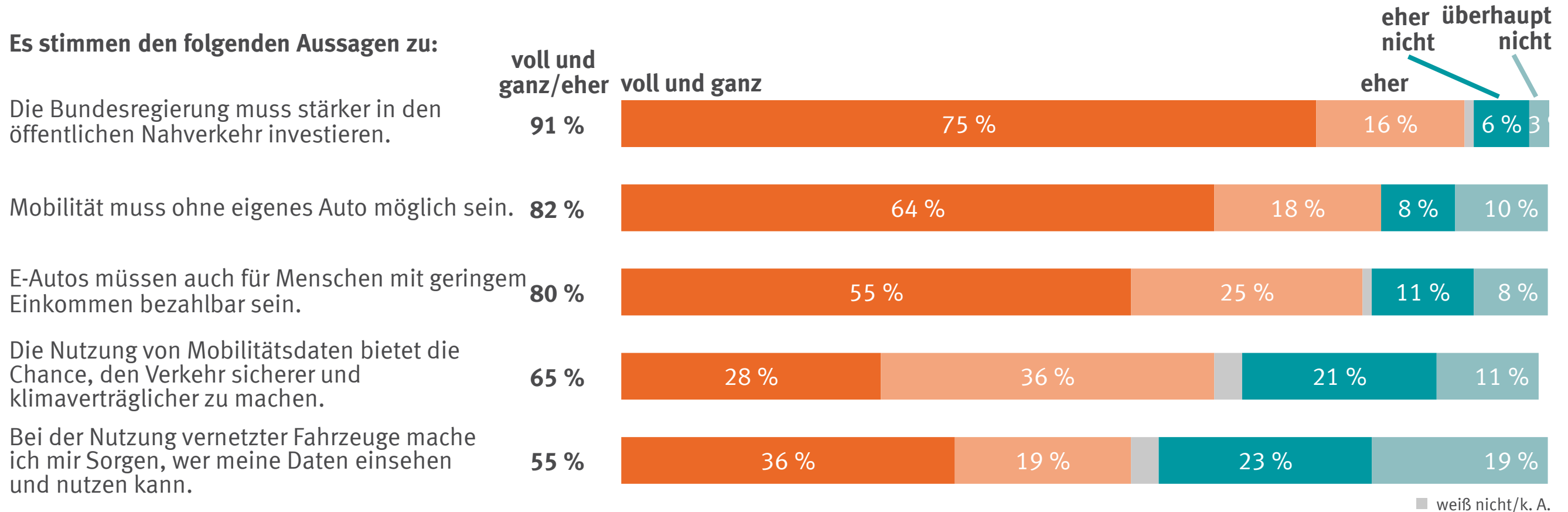
Bundesverband

Basis: 1.500 Befragte

Frage: „In welchem Bereich schränken Sie sich mit Blick auf die steigenden Preise ein?“ (Mehrfachnennungen möglich)

MOBILITÄT

Gut neun von zehn Befragten (91 Prozent) sind voll und ganz oder eher der Meinung, dass die Bundesregierung stärker in den ÖPNV investieren muss.



BEREITSCHAFT ZUR WEITERGABE VON MOBILITÄTSDATEN

Am ehesten wären die Befragten bereit, Mobilitätsdaten weiterzugeben, wenn dadurch der Verkehrsfluss besser gelenkt wird oder wenn es ihnen bei Verkehrsmittelwahl und Routenplanung hilft.

Es sind bereit, Ihre Mobilitätsdaten weiterzugeben, ...

um den Verkehrsfluss im Allgemeinen besser planen und lenken zu können.



um sich selbst bei der Wahl des Verkehrsmittels und der Routenplanung zu helfen.



um Kosten zu sparen.



um die Entwicklung neuer Funktionen für Fahrzeuge zu unterstützen.



immer.



unter keiner dieser Bedingungen.



gar nicht.



verbraucherzentrale

Bundesverband

Basis: 1.500 Befragte

Frage: „Unter welchen der folgenden Bedingungen wären Sie persönlich bereit, Ihre Mobilitätsdaten, also Daten darüber, wann und wie Sie sich von A nach B mit welchem Verkehrsmittel bewegen, weiterzugeben“ (Mehrfachnennungen möglich)

DEUTSCHLAND-TICKET (1/2)

Die deutliche Mehrheit (96 Prozent) hält das Deutschland-Ticket (voll und ganz oder eher) für eine gute Sache.

Es stimmen den folgenden Aussagen zu:

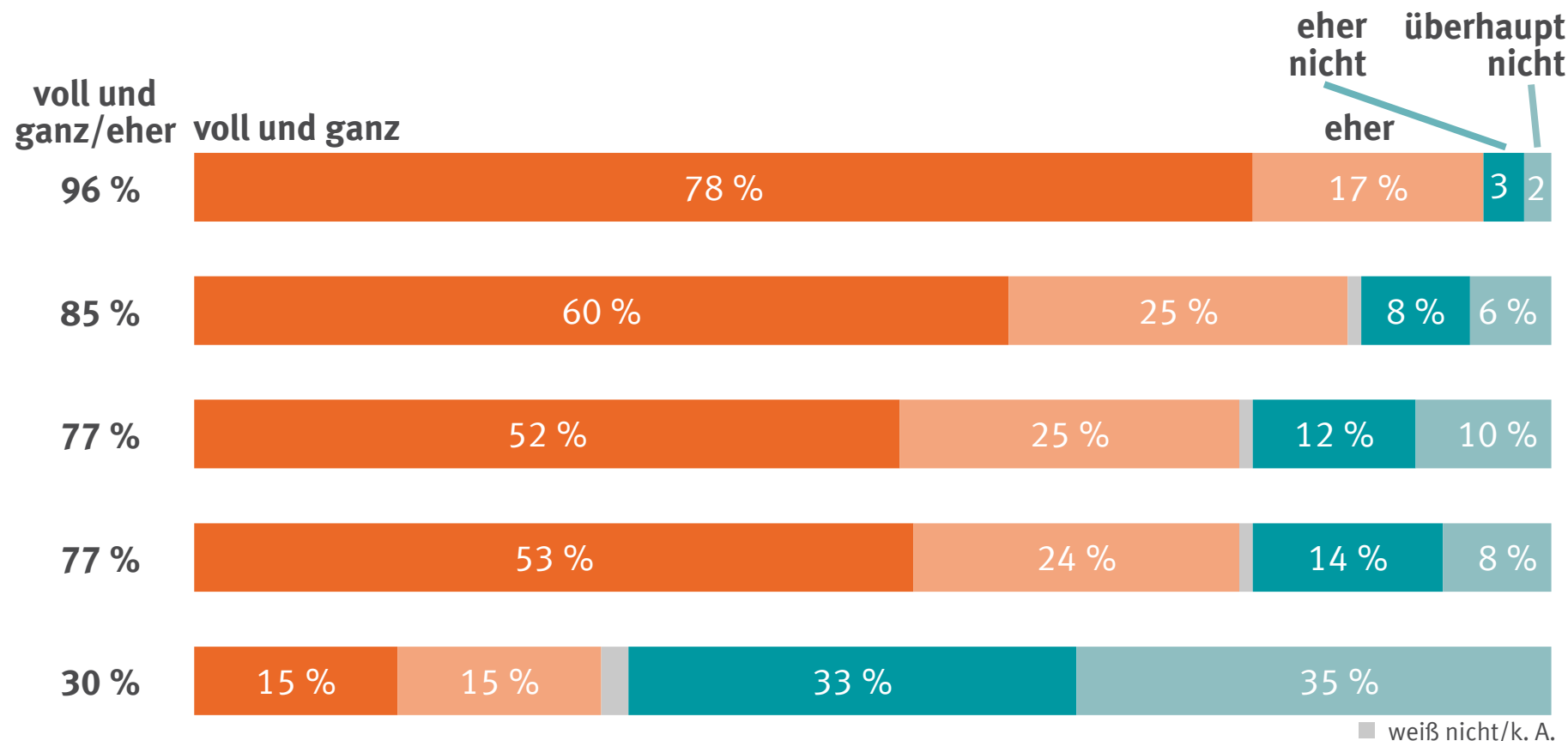
Das Deutschland-Ticket ist grundsätzlich eine gute Sache.

Die Mitnahme von weiteren Personen oder Fahrrädern sollte gegen Aufpreis mit dem Deutschland-Ticket möglich sein.

Menschen mit geringem Einkommen sollten das Deutschland-Ticket zu einem reduzierten Preis kaufen können.

Familien sollten das Deutschland-Ticket in allen Bundesländern zu einem reduzierten Preis erwerben können.

Das Deutschland-Ticket ist zu teuer.



verbraucherzentrale
Bundesverband

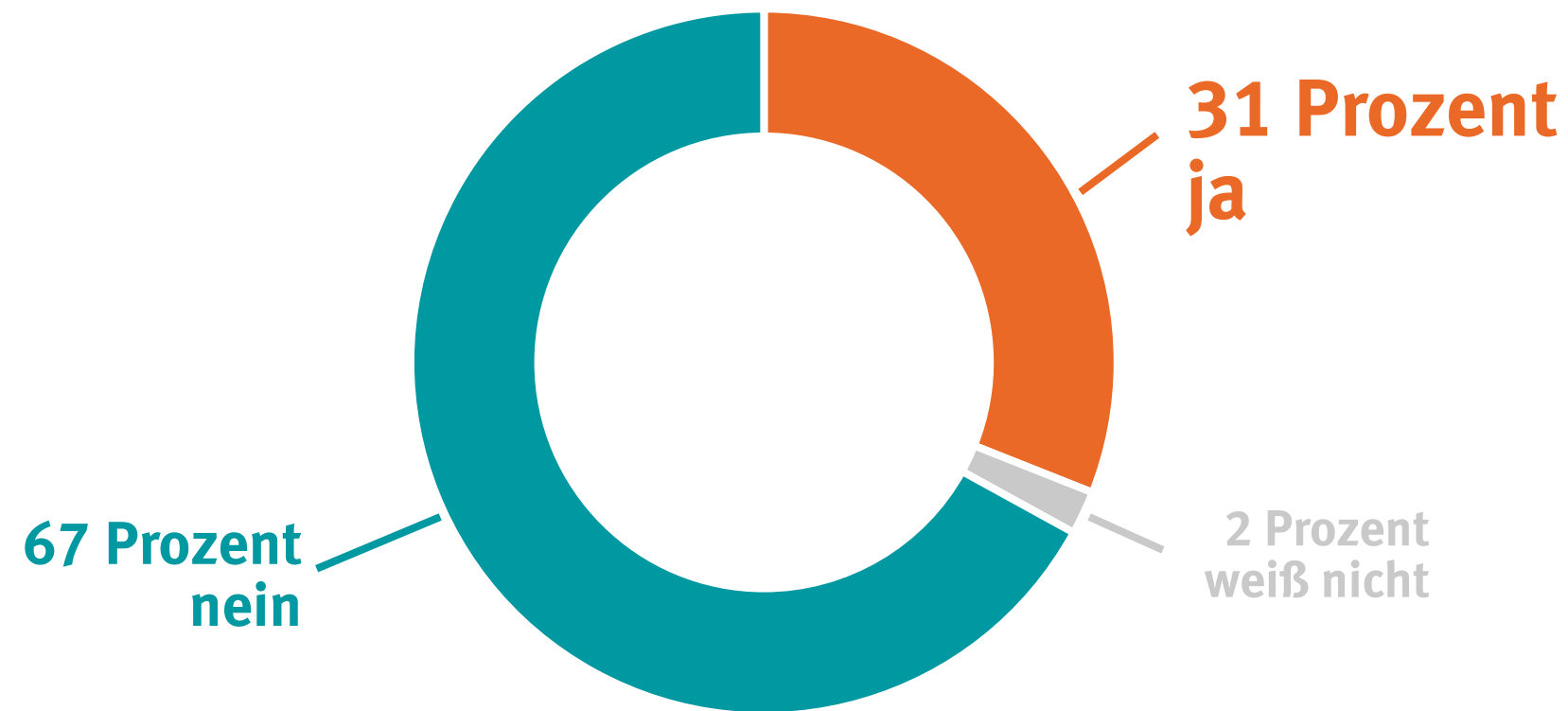
Basis: 1.500 Befragte

Frage: „Mit dem Deutschland-Ticket können Verbraucher ab 1. Mai für 49 Euro im Monat alle öffentlichen Verkehrsmittel, inklusive Regionalverkehr, in ganz Deutschland nutzen. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?“

DEUTSCHLAND-TICKET (2/2)

Gut drei von zehn Befragten (31 Prozent) geben an, sich das Deutschland-Ticket im Laufe des Jahres kaufen zu wollen.

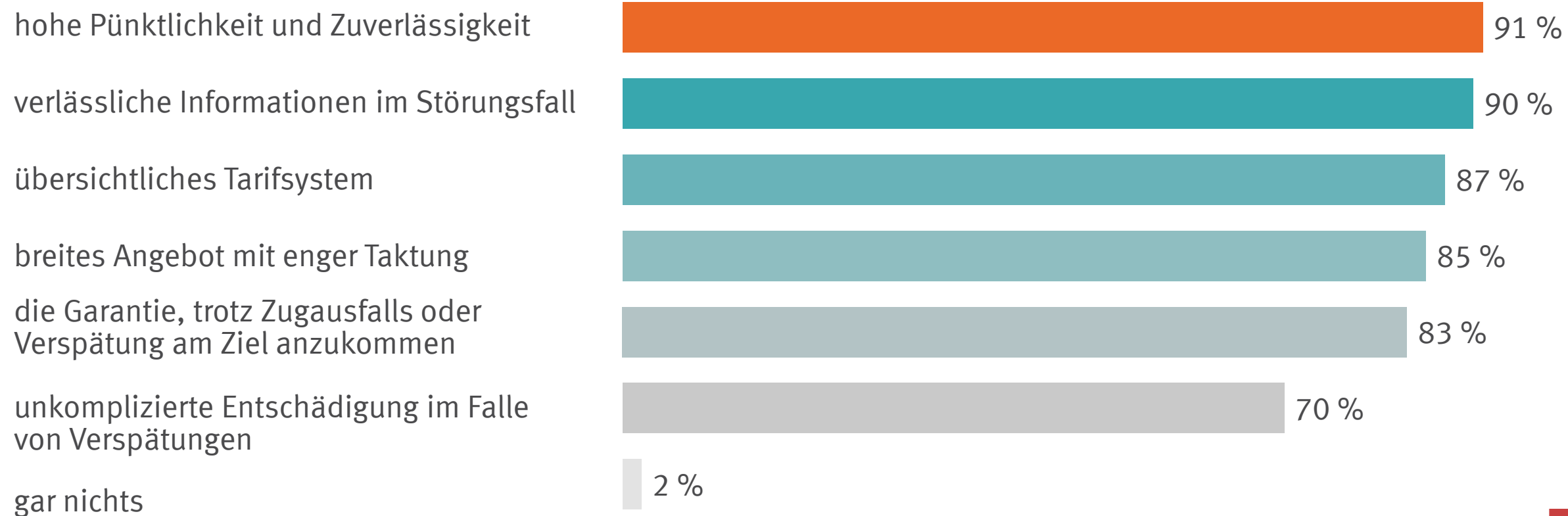
Es haben vor, sich das Deutschland-Ticket im Laufe dieses Jahres zu kaufen...



Basis: 1.500 Befragte
Frage: „Haben Sie vor, sich das Deutschland-Ticket im Laufe dieses Jahres zu kaufen?“

ASPEKTE, DIE EINEN ATTRAKTIVEN ÖFFENTLICHEN PERSONENNAHVERKEHR AUSMACHEN

Ein attraktiver ÖNPV zeichnet sich für jeweils die deutliche Mehrheit der Befragten durch hohe Pünktlichkeit sowie verlässliche Informationen im Störungsfall aus.



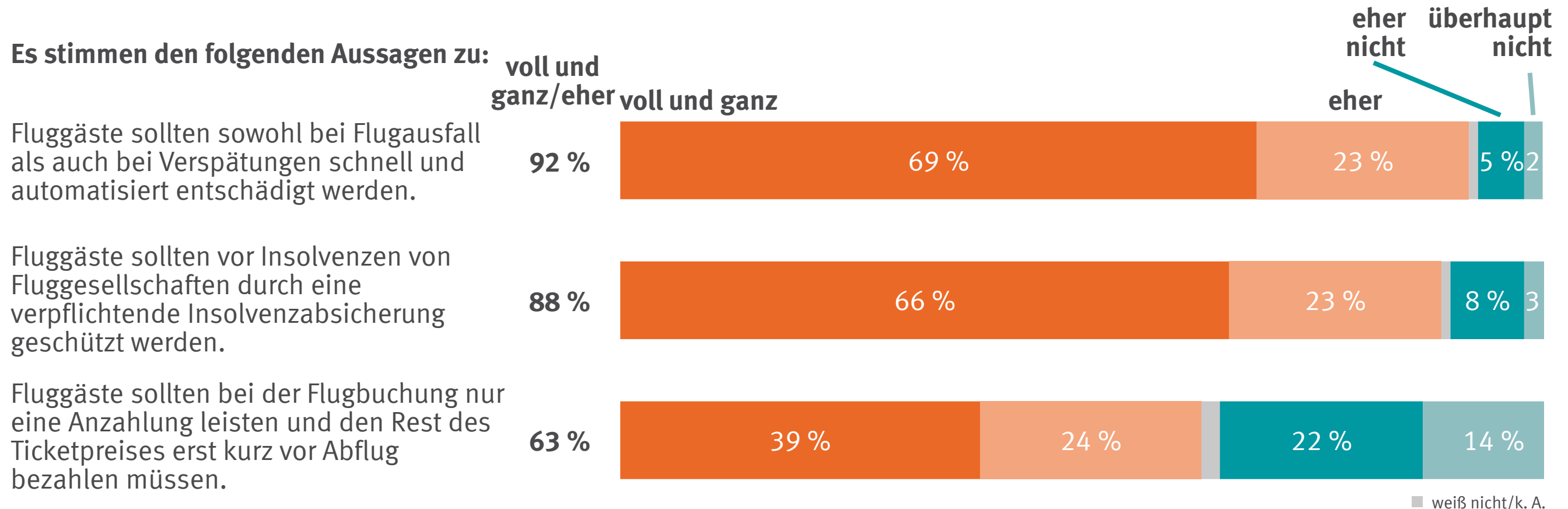
Basis: 1.500 Befragte
Frage: „Welche der folgenden Aspekte machen für Sie einen attraktiven öffentlichen Personennahverkehr aus?“
(Mehrfachnennungen möglich)

verbraucherzentrale

Bundesverband

ANSPRÜCHE DER VERBRAUCHER:INNEN BEI FLUGÄRGER

Mehr als neun von zehn Befragten (92 Prozent) sind (voll und ganz oder eher) der Meinung, dass Fluggäste bei Flugausfall oder Verspätungen schnell und automatisiert entschädigt werden sollten.



verbraucherzentrale

Bundesverband

Basis: 1.500 Befragte

Frage: „In der Vergangenheit kam es immer wieder zu Flugausfällen. Die europäische Fluggastrechte-Verordnung regelt, welche Ansprüche Verbraucher bei Flugärger gegenüber Fluggesellschaften haben. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?“