

# Bayerischer Verbrauchermonitor

Erste Folgeuntersuchung, Fokusthema Finanzmarkt  
im Auftrag des Bayerischen Staatsministeriums  
der Justiz und für Verbraucherschutz

Ergebnisbericht, Mai 2009

# Die Agenda

- 1 Verbrauchervertrauen in Bayern
- 2 Handlungsfelder für den Verbraucherschutz in Bayern
- 3 Fokusthema Finanzmarkt
- 4 Kernergebnisse
- 5 Studiensteckbrief und Anhang

# 1. Verbrauchervertrauen in Bayern

## Der Verbrauchervertrauensindex wird aus vier gleichgewichteten Dimensionen berechnet

4

### Berechnung des Verbrauchervertrauensindex

#### Dimensionen

#### Statements

---

#### 1. Verbraucher- information

Ich vertraue darauf, dass ...

... die Informationen und Kennzeichnungen auf den Produkten vollständig und richtig sind, wenn ich etwas kaufe

---

#### 2. Produktsicherheit

... die Produkte, die im Handel angeboten werden, ausreichend auf ihre Sicherheit geprüft worden sind

---

#### 3. Lebensmittel- sicherheit

... die verfügbaren Lebensmittel ausführlich kontrolliert worden und gesundheitlich unbedenklich sind

---

#### 4. Wirtschaftlich- rechtlicher Verbraucherschutz

... meine Rechte als Verbraucher mich bei Problemen mit Produkten, Dienstleistungen und Anbietern ausreichend schützen



Insgesamt haben die Verbraucher 2009 das größte Vertrauen in die Kontrolle von Lebensmitteln; hier ist im Vergleich zu 2007 auch die einzige Zunahme zu verzeichnen

5

## Verbrauchervertrauensindex, Einzelindikatoren

Ich vertraue darauf, dass ...

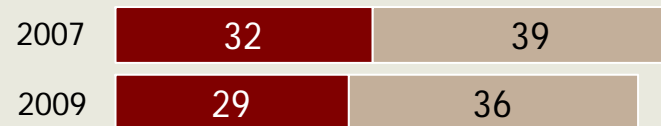
Trifft voll und ganz/sehr zu

Trifft zu

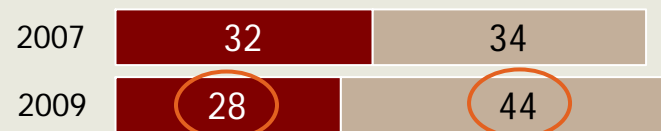
... die Informationen und Kennzeichnungen auf den Produkten vollständig und richtig sind, wenn ich etwas kaufe



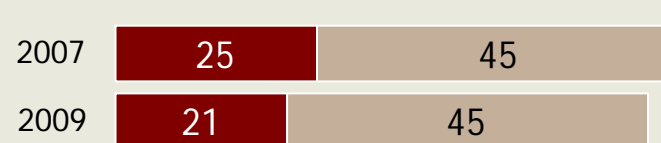
... die Produkte, die im Handel angeboten werden, ausreichend auf ihre Sicherheit geprüft worden sind



... die verfügbaren Lebensmittel ausführlich kontrolliert worden und gesundheitlich unbedenklich sind



... meine Rechte als Verbraucher mich bei Problemen mit Produkten, Dienstleistungen und Anbietern ausreichend schützen



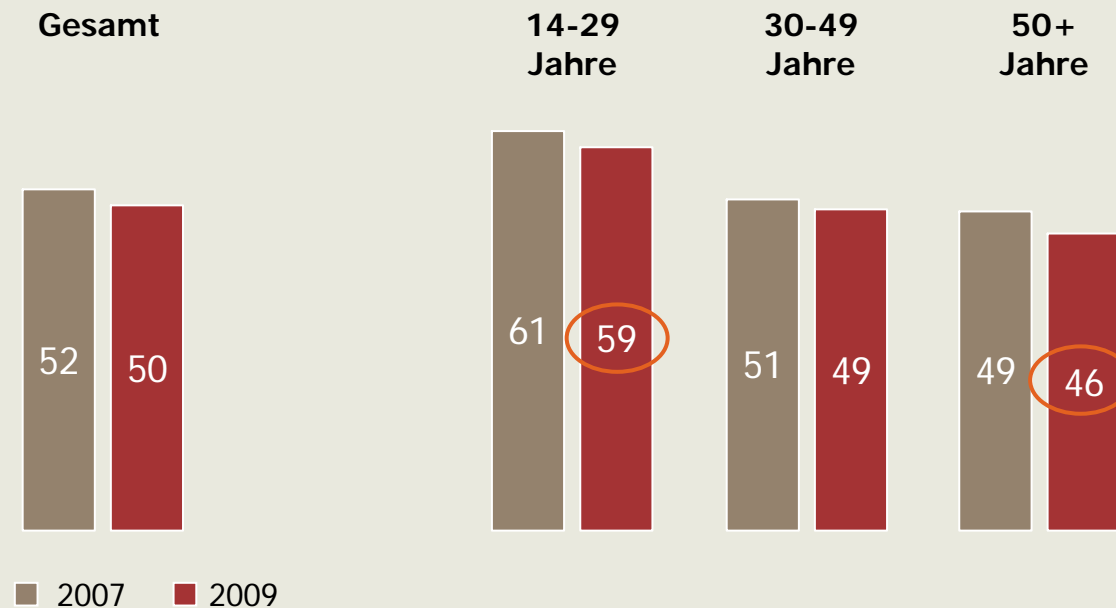
GfK

Bei den über 50-Jährigen ist das Verbrauchervertrauen gesunken; als besonders vertrauend erweisen sich nach wie vor die Jüngeren

### Verbrauchervertrauensindex nach ausgewählten Gruppen:

(Index 0-100 Punkte; Darstellung der Mittelwerte)

#### Alter

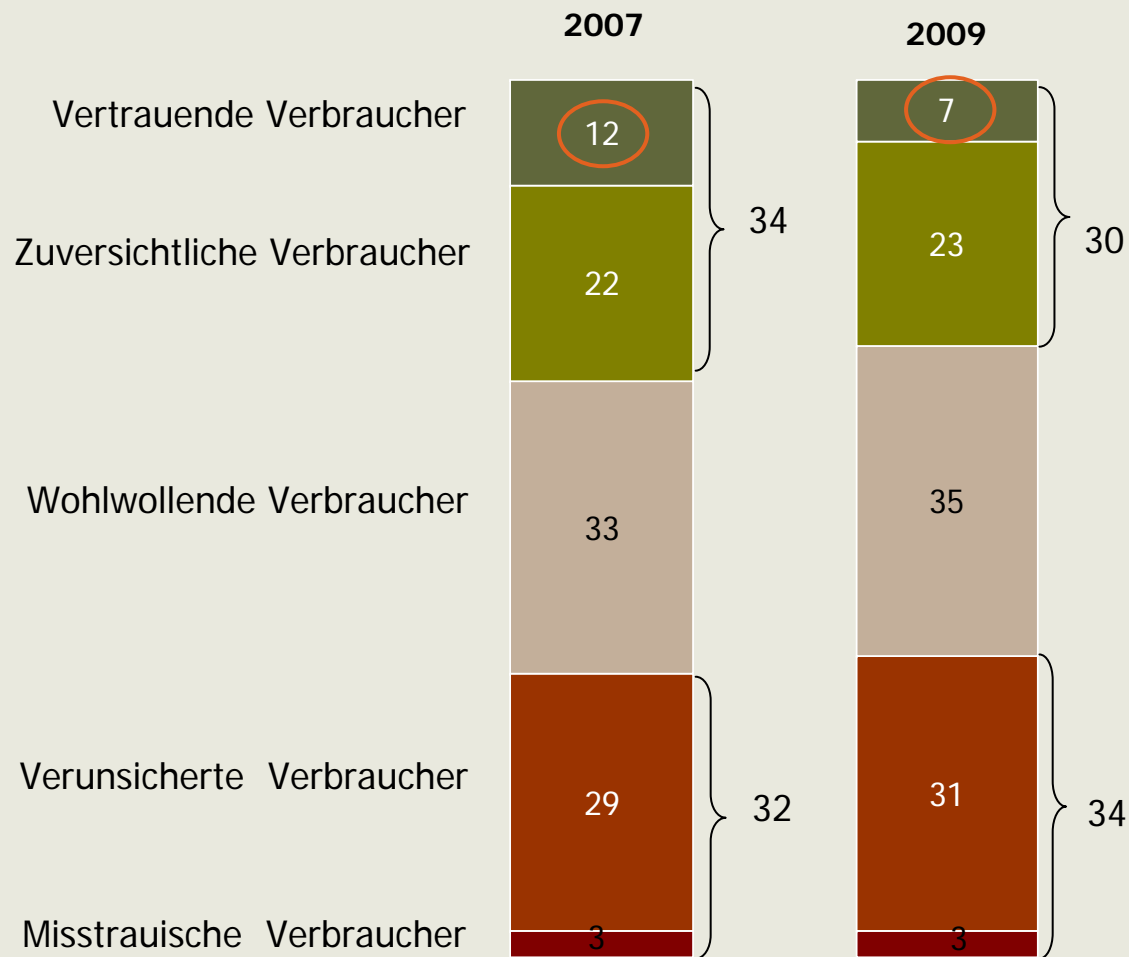


• F03\_01 – F03\_04, Indexberechnung; Erläuterungen zur Indexberechnung siehe Chart 25  
Basis 2009: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=700)

Unverändert sind knapp zwei Drittel der bayerischen Verbraucher wohlwollend bis vertrauend, aber das Verbrauchervertrauen in der Spitze geht zurück

## Index

7



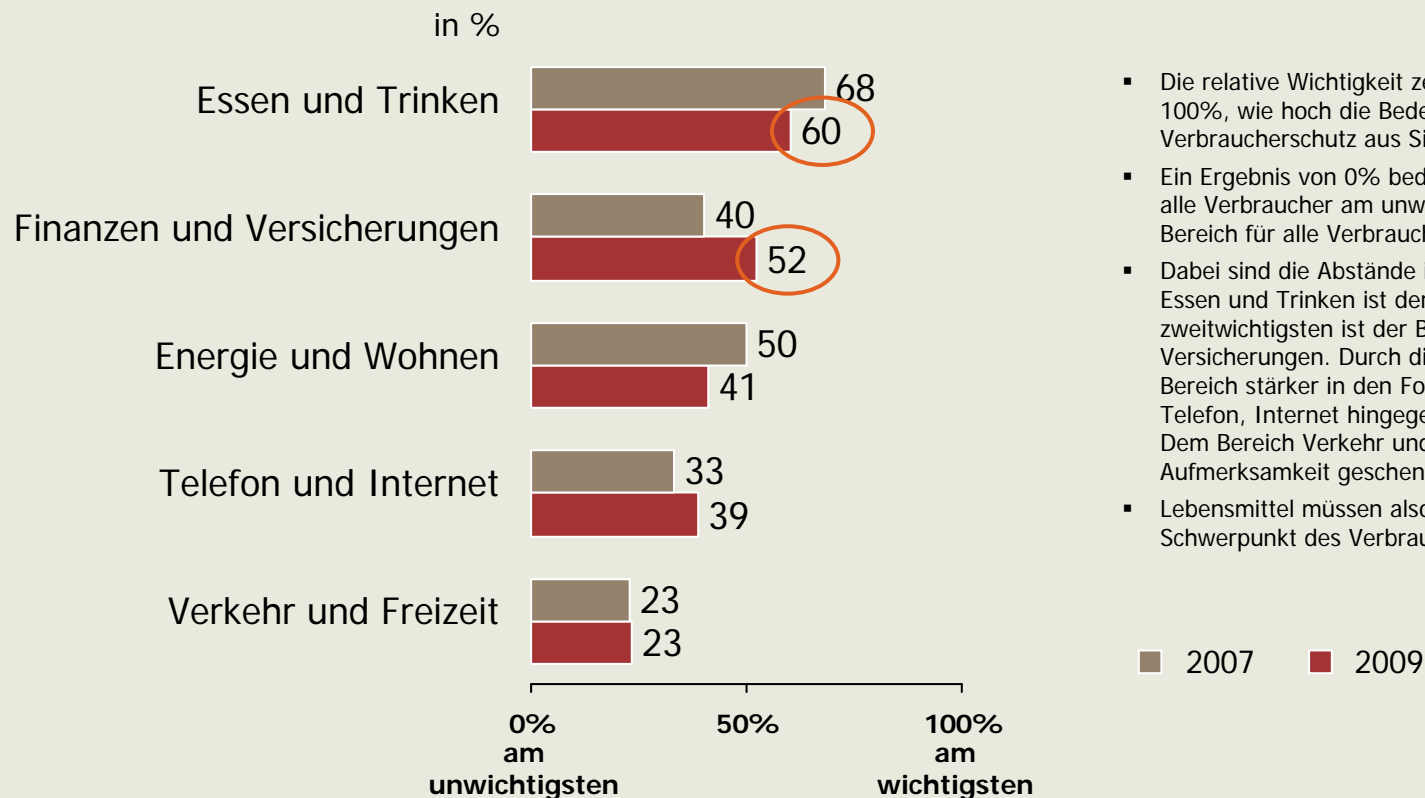
• F03\_01 bis F03\_04 – Indexberechnung  
Basis: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=700)

## 2. Handlungsfelder für den Verbraucherschutz in Bayern



Explizit nachgefragt sind aus Sicht der Verbraucher die Bereiche "Essen und Trinken" sowie "Finanzen und Versicherungen" die mit Abstand bedeutendsten Handlungsfelder des Verbraucherschutzes; bei Letzterem zeigt sich ein deutlicher Anstieg

## Relative Wichtigkeit der Handlungsfelder



- Die relative Wichtigkeit zeigt auf einer Skala von 0% bis 100%, wie hoch die Bedeutung jedes Bereiches für den Verbraucherschutz aus Sicht der Verbraucher ist.
- Ein Ergebnis von 0% bedeutet, dass dieser Bereich für alle Verbraucher am unwichtigsten ist, bei 100% ist der Bereich für alle Verbraucher am wichtigsten.
- Dabei sind die Abstände in ihrer Höhe interpretierbar: Essen und Trinken ist der wichtigste Bereich. Am zweitwichtigsten ist der Bereich Finanzen und Versicherungen. Durch die „Finanzkrise“ rückt dieser Bereich stärker in den Fokus. Energie, Wohnen und Telefon, Internet hingegen sind nahezu gleich wichtig. Dem Bereich Verkehr und Freizeit wird weniger Aufmerksamkeit geschenkt.
- Lebensmittel müssen also immer noch ein essentieller Schwerpunkt des Verbraucherschutzes sein!

• F4 – Bei welchem der folgenden beiden Lebensbereiche ist nach Ihrer Einschätzung Verbraucherschutz am meisten erforderlich?  
Und wie leicht ist Ihnen die Entscheidung gefallen?  
Basis 2009: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=700)

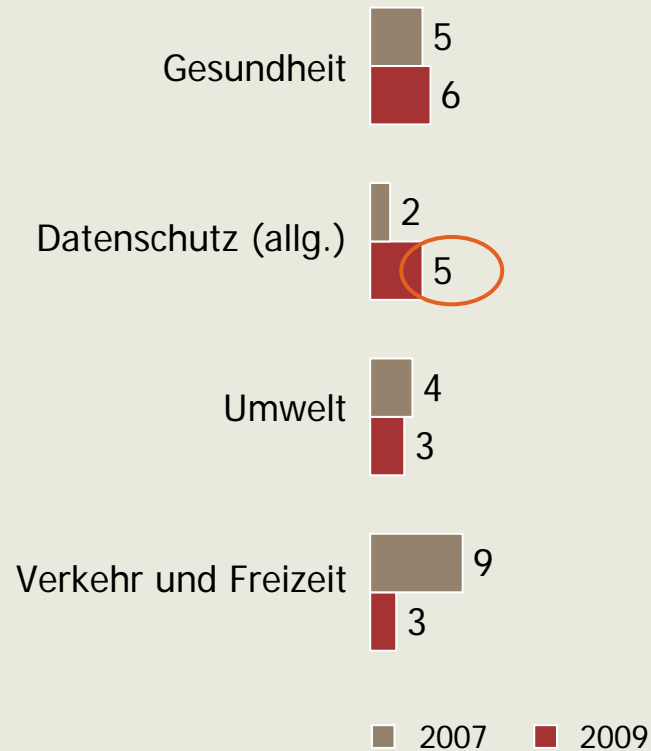
Bei den weiteren Bereichen zeigt sich – spontan geäußert – vor allem beim „Datenschutz“ steigender Bedarf an Verbraucherschutz

## Aufgaben für den Verbraucherschutz

Gewichtung und erste Hinweise auf relevante Probleme

Aufgaben Verbraucherschutz im Zeitvergleich (netto)

in %



• F2 – Welches sind Ihrer Meinung nach die dringendsten Themen und Aufgaben, bei denen Sie sich derzeit mehr Verbraucherschutz wünschen?

Basis 2009: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=700)

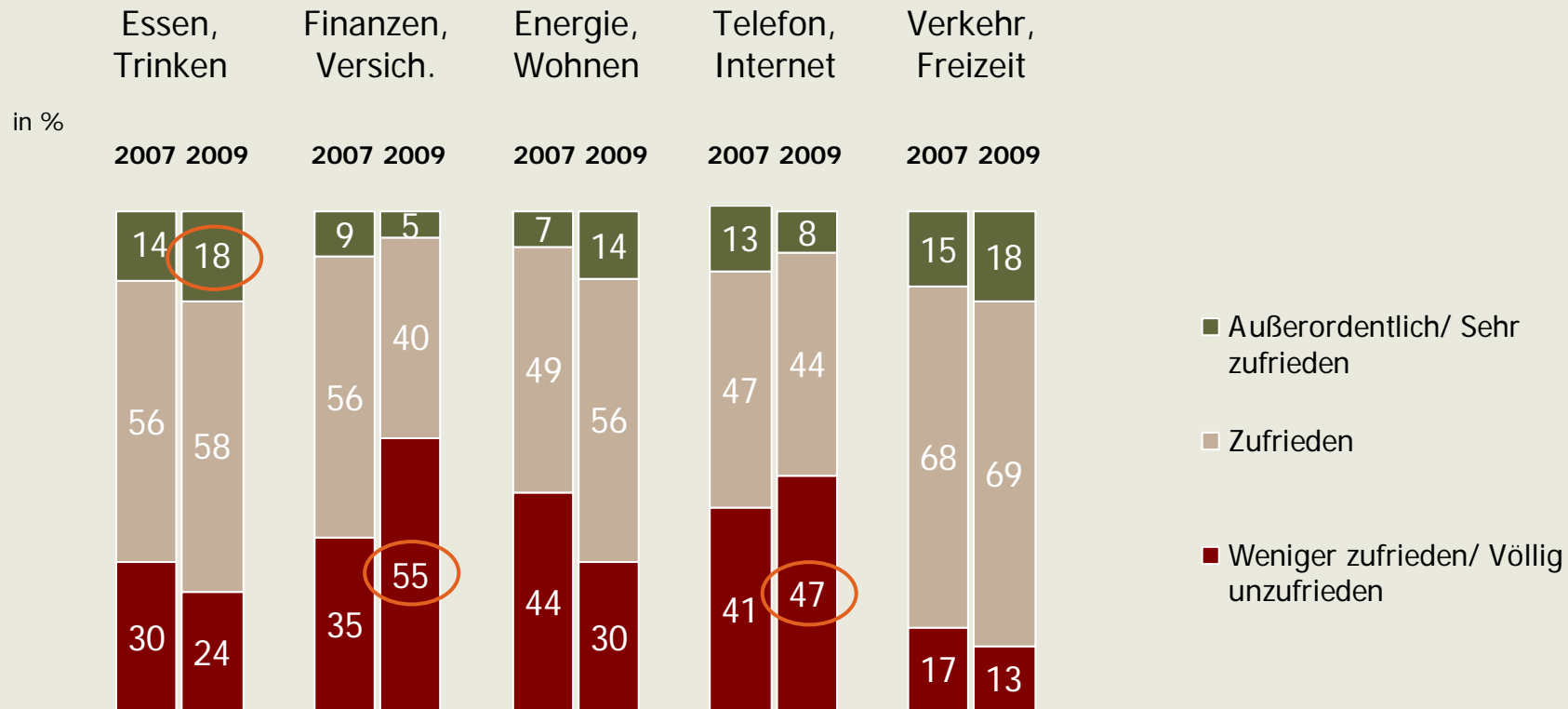
© 2009 GfK SE, Bereich GfK Marktforschung; p\_090527\_Bay\_Verbrauchermonitor\_Kurzfassung.ppt



Im Handlungsfeld „Essen, Trinken“ sind die Verbraucher mit dem Schutz am zufriedensten; größte – und vor allem wachsende – Unzufriedenheit herrscht dagegen bei „Finanzen, Versicherungen“, aber auch bei „Telefon, Internet“ wächst der Handlungsbedarf

11

### Zufriedenheit mit dem Verbraucherschutz in den Bereichen:



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

Basis 2009: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=700)

# 3. Fokusthema

## Finanzmarkt

Im Bereich „Finanzen und Versicherungen“ ist die Zufriedenheit der Verbraucher mit fast allen Akteuren des Verbraucherschutzes zurückgegangen; gerade die Arbeit von Banken/Versicherungen, Staat und der EU wird im Vergleich zu 2007 deutlich kritischer gesehen

13

## Zufriedenheit mit dem Verbraucherschutz und mit den Akteuren:

### Finanzen, Versicherungen

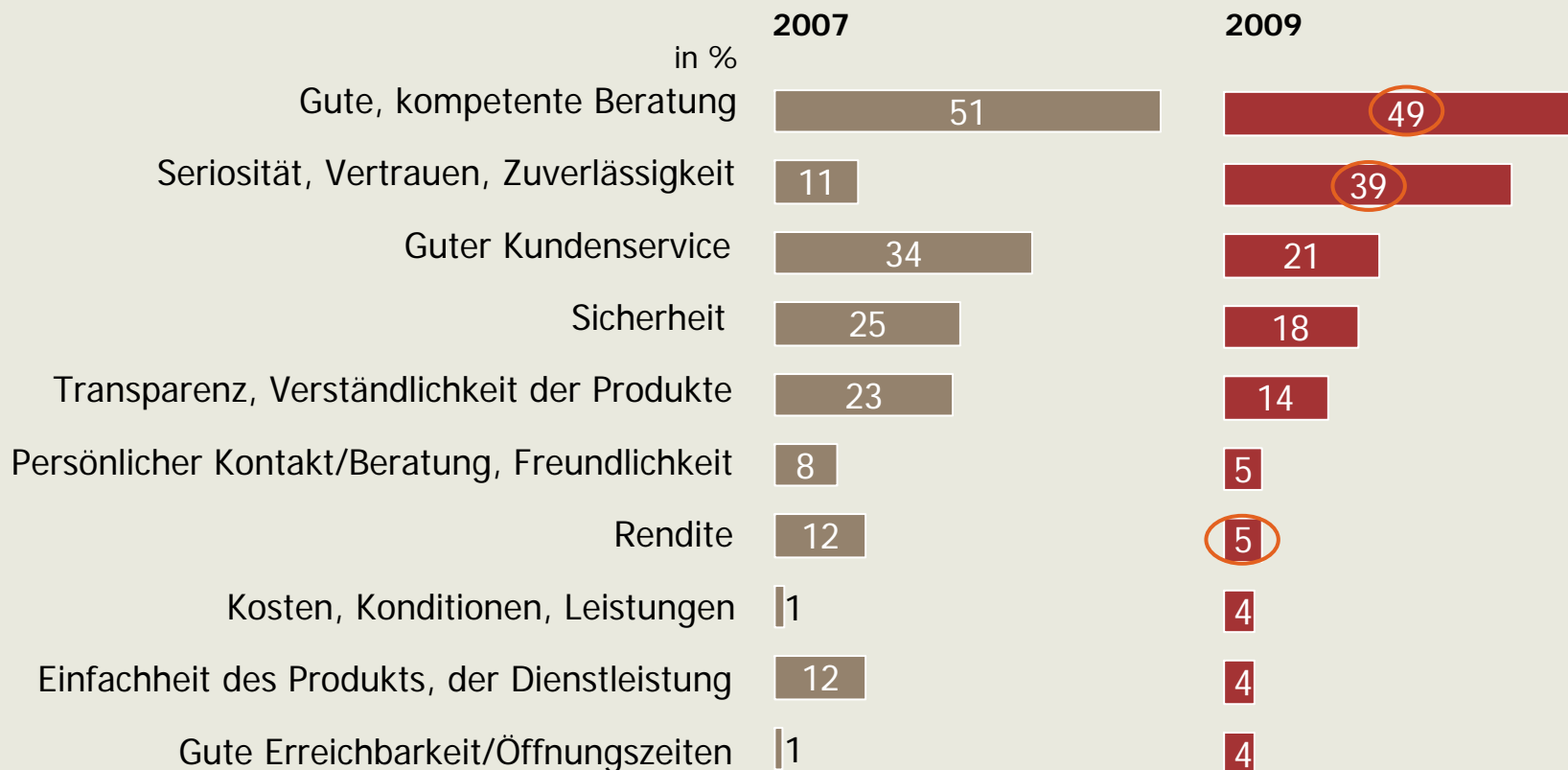


- FV14 - Wie zufrieden sind Sie mit der Arbeit der folgenden Institutionen im Hinblick auf den Verbraucherschutz in den Bereichen Finanzen und Versicherungen?
  - XGES - Wie zufrieden sind Sie mit dem Schutz der Verbraucherinteressen in dem Bereichen Finanzen und Versicherungen (jeweils ohne „kann ich nicht beurteilen/keine Angabe“)
- Basis 2009: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=700)

Auch in Zeiten der Finanzkrise bleibt „gute, kompetente Beratung“ für die bayerischen Verbraucher das zentrale Kriterium bei Banken; der Punkt „Seriosität, Vertrauen, Zuverlässigkeit“ hat stark an Bedeutung gewonnen; Rendite-Chancen sind dagegen in den Hintergrund gerückt

14

### Beurteilungskriterien für Banken\*:



\*alle Nennungen > 2%

• FV5 Welche Dinge sind Ihnen beim Umgang mit Banken besonders wichtig?

Basis 2009: 5,5 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=418), die sich intensiv mit dem Thema Finanzen/Versicherungen auseinander setzen

GfK

# Knapp ein Viertel der bayerischen Verbraucher erwartet künftig weniger riskante Geldanlagen von den Banken

15

## Maßnahmen, die von den Banken erwartet werden

(ungestützte Abfrage; Original Zitate aus dem Interview)



Alle Nennungen > 3%

FV15: Welche Maßnahmen erwarten Sie persönlich von den Banken, um Folgen für die Verbraucher bei möglichen Finanzkrisen zu mildern?

Basis: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=700)

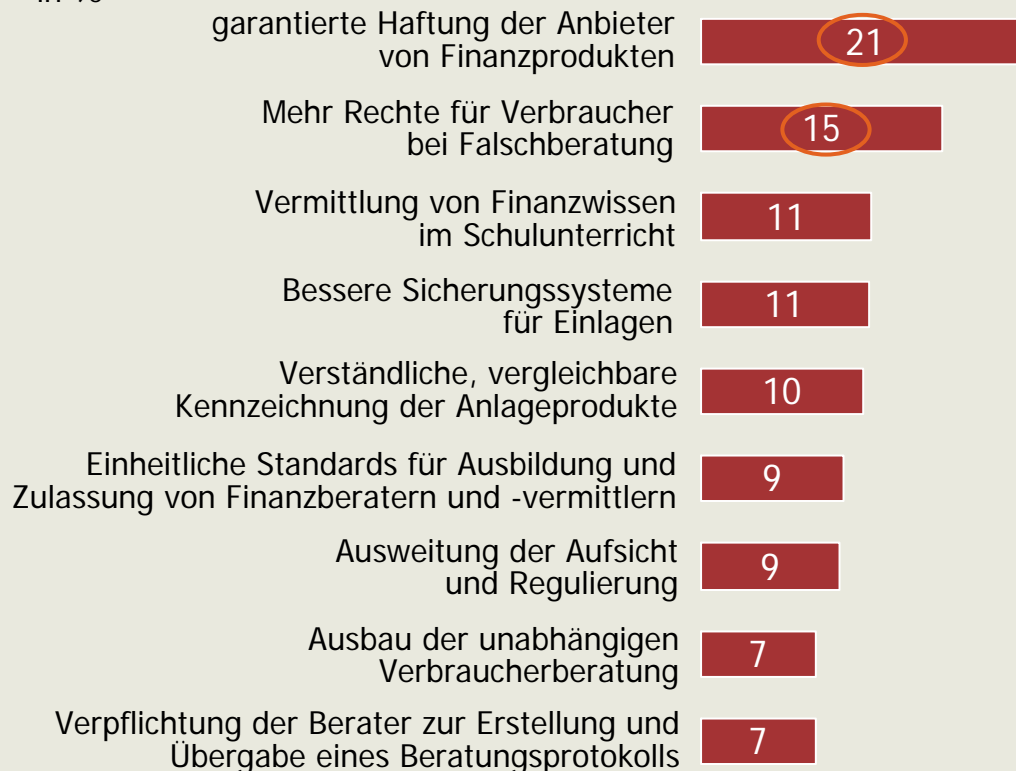
GfK

## Aus Verbrauchersicht sind eine garantierte Haftung der Anbieter und die Stärkung der Verbraucherrechte bei Falschberatung die am besten geeigneten Maßnahmen zur Verbesserung des Verbraucherschutzes im Finanzbereich

### Präferierte Maßnahmen

16

in %



- Der Prozentwert gibt an, wie häufig die Maßnahme gegenüber allen anderen Maßnahmen bevorzugt wurde.
- Der Prozentwert kann demnach als Erstpräferenz der abgefragten Maßnahmen interpretiert werden.
- 21% der Befragten sind der Meinung, dass eine garantierte Haftung der Anbieter von Finanzprodukten die am besten geeignete Maßnahme zur Verbesserung des Verbraucherschutzes im Finanzbereich ist.



# 4. Kernergebnisse

## Kernergebnisse

18

- Knapp zwei Drittel der bayerischen Verbraucher sind unverändert wohlwollend bis vertrauend, vor allem durch zunehmendes Vertrauen in die Kontrolle von Lebensmitteln; das Verbrauchervertrauen in der Spitze geht aber zurück.
- Besonders vertrauend sind nach wie vor jüngere Verbraucher, besonders kritisch die über 50-Jährigen.
- Der Wunsch nach mehr Verbraucherschutz bei „Finanzen und Versicherungen“ verstärkt sich deutlich; zusätzlich rückt der Bereich „Telefon und Internet“ in den Fokus. „Essen und Trinken“ sowie „Energie und Wohnen“ treten dagegen etwas in den Hintergrund.
- Bei „Finanzen und Versicherungen“ zeigt sich wachsende Unzufriedenheit der Verbraucher mit fast allen Akteuren des Verbraucherschutzes; besonders der Verbraucherschutz seitens Banken/Versicherungen, Staat und EU wird deutlich kritischer gesehen.
- „Gute, kompetente Beratung“ und vor allem „Vertrauen und Zuverlässigkeit“ werden zu zentralen Anforderungskriterien an Banken und Versicherungen.
- Bürger erwarten vom Staat ein breites Maßnahmenbündel, dabei werden Haftungsgarantien und mehr Rechte bei der Falschberatung an erster Stelle genannt.

# 5. Studiensteckbrief und Anhang

# Studiensteckbrief

20

<b>Hintergrund</b>	Bei der ersten Folgeuntersuchung des „Bayerischen Verbrauchermonitors“, die im Auftrag des Bayerischen Staatsministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz (StMJV) durchgeführt wurde, stellt das Thema „Finanzen und Versicherungen“ neben der Erhebung des allgemeinen Verbrauchervertrauens aus dem aktuellen Anlass der „Finanzkrise“ einen Schwerpunkt dar.
<b>Erhebungsmethode</b>	Telefonische Interviews per CATI (computer assisted telephone interviews)
<b>Stichprobe</b>	n=700 repräsentativ ausgewählte Personen ab 14 Jahren in bayerischen Haushalten; proportionale Stichprobenanlage Oberbayern: n=224 Niederbayern: n=70 Oberpfalz: n=67 Oberfranken: n=68 Mittelfranken: n=99 Unterfranken: n=71 Schwaben: n=101
<b>Erhebungszeitraum</b>	03. März 2009 bis 17. März 2009
<b>Interviewdauer</b>	19 Minuten im Durchschnitt



# Indexberechnung

21

trifft ... zu	voll und ganz	sehr	trifft zu	weniger	überhaupt nicht	keine Angabe
<b>Ich vertraue darauf, dass ...</b>						
... die Informationen und Kennzeichnungen auf den Produkten vollständig und richtig sind, wenn ich etwas kaufe.	25.00	18.75	12.5	6.25	0.00	wird durch
... die Produkte, die im Handel angeboten werden, ausreichend auf ihre Sicherheit geprüft worden sind.	25.00	18.75	12.5	6.25	0.00	Mittelwert
... die verfügbaren Lebensmittel ausführlich kontrolliert worden sind und gesundheitlich unbedenklich sind.	25.00	18.75	12.5	6.25	0.00	ersetzt
... meine Rechte als Verbraucher mich bei Problemen mit Produkten, Dienstleistungen und Anbietern ausreichend schützen.	25.00	18.75	12.5	6.25	0.00	

Index: maximal erreichbar

**100****0**

minimal erreichbar

## Verbrauchervertrauensindex (0-100 Punkte)

vertrauende Verbraucher	87.00-100	Punkte
zuversichtliche Verbraucher	61.00-86.99	Punkte
wohlwollende Verbraucher	40.00-60.99	Punkte
verunsicherte Verbraucher	14.00-39.99	Punkte
misstrauische Verbraucher	0.00-13.99	Punkte

Dem liegen die Annahmen zugrunde, dass die Abstände der Skala gleich groß sind und jedes Statement gleichgewichtet behandelt wird

