



Verbrauchermonitor 2015

Bayern - Auszug

Studiensteckbrief



Hintergrund

Ziel ist die Erhebung von Verbrauchermeinungen und das Aufzeigen von Entwicklungen im Verbraucherschutz

6. Erhebung in Bayern, seit 2010 Kooperation mit Baden-Württemberg, heuer erstmals auch mit Berlin

Kernelement ist Vertrauensindex, weitere Schwerpunktthemen sind in diesem Jahr Internet und Produktkennzeichnung

Erhebungsmethode

Telefonische Interviews per CATI (computer assisted telephone interviews)

Stichprobe

n=701 Interviews mit Personen 14 Jahre und älter in Bayern
Zufallsauswahl mit dem „Last Birthday“-Verfahren

Erhebungszeitraum

27. April bis 2. Juni 2015

Interviewdauer

26 Minuten

Ergebnis

repräsentatives Stimmungsbild

Der Verbrauchervertrauensindex wird aus vier Dimensionen berechnet, alle Einzelindikatoren entwickeln sich positiv

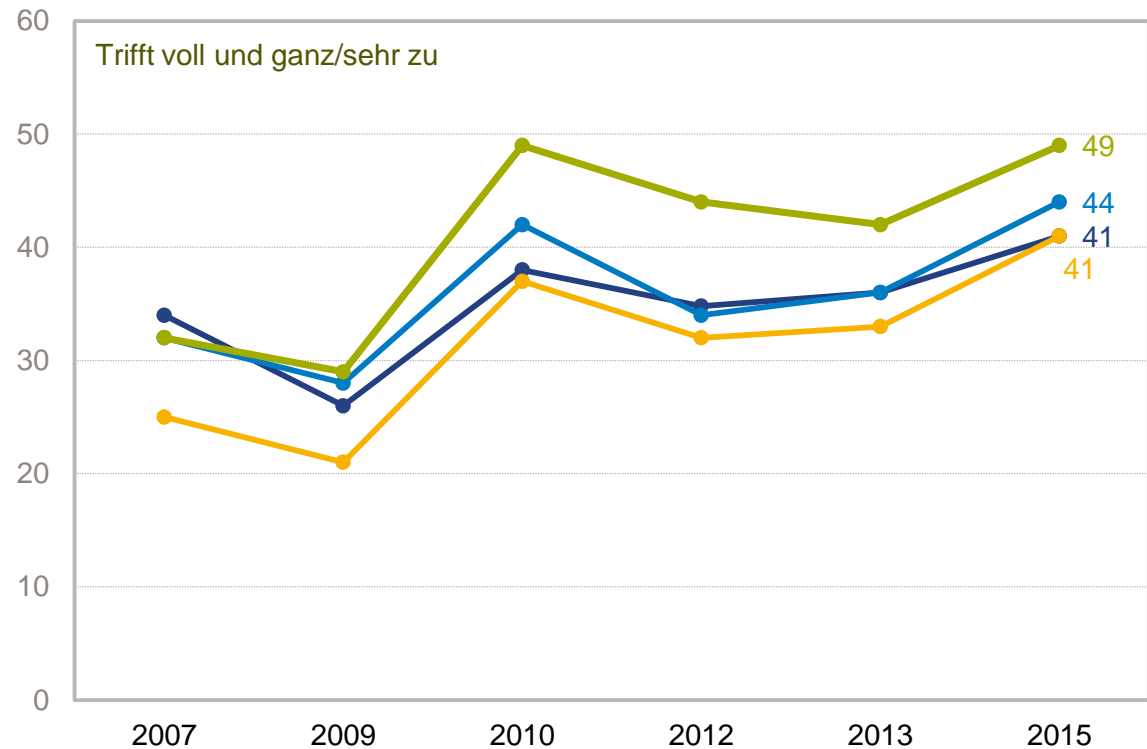


Verbrauchervertrauensindex, Einzelindikatoren

Angaben in %

Ich vertraue darauf, dass...

- ... die Informationen und Kennzeichnungen auf Produkten und zu Dienstleistungen vollständig und richtig sind, wenn ich etwas kaufe oder Verträge abschlieÙe*
- ... die verfügbaren Lebensmittel ausführlich kontrolliert worden und gesundheitlich unbedenklich sind
- ... die angebotenen Produkte und Dienstleistungen ausreichend auf ihre Sicherheit geprüft worden sind*
- ... meine Rechte als Verbraucher mich bei Problemen mit Produkten, Dienstleistungen und Anbietern ausreichend schützen



*Abfrage und Berechnung ab 2010 leicht verändert

F3_1 bis F3_4: Indexberechnung

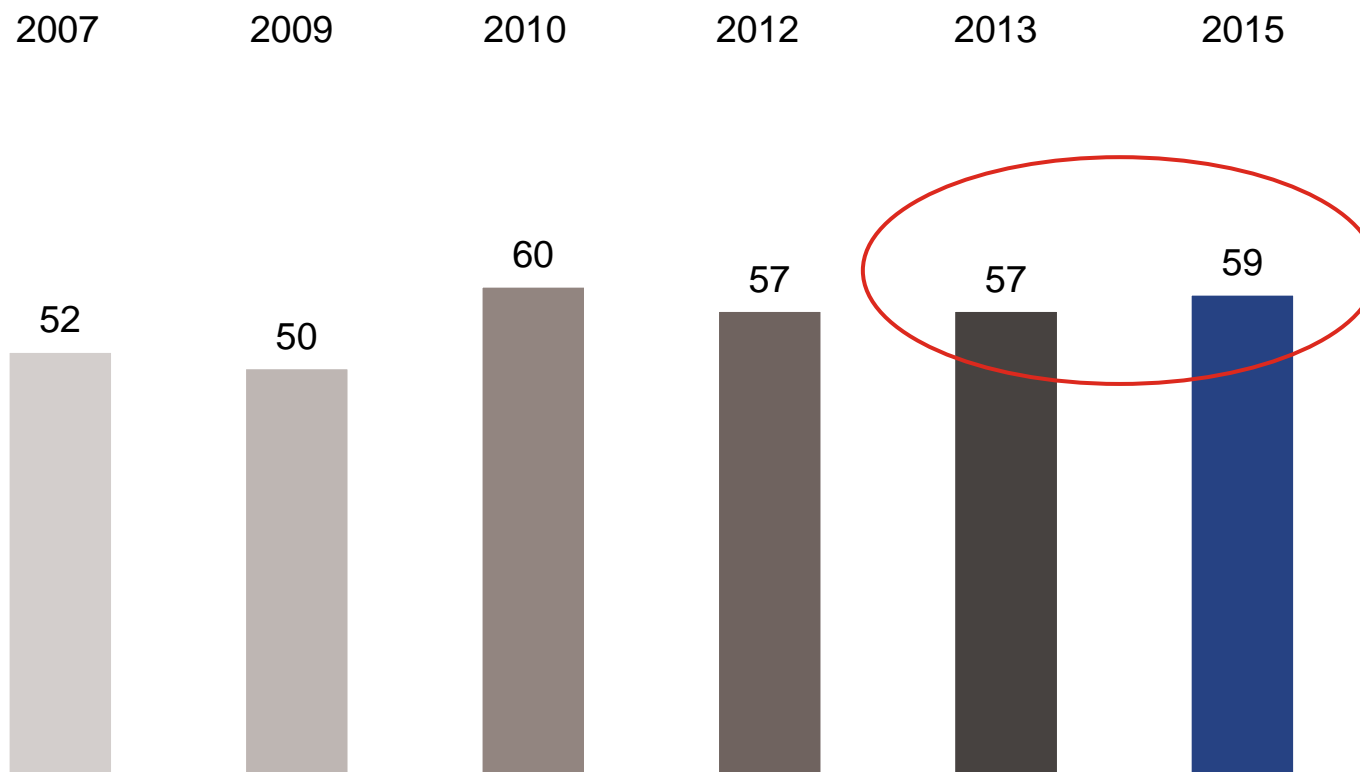
Basis 2015: 10,8 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=701)



Der Vertrauensindex steigt um zwei Punkte

Verbrauchervertrauensindex im Zeitvergleich*

(Index 0-100 Punkte; Darstellung der Mittelwerte)



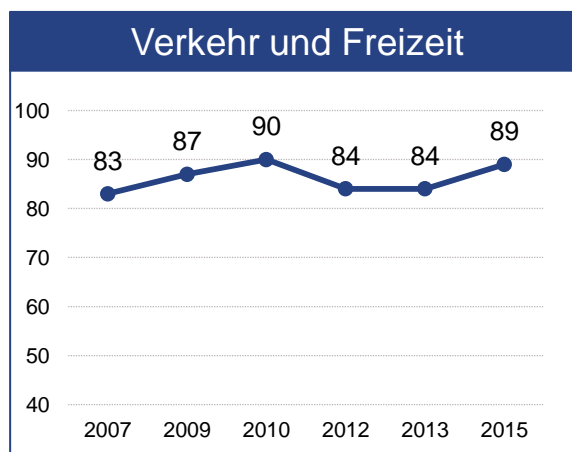
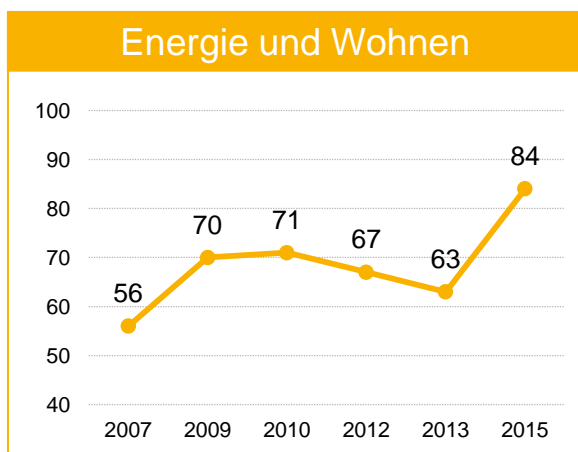
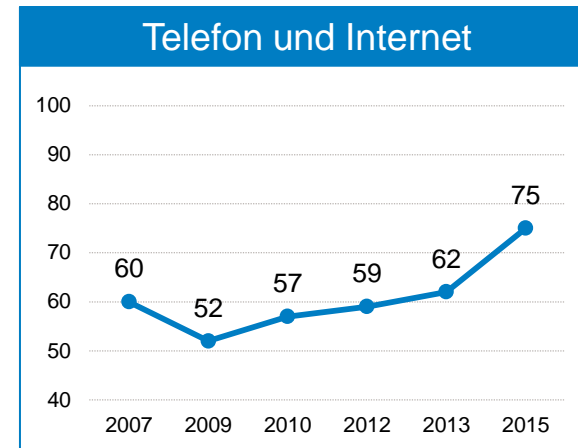
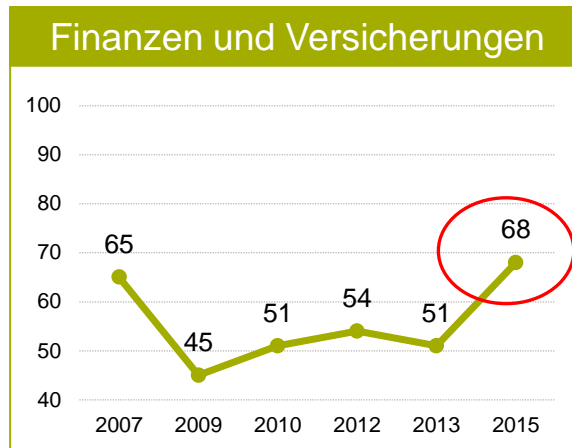
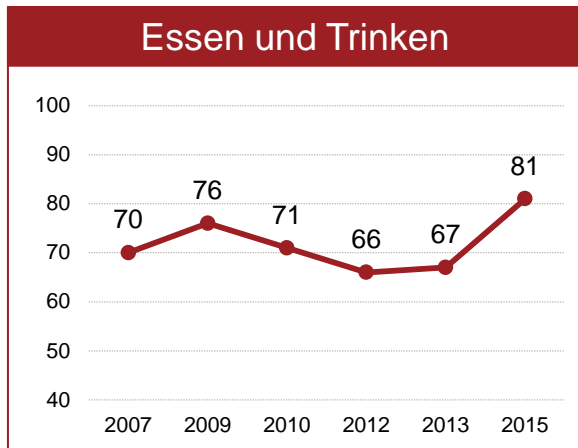
*Abfrage und Berechnung ab 2010 leicht verändert
F3_1 bis F3_4: Indexberechnung; Erläuterungen zur Indexberechnung siehe Chart 73
Basis 2015: 10,8 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=701)

Die Zufriedenheit mit dem Verbraucherschutz hat in allen Handlungsfeldern zugenommen – größte Unzufriedenheit bei Finanzen



Zufriedenheit mit dem Verbraucherschutz in den Bereichen

Angaben in %



Top 3–Nennungen auf der Skala:

- 1 = Außerordentlich zufrieden
- 2 = Sehr zufrieden
- 3 = Zufrieden
- 4 = Weniger zufrieden
- 5 = Völlig unzufrieden

XGES: Ganz allgemein: Wie zufrieden sind Sie mit dem Schutz der Verbraucherinteressen in den Bereichen • Essen und Trinken • Energie und Wohnen • Telefon und Internet • Verkehr und Freizeit • Finanzen und Versicherungen? (ohne „kann ich nicht beurteilen/keine Angabe“)

Basis 2015: 10,8 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=701)

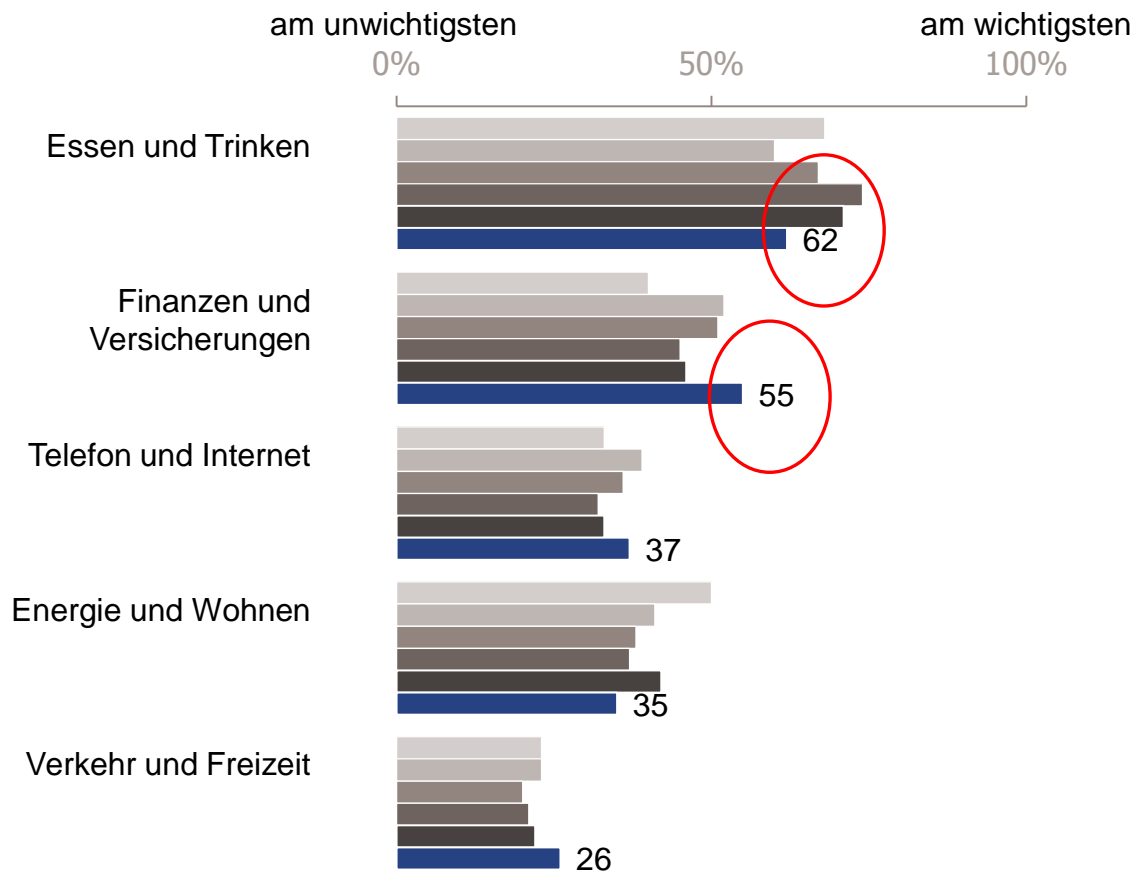
Finanzen und Versicherungen gewinnt im Jahresvergleich deutlich an Bedeutung



Relative Wichtigkeit der Handlungsfelder

Angaben in %

2007 2009 2010 2012 2013 2015



F4: Bei welchem der folgenden beiden Lebensbereiche ist nach Ihrer Einschätzung Verbraucherschutz am meisten erforderlich? Und wie leicht ist Ihnen die Entscheidung gefallen?
Basis 2015: 10,8 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=701)

Lediglich knapp ein Drittel der Verbraucher geben an, ohne Information und Beratung zurecht zu kommen



Informationsverhalten

Angaben in %

■ Trifft voll und ganz/sehr zu ■ Trifft teilweise zu ■ Trifft weniger/überhaupt nicht zu ■ Keine Angabe

Unabhängige Informationen oder Beratung sind es mir wert, dafür Zeit aufzuwenden.



Für unabhängige Informationen oder Beratung bin ich bereit, etwas zu bezahlen.



Wenn ich wollte, wüsste ich ganz genau, wann und wie ich Anbieter z.B. bei Handy, Festnetz, Energie, usw. wechseln könnte



Ich weiß genau, an wen bzw. an welche Stelle ich mich bei Problemen mit Produkten, Dienstleistungen oder Anbietern wenden kann.



Meine Rechte und Pflichten als Verbraucher kenne ich ganz genau.



Ich brauche gar keine Informationen oder Beratung, ich komme sehr gut allein zurecht.



Ich habe das Gefühl, dass ich schon viel zu viele Informationen zu Produkten, Dienstleistungen oder Anbietern bekomme



Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

B1: Bitte sagen Sie uns, inwieweit die folgenden Aussagen zu Beratung und Information auf Sie persönlich zutreffen.

Basis 2015: 10,8 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=701)

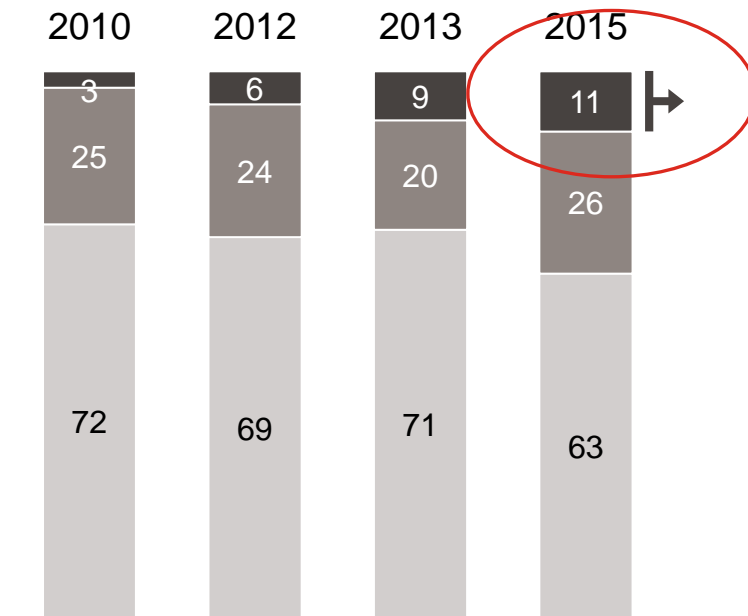
Die Bekanntheit und Nutzung des VIS Bayern hat zugenommen – rund jeder Zehnte hat es bereits genutzt



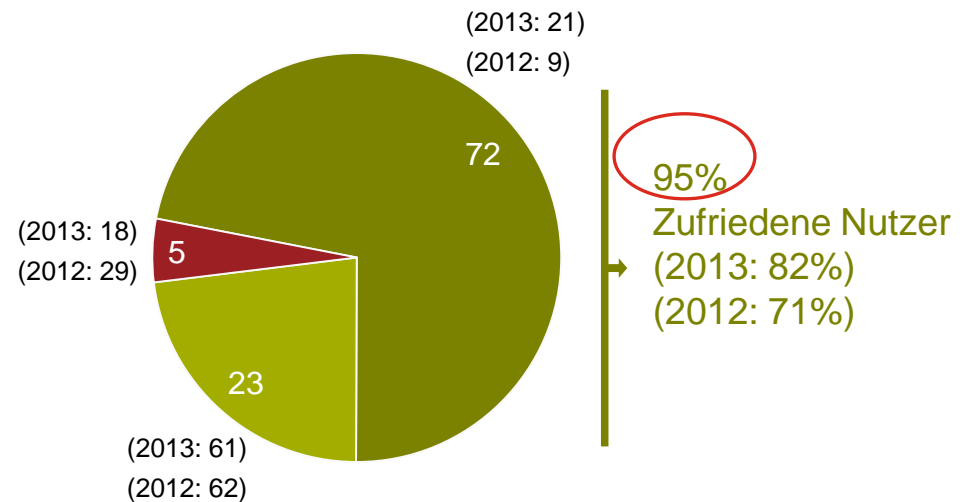
Nutzung VIS Bayern

Zufriedenheit der Nutzer mit VIS Bayern*

Angaben in %



- Ja, habe ich schon genutzt
- Nein, habe aber schon davon gehört
- Nein, kenne ich nicht



- Außerordentlich/sehr zufrieden
- Zufrieden
- Weniger zufrieden/völlig unzufrieden

Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

*Achtung: geringe Fallzahl

F10: Haben Sie schon einmal das Internetangebot „Verbraucherportal VIS Bayern“ genutzt, um sich als Verbraucher zu informieren?

F11: Wie zufrieden waren Sie insgesamt mit den Informationen, die Sie beim Internetangebot „Verbraucherportal VIS Bayern“ erhalten haben? (ohne „kann ich nicht beurteilen/keine Angabe“)

Basis 2015: 10,8 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=701); 1,2 Mio. Verbraucher in Bayern, die das VIS bereits genutzt haben (n=95)

Schlussfolgerungen (1)



(1) Gutes Niveau bei Essen und Trinken halten

- Lebensmittelüberwachung wird sich an neue Entwicklungen anpassen und verstärkt systematische Verfälschungen und Lebensmittelbetrug – auch im Internet – überwachen und ein System zum frühzeitigen Erkennen von Risiken entwickeln
- Informationskampagne zur Lebensmittelsicherheit/Küchenhygiene

(2) Finanzthemen sind Daueraufgabe

- aktuell: Einsatz für Belange der Verbraucher bei Neuregelungen der Verbraucherkrediten – BR-Initiative „0-%-Finanzierung“
- Schwerpunktthema in der Verbraucherbildung

(3) Neutrale Informations-, Bildungs- und Beratungsangebote stärken

- Beratung durch Verbraucherverbände vor Ort sichern
- www.vis.bayern.de und www.verbraucherbildung.bayern.de kontinuierlich technisch und inhaltlich aktualisieren und ausbauen

Schwerpunktthema

Digitalisierung – Internet – Datenschutz

Viren, die Gefahr des Ausspionierens und Missbrauch beim e-banking werden als größte Gefahr eingeschätzt



Dringlichste Probleme bei der Internetnutzung

Ungestützte Abfrage | Mehrfachnennungen | in %



Alle Nennungen >=7% | Keine Angabe: 5%

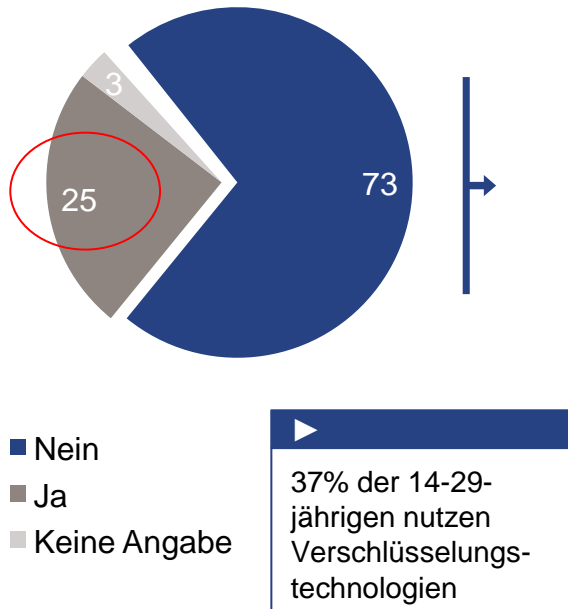
M5: Welches sind Ihrer Meinung nach die dringendsten Probleme bei der Nutzung des Internets, die im Zusammenhang mit dem Verbraucherschutz zu lösen sind?
Basis 2015: 9,0 Mio. Internetnutzer in Bayern ab 14 Jahren (n=615)

Fehlende Kenntnisse sind der Hauptgrund für die Nicht-Nutzung von Verschlüsselungstechnologien



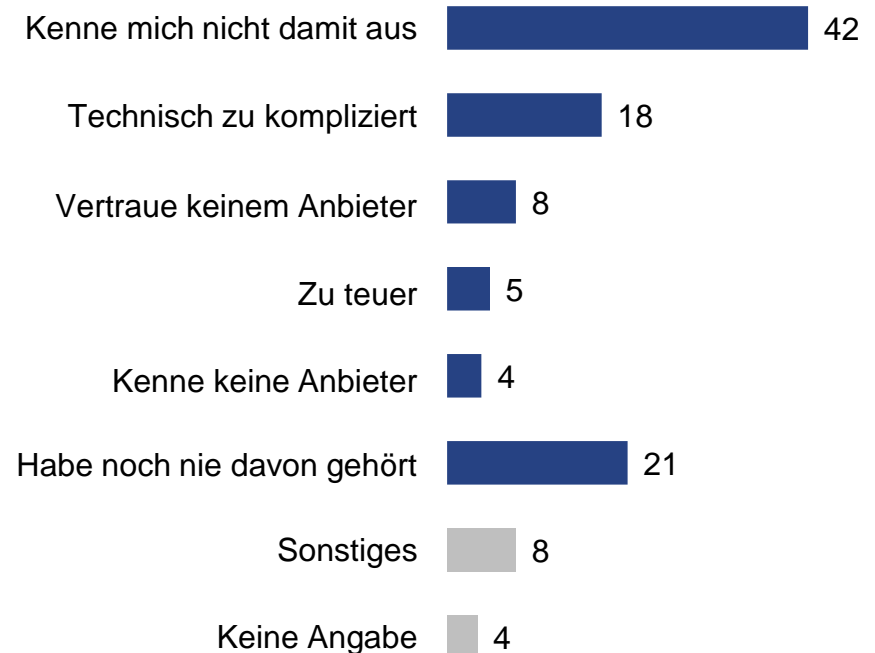
Nutzung von Verschlüsselungstechnologien

Angaben in %



Gründe für Nicht-Nutzung von Verschlüsselungstechnologien

Ungestützte Abfrage | Mehrfachnennungen | in %



Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

M24: Nutzen Sie selbst Verschlüsselungstechnologien, um Ihre Daten zu schützen?

M25: Und warum nutzen Sie keine Verschlüsselung?

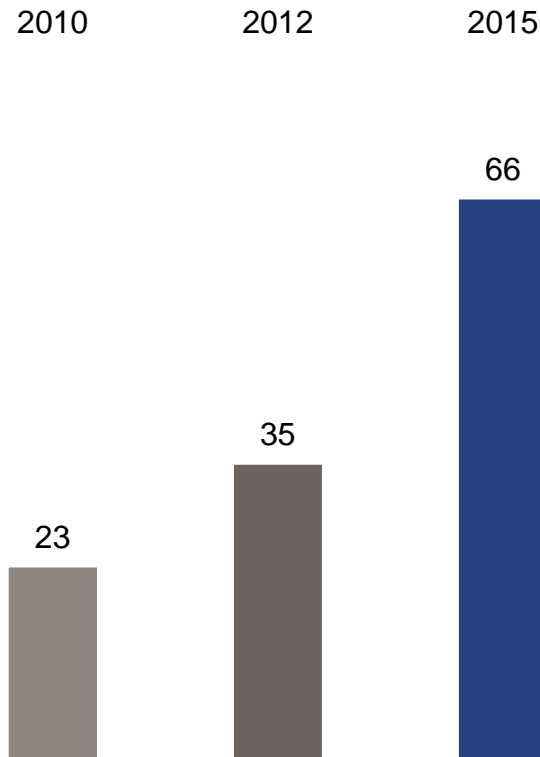
Basis 2015: 9,0 Mio. Internetnutzer in Bayern ab 14 Jahren (n=615); 6,5 Mio. Internetnutzer, die keine Verschlüsselung nutzen (n= 457)

Mobilfunknutzung verdoppelt sich – ein Drittel hat Probleme bei der Nutzung von Apps



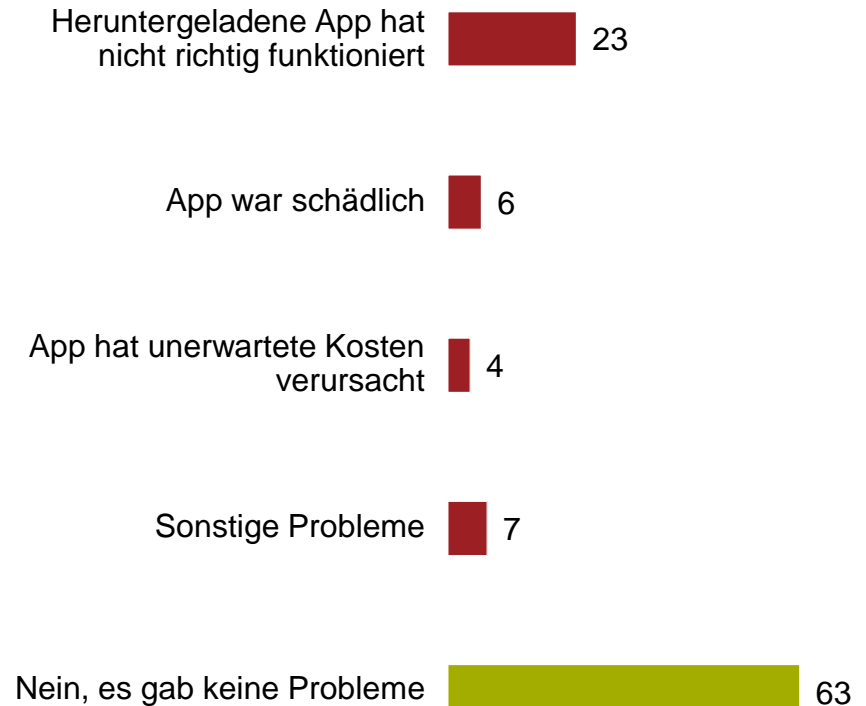
Internetnutzung über Mobilfunk – Gesamt*

Angaben in %



Probleme mit der Nutzung von Apps

Gestützte Abfrage | Mehrfachnennungen | in %



* Abfrage in 2012/2015 leicht verändert

M30: Nutzen Sie **persönlich** zumindest gelegentlich das Internet mit Ihrem Handy, Smartphone oder Tablet oder Ihrem Laptop **über Mobilfunk**?

M5c: Und gab es bei der Nutzung von „Apps“ mit dem Handy, Smartphone oder Tablet schon einmal Probleme?

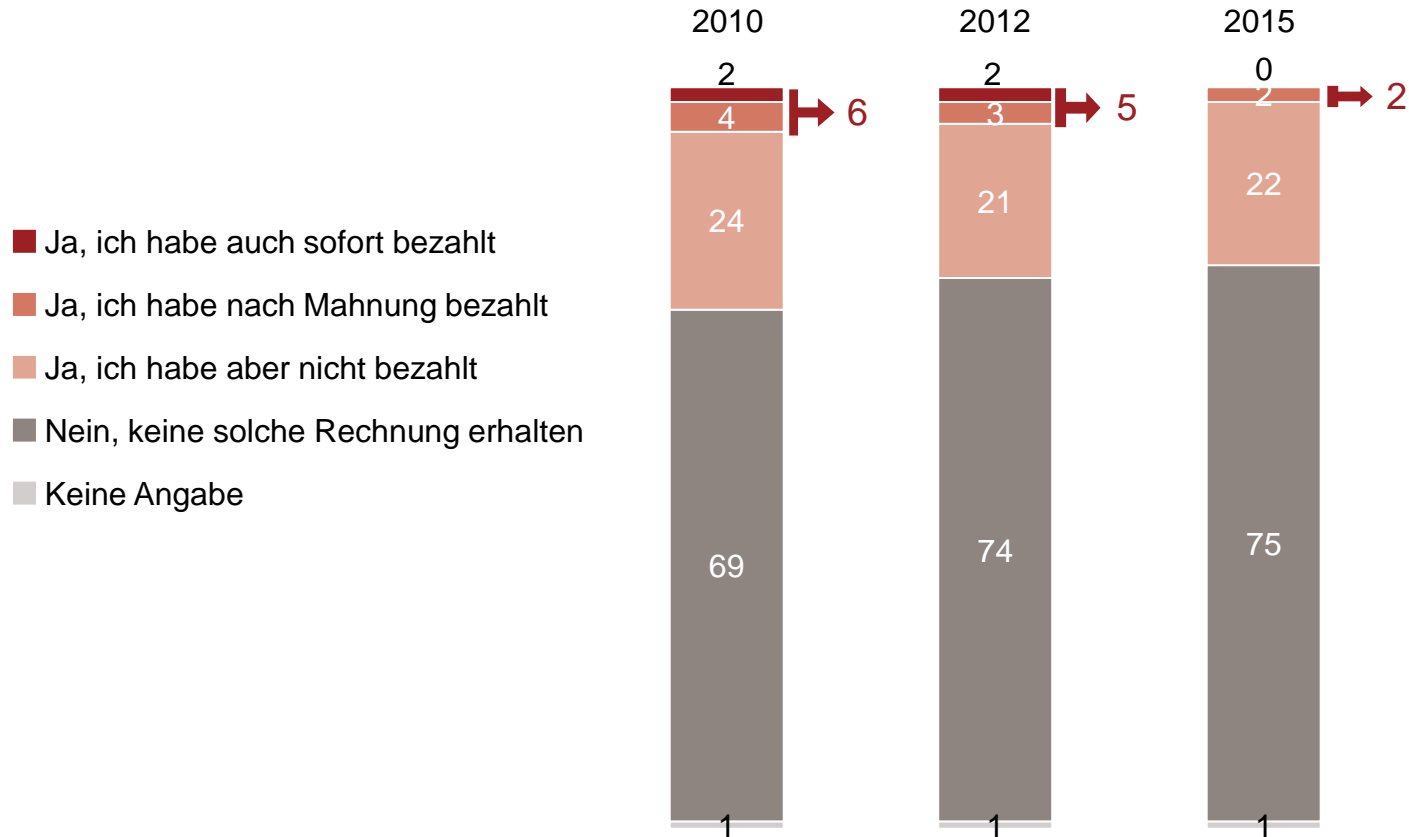
Basis 2015: 9,0 Mio. Internetnutzer in Bayern ab 14 Jahren (n=615); 5,5 Mio. Internetnutzer über Handy, Smartphone oder Tablet (n=382)

Sinkender Anteil Verbraucher, die Rechnungen bekommen haben, sowie sinkender Anteil derer, die Sie auch begleichen



Umgang mit scheinbaren Gratisangeboten im Internet

Angaben in %



Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

M15: Haben Sie schon einmal eine Rechnung für ein scheinbares Gratisangebot oder ein verstecktes Abonnement im Internet erhalten?

Basis 2015: 9,0 Mio. Internetnutzer in Bayern ab 14 Jahren (n=615)

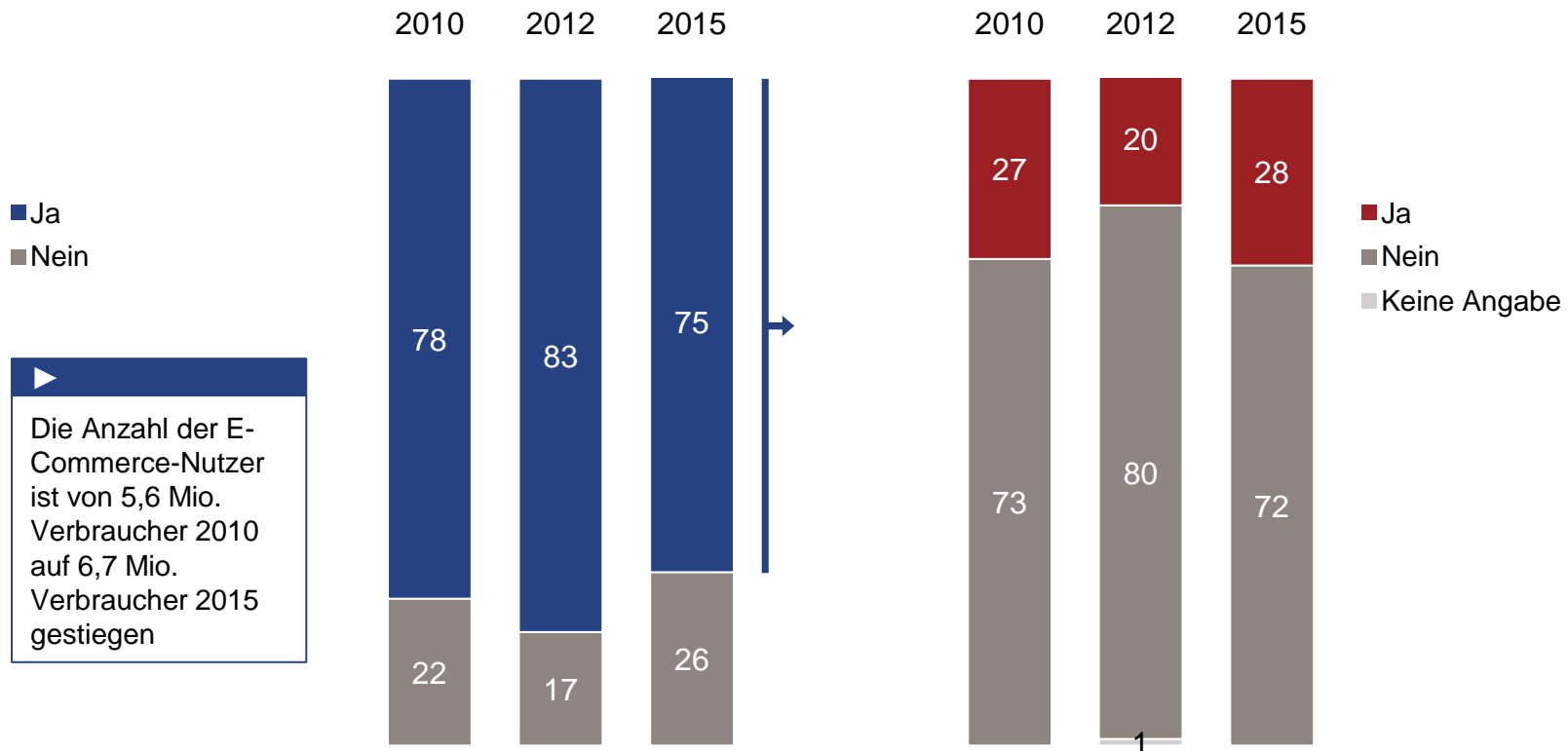
Prozentual sinkt der Anteil der E-Commerce-Nutzer, wohingegen die Probleme bei der Nutzung zunehmen



E-Commerce genutzt

Probleme bei E-Commerce

Angaben in %



Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

M6: Haben Sie schon einmal Produkte oder Dienstleistungen im Internet bestellt bzw. gekauft?

M7: Hatten Sie beim Kauf dieser Produkte oder Dienstleistungen schon einmal irgendwelche Probleme?

Basis 2015: 9,0 Mio. Internetnutzer in Bayern ab 14 Jahren (n=615); 6,7 Mio. E-Commerce-Nutzer (n=479)

Über 40% der Nutzer sozialer Netzwerke haben keinen genauen Überblick über die Funktionen in den Netzwerken



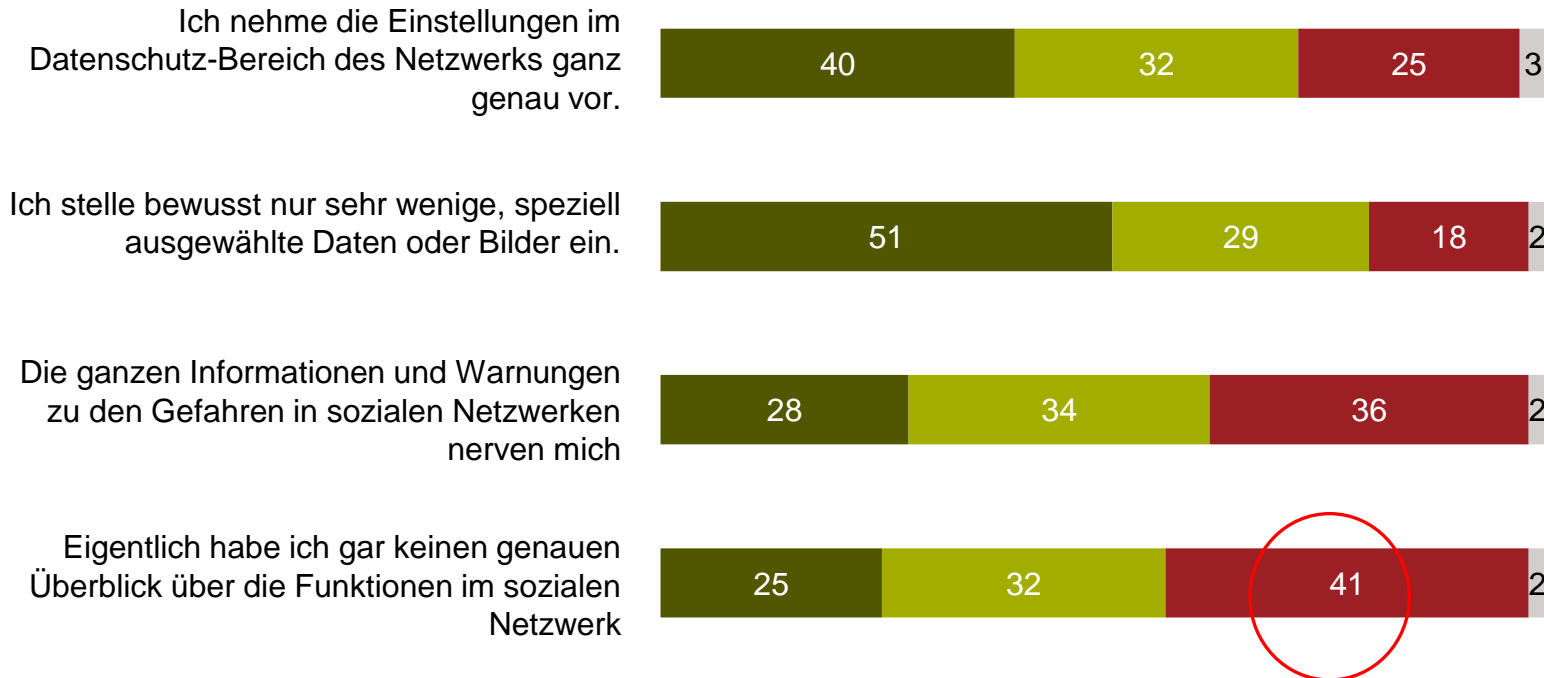
Einstellung zum Datenschutz in sozialen Netzwerken (1)

Angaben in %

Nutzung von sozialen Netzwerken:

46%

■ Trifft voll und ganz/sehr zu ■ Trifft teilweise zu ■ Trifft weniger/überhaupt nicht zu ■ Keine Angabe



Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

M23: Nun interessiert uns, wie Sie selbst soziale Netzwerke ganz allgemein beurteilen und im Hinblick auf die Datensicherheit nutzen. Ich werde Ihnen nun einige Aussagen vorlesen. Bitte sagen Sie mir, inwieweit Sie persönlich jeder dieser Aussagen zustimmen oder nicht.

Basis 2015: 9,0 Mio. Internetnutzer in Bayern ab 14 Jahren (n=615); 4,1 Mio. Nutzer von sozialen Netzwerken (n=278)

44% finden es nicht gut, dass Netzwerke erfassen was Nutzer im Internet machen und dies mit deren Profil verknüpft



Einstellung zum Datenschutz in sozialen Netzwerken (2)

Angaben in %

Nutzung von sozialen Netzwerken:

46%

■ Trifft voll und ganz/sehr zu
 ■ Trifft teilweise zu
 ■ Trifft weniger/überhaupt nicht zu
 ■ Keine Angabe

Ich finde es kompliziert und aufwändig, die Datenschutz-Einstellungen im sozialen Netzwerk vorzunehmen



Ich lege immer sehr genau fest, mit wem ich Informationen im sozialen Netzwerk teile



Ich habe große Angst davor, dass Inhalte oder Bilder von mir dauerhaft im Internet stehen bleiben und vielleicht später zu Problemen führen



Ich finde es richtig gut, dass das soziale Netzwerk erfasst, was ich alles im Internet mache und mit meinem Profil verknüpft



Über Werbung, die auf mich persönlich zugeschnitten ist, habe ich schon sehr viele interessante Angebote erhalten



Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

M23: Nun interessiert uns, wie Sie selbst soziale Netzwerke ganz allgemein beurteilen und im Hinblick auf die Datensicherheit nutzen. Ich werde Ihnen nun einige Aussagen vorlesen. Bitte sagen Sie mir, inwieweit Sie persönlich jeder dieser Aussagen zustimmen oder nicht.

Basis 2015: 9,0 Mio. Internetnutzer in Bayern ab 14 Jahren (n=615); 4,1 Mio. Nutzer von sozialen Netzwerken (n=278)



(4) Großer Handlungsbedarfs im digitalen Verbraucherschutz

- gesamtgesellschaftliche Diskussion anstoßen zur Lebenswelt 4.0 und der Entscheidungsfreiheit des Einzelnen
- Forschungsauftrag zu Qualität und Verbesserungsmöglichkeiten bei digitalen Inhalten und Angeboten wie Apps, E-Books und Software
- weitere Beteiligung beim Online-Schlichter
- Schwerpunktthema in der Verbraucherbildung
- Mitwirkung im Beirat des Digitalen Marktwächters

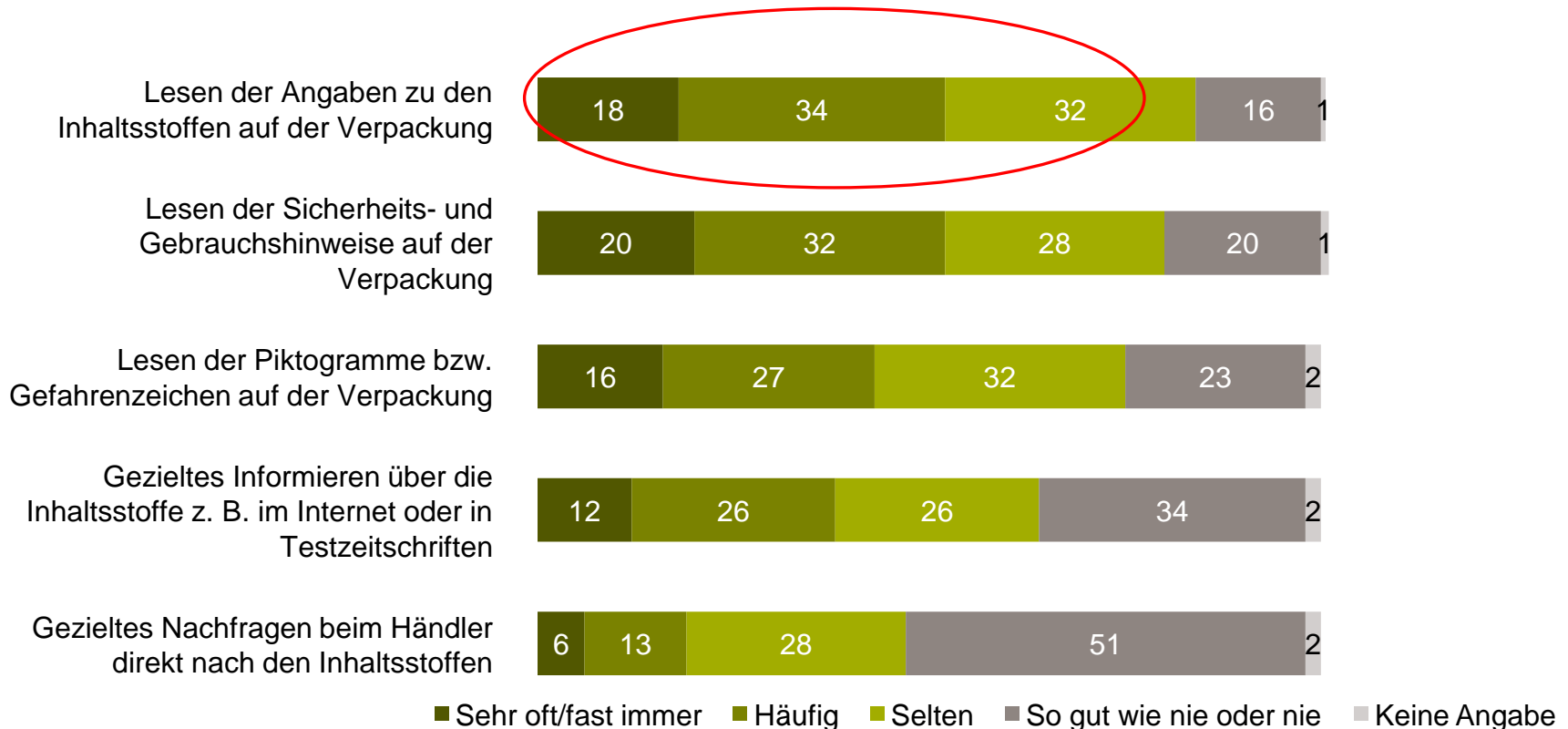
Schwerpunktthema Produktkennzeichnung – Nano-Produkte

Gut 80% der Verbraucher lesen auf Produktverpackungen des täglichen Bedarfs zumindest selten die Inhaltsstoff-Angaben



Häufigkeit der Informationsrecherche **vor dem Kauf**: Produkte des täglichen Bedarfs (z.B. Körperpflegeprodukte, Wasch- oder Reinigungsmittel)

Angaben in %



▶ Verbraucher im Alter von 30-49 Jahren recherchieren in allen Teilbereichen überdurchschnittlich nach Informationen

Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt
 C1: Bitte denken Sie nun an Dinge des täglichen Bedarfs, also z.B. Körperpflegeprodukte, Kosmetika, aber auch Wasch- oder Reinigungsmittel. Wie oft ...?
 Basis 2015: 10,8 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=701)

Nur jeder fünfte Verbraucher hat einen Bedarf an weiterführenden Angaben auf Verpackungen von Produkten

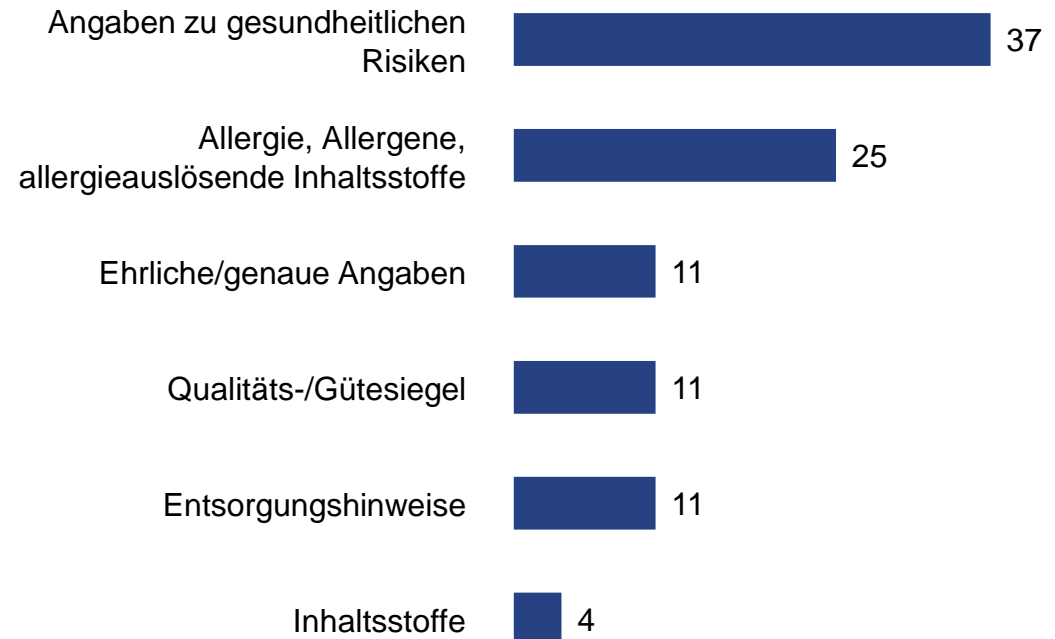
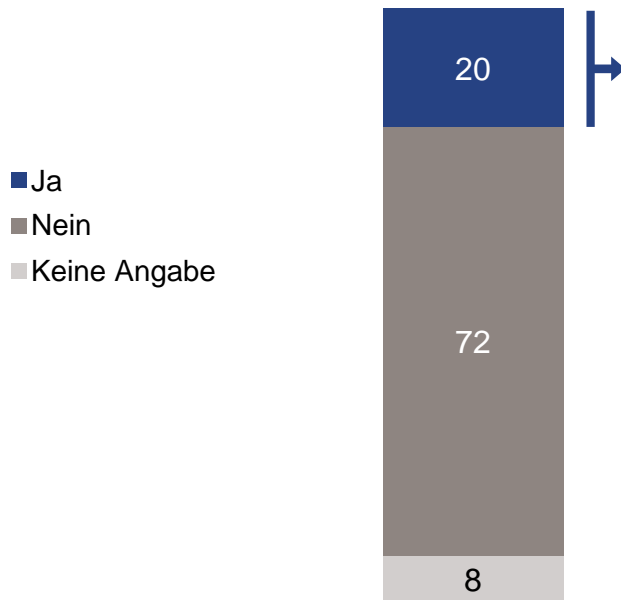


Bedarf an weiterführenden Angaben

Art der fehlenden Angaben

Angaben in %

Ungestützte Abfrage | Mehrfachnennung | Angaben in %



Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

C4: Alle Nennungen $\geq 3,0\%$ | Keine Angabe: 3%

C3: Fehlen aus Ihrer Sicht grundsätzlich noch weitere Angaben auf Verpackungen von Produkten?

C4: Und welche Angaben genau fehlen aus Ihrer Sicht?

Basis 2015: 10,2 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren, die Informationen auf Verpackungen lesen (n=674); 2,0 Mio. Verbraucher, denen Angaben fehlen (n=141)

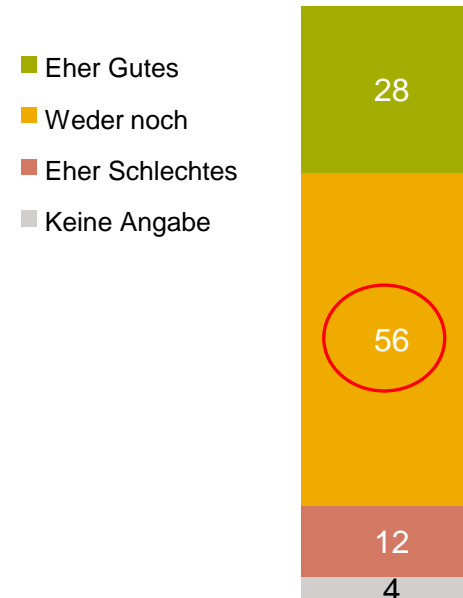
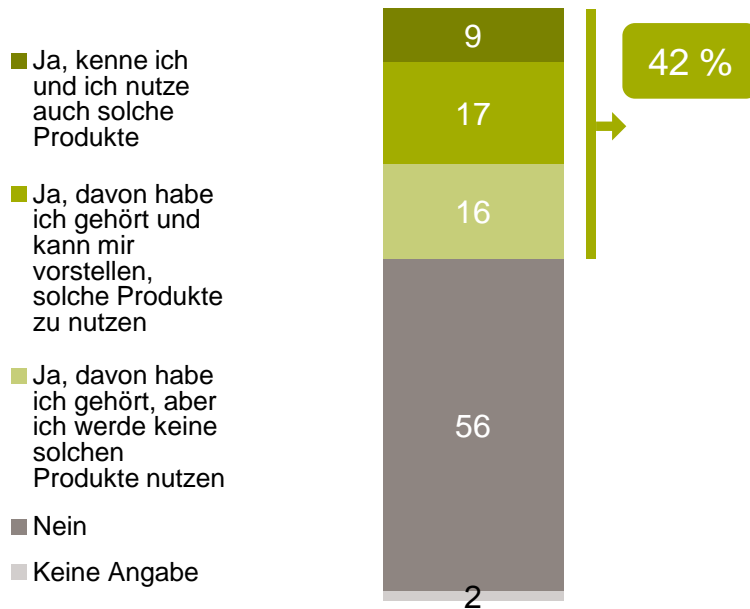
42% der bayerischen Verbraucher kennen „Nano-Produkte“ direkt. Von diesen verbindet über die Hälfte mit dem Begriff „Nano“ weder Positives noch Negatives



Direkte Bekanntheit

Einstellung zu Nano-Produkten

Angaben in %



Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

N1: Haben Sie schon einmal von Nano-Produkten oder Produkten mit Nanomaterial gehört?

N1a: Wenn Sie den Begriff „Nano“ hören, was verbinden Sie persönlich damit? Eher Gutes, eher Schlechtes oder weder noch?

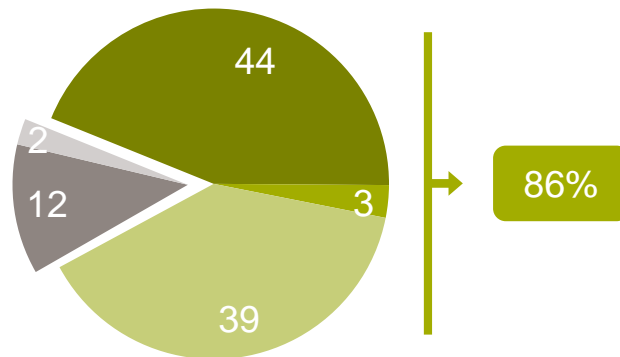
Basis 2015: 10,8 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=701); 4,7 Mio. Verbraucher, die Nano-Produkte direkt kennen (n=316)

83% der Verbraucher, die Nano-Produkte kennen, wünschen sich eine Kennzeichnung direkt auf dem Produkt



Wunsch nach Produktkennzeichnung von Nano-Produkten

Angaben in %



- Ja, Kennzeichnung
- Ja, Liste im Internet
- Ja, beides
- Nein
- Keine Angabe

Insgesamt 86% der Verbraucher wünschen sich eine Kennzeichnung direkt auf dem Produkt oder eine Liste im Internet. Die große Mehrheit wünscht sich jedoch mindestens eine Kennzeichnung direkt auf dem Produkt

Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

N6: Sollten aus Ihrer Sicht Nano-Produkte bzw. Produkte mit Nanomaterial entweder direkt auf dem Produkt gesondert gekennzeichnet sein ODER in einer Liste im Internet, die alle Produkte enthält, veröffentlicht werden? | N8: Und für welche Produktbereiche sollte die Kennzeichnung bzw. die Liste im Internet gelten?

Basis 2015: 6,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren, die Nano-Produkte kennen (n=449); 5,8 Mio. Verbraucher, die eine Kennzeichnung/Liste wünschen (n=374)



(4) Produktkennzeichnung hat hohe Relevanz für Kaufentscheid

- Gewerbeaufsicht und Lebensmittelüberwachung werden Schwerpunkt auf die Kennzeichnungsüberwachung legen

(5) Unvoreingenommenheit bei Produkte mit Nanomaterialien erhalten

- Verbraucherkennzeichnungswünsche in EU-Beratungen einbringen