



Verbraucherbarometer 2018: Vertrauen der Europäer in Dienstleistungsmärkte muss weiter gestärkt werden

Brüssel, 12. Oktober 2018

Die Europäische Kommission hat heute ihr Barometer für Verbrauchermärkte für 2018 veröffentlicht, an dem sich ablesen lässt, wie die Verbraucherinnen und Verbraucher in der EU die Leistung von 40 Märkten für Waren und Dienstleistungen bewerten.

Während sich das allgemeine Vertrauen in die Märkte seit 2010 positiv entwickelt hat, vertrauen laut dem Barometer lediglich 53 % der Verbraucherinnen und Verbraucher darauf, dass die Unternehmen im Dienstleistungssektor die Verbraucherschutzvorschriften einhalten. Für den Warenausschnitt fällt der entsprechende Anteil mit 59 % nur geringfügig höher aus. Im Vergleich zum Verbraucherbarometer für 2016 ist das Verbrauchervertrauen nicht gestiegen. Insbesondere in den Bereichen Telekommunikation, Finanzdienstleistungen und bei den Versorgungsunternehmen (Wasser, Gas, Strom, Postdienste) bestehen in den meisten EU-Mitgliedstaaten den Verbraucherinnen und Verbrauchern zufolge nach wie vor Defizite. Als positiv wird vermerkt, dass sich die beim Verbrauchervertrauen bestehende Ost-West-Lücke allmählich schließt. Auch Bereiche wie personenbezogene Dienstleistungen (Friseurleistungen, Wellness), Ferienunterkünfte und Pauschalreisen genießen bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern großes Vertrauen.

„Zwar wächst das Verbrauchervertrauen, doch machen immer noch zu viele Verbraucher schlechte Erfahrungen in bestimmten Märkten, etwa beim Kauf einer Immobilie oder eines Gebrauchtwagens“, so Věra **Jourová**, Kommissarin für Justiz, Verbraucher und Gleichstellung. *Im April 2018 haben wir eine [Neugestaltung der Rahmenbedingungen für die Verbraucher](#) vorgelegt, um die Durchsetzung der Verbraucherrechte zu stärken und den Verbraucherinnen und Verbrauchern neue Möglichkeiten an die Hand zu geben, ihre Rechte geltend zu machen. Die Möglichkeit, Sammelklagen anzustrengen, dürfte das Vertrauen der Verbraucherinnen und Verbraucher darin erhöhen, dass sie ihre Rechte einfordern können, und die Unternehmen dazu anhalten, die Vorschriften genauer einzuhalten.“*

Die wichtigsten Ergebnisse des Barometers für Verbrauchermärkte 2018:

- **Wenngleich die positive Entwicklung seit 2010 anhält, lassen sich im Vergleich zu 2016 kaum Verbesserungen feststellen.** Bei Hypotheken, Wasser-, Gas- und Stromversorgungsdiensten wurden die größten Verbesserungen in den vergangenen zwei Jahren festgestellt, dennoch zählen diese Bereiche (mit Ausnahme der Gasversorgungsdienste) weiterhin zu den Sektoren, denen am wenigsten Vertrauen entgegengebracht wird.
- **Nach wie vor schneiden die Märkte in Westeuropa bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern besser ab, während im Durchschnitt die größten Verbesserungen in diesem Jahr erneut in Osteuropa verzeichnet wurden.** Dies legt den Schluss nahe, dass sich die bei der Funktionsweise der Verbrauchermärkte feststellbare Ost-West-Lücke allmählich schließt. Die Maßnahmen, die die Kommission und die Mitgliedstaaten derzeit wegen des Problems der [Lebensmittel von zweierlei Qualität](#) unternehmen, dürften hier für weitere Verbesserungen sorgen.
- **Internetanbieter und Mobiltelefondienste gelten bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern nach wie vor als am problematischsten;** so hatten im vergangenen Jahr 20,3% bzw. 17,5% der Verbraucherinnen und Verbraucher in diesen Sektoren mit Problemen zu kämpfen. In folgenden weiteren Bereichen wiesen mindestens 10 % der Verbraucherinnen und Verbraucher auf einschlägige Schwierigkeiten hin: Fernseh Abonnements, Festnetztelefonie, Verkauf von IKT und elektronischen Waren, Zug- und Nahverkehr, Gebrauchtwagen, Immobilien, Postdienste, Neuwagen, Autovermietung und Kfz-Reparaturdienste.
- **Die größten Nachteile (in Form von finanziellen Verlusten oder Zeitverlusten) entstehen den Verbraucherinnen und Verbrauchern bei Schwierigkeiten im Finanzdienstleistungssektor.** Mindestens 35 % der Verbraucherinnen und Verbraucher, die Probleme mit Gebäudeversicherungen, Hypotheken, Darlehen und Krediten sowie der Strom- und Wasserversorgung hatten, gaben an, in der Folge gravierende Nachteile erfahren zu haben. Weitere Bereiche, in denen Verbraucherinnen und Verbraucher im Falle von Schwierigkeiten wesentliche Nachteile meldeten, waren Fluggesellschaften, Anlageprodukte und

Autoversicherungen.

- **Der Immobilien- und der Gebrauchtwagenmarkt schneiden in puncto Verbrauchervertrauen am schlechtesten ab.** Nur 38 % der Verbraucherinnen und Verbraucher vertrauen darauf, dass Immobiliendienstleister die Verbraucherschutzvorschriften einhalten; für den Gebrauchtwagensektor liegt der entsprechende Anteil bei 36 %.

Kommissionsmaßnahmen zur Erhöhung des Verbraucherschutzes und -vertrauens

Die Verbesserung des Verbraucherschutzes ist für die Juncker-Kommission eine wichtige Priorität. Die Kommission legte im April 2018 eine Mitteilung zur Neugestaltung der Rahmenbedingungen für die Verbraucher vor. Damit erhalten qualifizierte Einrichtungen die Möglichkeit, Verbandsklagen im Namen von Verbraucherinnen und Verbrauchern zu erheben. Zudem werden stärkere Sanktionsbefugnisse für die Verbraucherschutzbehörden der Mitgliedstaaten eingeführt. Ferner wird der Verbraucherschutz auf den Online-Bereich ausgeweitet und es wird klargestellt, dass der Vertrieb identischer Produkte von unterschiedlicher Qualität, der Verbraucherinnen und Verbraucher in die Irre führt, verboten ist.

Die Kommission hat vor dem Hintergrund der [EU-Verordnung](#) über die Zusammenarbeit im Verbraucherschutz gemeinsam mit den Verbraucherschutzbehörden mehrere Durchsetzungsmaßnahmen auf den Weg gebracht, um sicherzustellen, dass die Unternehmen die EU-Verbraucherschutzvorschriften in vollem Umfang einhalten. So wurden zum Beispiel jüngst Maßnahmen ergriffen, um bei den Geschäftsbedingungen von [Airbnb](#) Nachbesserungen zu erreichen.

Hintergrund

Die Verbraucherbarometer veranschaulichen, wie der Binnenmarkt für die Verbraucherinnen und Verbraucher in der EU funktioniert. Sie werden seit 2008 veröffentlicht und sollen bewirken, dass die Ergebnisse von Verbraucherumfragen stärker beachtet werden und in die Politikgestaltung einfließen.

Es gibt zwei Arten von Barometern, die im jährlichen Wechsel veröffentlicht werden und auf repräsentativen EU-weiten Erhebungen beruhen:

- Das **Verbraucherbarometer für Verbrauchermärkte** misst die Leistung von über 40 Verbrauchermärkten anhand von Schlüsselindikatoren, beispielsweise das Vertrauen in die Einhaltung der Verbraucherschutzvorschriften durch die Anbieter, die Vergleichbarkeit der Angebote, die verfügbare Auswahl an Händlern/Anbietern, das Maß, in dem die Märkte die Erwartungen der Verbraucherinnen und Verbraucher erfüllen, und inwieweit die auf dem Markt auftretenden Probleme Schäden verursachen. Auch andere Indikatoren wie Anbieterwechsel und Preise werden beobachtet und analysiert.
- Das **Verbraucherbarometer für Verbraucherbedingungen** misst die Verbraucherbedingungen in den einzelnen Ländern in Bezug auf 1. Kenntnisse der Bestimmungen und Vertrauen, 2. Einhaltung und Durchsetzung sowie 3. Beschwerden und Streitbeilegung. Auch werden im Rahmen der Umfrage die bei der Integration des EU-Einzelhandelsmarkts erzielten Fortschritte untersucht ([Verbraucherbarometer für Verbraucherbedingungen 2017](#)).

Weitere Informationen

[Verbraucherbarometer](#)

Marktperformanceindikator, 2010-2017

Services markets

Top 3 performing



84.9

Personal care services
(e.g. hairdressers,
nail studios, etc.)



84.1

Holiday
accommodation
(e.g. hotels)



82.6

Packaged holiday
and travel tours

Bottom 3 performing



73.1

Real estate



75.0

Investment products,
private personal
pensions and securities



75.8

Mortgages

Goods markets

Top 3 performing



85.3

Spectacles and lenses



85.1

Small household
appliances



84.6

Dairy products

Bottom 3 performing



75.5

Second hand cars



80.4

New cars



81.3

Meat and meat
products

Kontakt für die Medien:

[Christian WIGAND](#) (+32 2 296 22 53)

[Melanie VOIN](#) (+ 32 2 295 86 59)

Kontakt für die Öffentlichkeit: [Europe Direct](#) – telefonisch unter [00 800 67 89 10 11](#) oder per [E-Mail](#)