



UMFRAGE ZU STROM- UND GASVERTRÄGEN IM DIREKTVERTRIEB

Eine repräsentative Umfrage des Marktwächters Energie (2019) zu Haustürgeschäften belegt, dass eine deutliche Mehrheit der befragten Verbraucher diese Form des Direktvertriebs als unseriös bewertet.

i Der Energiemarkt für Haushaltskunden ist hart umkämpft. Es kommt vor, dass Energieversorger versuchen, Verbraucherinnen und Verbraucher an der Haustür zu einem schnellen und unüberlegten Vertragsschluss zu verleiten. Dem Marktwächter Energie liegen immer wieder Beschwerden über aggressive Verkaufspraktiken vor. Dabei geht es um Energielieferanten, die im Direktvertrieb auf unlautere Vorgehensweisen setzen und dabei den Verbraucher mit scheinbar günstigen Wechselangeboten locken.

...❖ UNANGEKÜNDIGTE HAUSTÜRBEESUCHE

Belästigende Werbemaßnahmen sind unzulässig. So dürfen Verbraucher ohne deren ausdrückliche vorherige Einwilligung nicht zu Werbezwecken angerufen werden. Doch was gilt bei unangekündigten Hausbesuchen? Bisher gibt es keinen gesetzlichen Katalogtatbestand, nach dem Haustürbesuche zu Vertriebszwecken von Energieversorgern ohne vorherige Einwilligung des Verbrauchers diesen in unzumutbarer Weise belästigen und somit unzulässig sind. Problematisch ist, dass Verbraucher Haustürbesuche kaum adäquat unterbinden können. Insbesondere bei einer Mietwohnung sind sie beim Anbringen eines entsprechenden Schildes von der Erlaubnis oder Duldung ihres Vermieters abhängig. Dem Energieversorger hingegen wäre es ohne weiteres möglich, eine Einwilligung für einen Hausbesuch vorher einzuholen beziehungsweise diesen mindestens vorher anzukündigen.

...❖ UNZUMUTBARE BELÄSTIGUNG

Das Landgericht Berlin hat im Dezember 2018 entschieden, dass in bestimmten Fallkonstellationen unangekündigte Haustürbesuche Verbraucher in unzumutbarer Weise belästigen können (Az. 16 O 49/18).

Konkret ging es vor dem Landgericht um den Fall eines Verbrauchers aus dem Jahr 2017, der von einem Vertriebsmitarbeiter eines bundesweit tätigen Energieversorgers unangemeldet zu Hause aufgesucht worden war. Der Verbraucher hatte dem Besuch zuvor nicht zugestimmt. Zudem war ihm nicht bewusst, dass er im Verlauf des Gesprächs ein Formular für den Wechsel zu einem neuen Energieversorger unterzeichnete. Erst später wurde ihm klar, dass er mit seiner Unterschrift ungewollt einem Anbieterwechsel zugestimmt hatte. Die Verbraucherzentrale

Niedersachsen stufte die Vertriebsmethoden des Anbieters als wettbewerbswidrig ein und bewirkte eine Klage vor dem Landgericht Berlin. Die Berliner Richter gelangten zu dem Ergebnis, dass unangekündigte Hausbesuche nach dem Empfinden des durchschnittlichen Verbrauchers als unzumutbare Belästigung einzustufen sind.

...❖ MEHRHEIT DER BEFRAGTEN: HAUSTÜRGESCHÄFTE SIND NICHT VERTRAUENSWÜRDIG

Dies bestätigen die Ergebnisse einer vom Marktwächter Energie im Jahr 2019 in Auftrag gegebenen bevölkerungsrepräsentativen Umfrage. Laut dieser wird die Kontaktaufnahme eines Energieversorgers an der Haustür von einer deutlichen Mehrheit der Verbraucher (83 %) als (eher) nicht vertrauenswürdig eingestuft. Während noch 40 Prozent der jüngeren Verbraucher (unter 30 Jahren) Haustürkontakte für vertrauenswürdig halten, sind es vor allem Verbraucher mit einem Alter von über 30 Jahren, die diese Art der direkten Kontaktaufnahme als nicht seriös einstufen. Bei den über 50-Jährigen halten gut 90 Prozent die persönliche Kontaktaufnahme durch einen Strom- bzw. Gasanbieter an der Haustür für (eher) nicht vertrauenswürdig.

Gut jeder Vierte (26 %) wurde schon mindestens einmal von einem Strom- beziehungsweise Gasanbieter an der Haustür angesprochen, ohne zuvor einen Termin vereinbart oder um Kontaktaufnahme gebeten zu haben. Dabei findet eine Vielzahl der Verbraucher (83 %) diese Form des Vertriebs – allgemein gefragt – „eher nicht“ oder „überhaupt nicht“ gut. Bei der negativen Einschätzung der Verbraucher spielt es keine Rolle, ob diese schon einmal unangemeldet an der Haustür von einem Energieversorger kontaktiert wurden oder nicht.

...❖ VERBRAUCHER HABEN ANGST VOR BETRÜGERN

Die wesentlichen genannten Kritikpunkte der befragten Verbraucher sind: das Gefühl der Überrumpelung, das Fehlen einer Bedenkzeit und die Angst vor Betrügern. Weiterhin wird das als penetrant empfundene Verhalten der Vertriebsmitarbeiter, erschwerte Vergleichsmöglichkeiten und das Eindringen in die Privatsphäre von den Verbrauchern kritisiert. Die Umfrage zeigt zudem: In fast zwei Drittel der Fälle (65 %), in denen Verbraucher einen Haustürkontakt mit einem Energieversorger hatten, wurde ihnen dabei ein konkretes Angebot unterbreitet – lediglich knapp ein Viertel (24 %) dieser Verbraucher hielt das gemachte Angebot jedoch für (eher) vertrauenswürdig.

...❖ PERSÖNLICHE BERATUNG IST VERBRAUCHERN WICHTIG

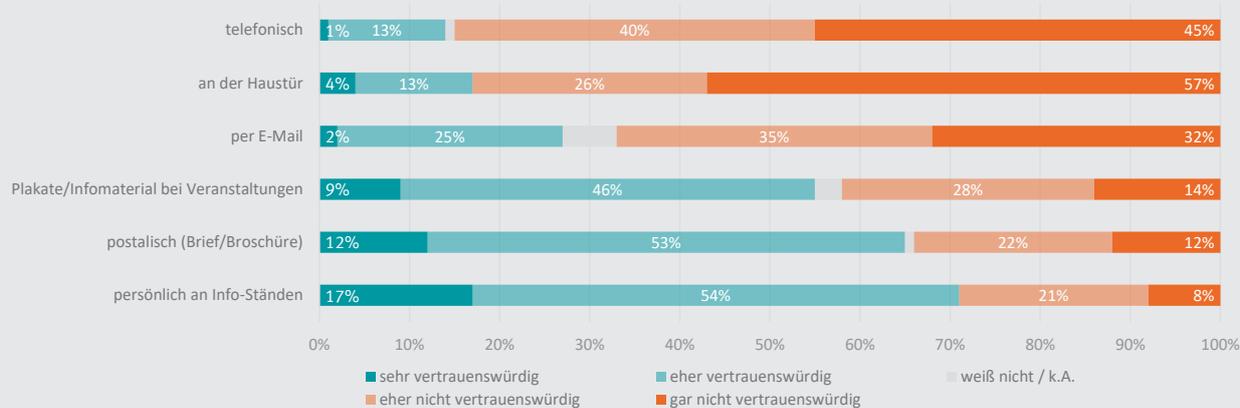
Die Umfrage des Marktwächter Energie ergab jedoch auch, dass sich Verbraucher nicht per se gegen einen persönlichen Kontakt bei der Beratung zu Energieverträgen aussprechen. Die persönliche Beratung der Energieversorger an Infoständen wird von mehr als zwei Drittel der Verbrau-

cher (70 %) als (eher) vertrauenswürdig eingestuft und liegt damit an erster Stelle der sechs abgefragten Kontaktwege. Als Haustürgeschäfte im eigentlichen Sinne gelten auch Abschlüsse, die mit Vertriebsmitarbeitern geschlossen werden, die an öffentlichen Orten über ihre Produkte informieren und Angebote unterbreiten. Dieser Vertriebsweg bietet dem Verbraucher den Vorteil des persönlichen Kontakts bei gleichzeitiger Möglichkeit, selbst entscheiden zu können, ob und wann man Kontakt aufnimmt. Von Belästigung kann daher hier nicht gesprochen werden.

Antworten auf häufige Fragen, Tipps und konkrete Handlungsempfehlungen zu dem Thema finden interessierte Verbraucher unter www.verbraucherzentrale.de. Dort sind auch alle bundesweiten Beratungsstellen verzeichnet.

VERTRAUENSWÜRDIGKEIT DER KONTAKTWEGE VON ENERGIEANBIETERN

Werbeanrufe sowie Werbung für Energie an der Haustür und per E-Mail werden von einer deutlichen Mehrheit der Verbraucher als nicht vertrauenswürdig eingestuft.



Frage: Es gibt ja unterschiedliche Möglichkeiten, wie Strom- bzw. Gasanbieter Kontakt zu Verbrauchern aufnehmen können, um über Produkte zu informieren oder Angebote zu unterbreiten. Für wie vertrauenswürdig halten Sie folgende Kontaktwege?
Basis: 1.002 Befragte

i ANGABEN ZUR METHODIK

Telefonische Befragung (CATI AdHoc). Grundgesamtheit: in Privathaushalten in Deutschland lebende Personen ab 18 Jahren. Stichprobe: 1.002 Befragte. Statistische Fehlertoleranz: max. +/-3 Prozentpunkte in der Gesamtstichprobe. Erhebungszeitraum: 18. September bis 4. Oktober 2019. Institut: forsa.

verbraucherzentrale