



VERBRAUCHERREPORT 2024

Die Lage der Verbraucher:innen

UNTERSUCHUNGSDESIGN

Befragungsmethode:	Telefonbefragung, Dual Frame Stichprobe (Festnetz + Mobilfunk)
Grundgesamtheit:	deutschsprachige Personen ab 14 Jahre in Privathaushalten in Deutschland
Stichprobengröße:	2022, 2023 und 2024: 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:	2022: 4. August bis 26. August 2022 2023: 11. April bis 27. April 2023 2024: 11. März bis 28. März 2024
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 eine sehr hohe Relevanz: 92 Prozent erachten das Thema als „sehr wichtig“ bzw. „eher wichtig“. Aktuell wird dem Verbraucherschutz damit eine höhere Wichtigkeit beigemessen als in den beiden Vorjahren.

Gut drei Viertel (77 Prozent) sind der Auffassung, dass ihre Verbraucherinteressen im Großen und Ganzen (sehr bzw. eher) gut geschützt sind. Auch dieser Anteil ist aktuell etwas höher als in den Vorjahren. Insbesondere in den Bereichen «Lebensmittel und Ernährung» sowie «Reisen und Verkehr» ist das empfundene Schutzniveau hoch (71 bzw. 70 Prozent „sehr bzw. eher gut“ geschützt). Im Bereich «Internet und Digitalisierung» besteht – wie bereits in den Vorjahren – auch aktuell Verbesserungsbedarf: 49 Prozent sehen ihre Interessen hier derzeit „eher nicht gut“ bzw. „gar nicht“ geschützt.

Der Schutz der Verbraucherinteressen liegt nach Ansicht der Befragten zuvorderst in der Verantwortung der Politik (84 Prozent „in sehr/eher starkem“ Maße). Den anderen Akteuren – den Verbraucherorganisationen (82 Prozent), Handel und Herstellern (78 Prozent) und nicht zuletzt auch den Verbraucher:innen selbst (75 Prozent) – wird ebenfalls hohe Verantwortung zugeschrieben.

Das größte Vertrauen beim Verbraucherschutz genießen erneut Familie und Freunde (87 Prozent „sehr/eher starkes“ Vertrauen). An zweiter Stelle folgen Verbraucherorganisationen (73 Prozent) vor den Rechtsanwälten (57 Prozent). Die Rangfolge dieser Personen bzw. Institutionen hat sich im Vergleich zu den beiden Vorjahren nicht verändert. Nur geringes Vertrauen genießt die Politik bzgl. dem Verbraucherschutz (24 Prozent).

Maßnahmen bzw. Regelungen der Europäischen Union sind für knapp drei Viertel (73 Prozent) der Befragten (sehr bzw. eher) wichtig, wenn es darum geht, den Alltag von Verbraucher:innen in Deutschland zu verbessern. Jüngere Befragte messen solchen Maßnahmen und Regelungen eine deutlich höhere Wichtigkeit bei als Ältere.

ZUSAMMENFASSUNG (2/2)

Von Themen, die auf EU-Ebene geregelt werden könnten, besteht nach Ansicht der Befragten eine sehr hohe Wichtigkeit der Umsetzung beim Schutz von Verbraucher:innen, wenn durch kriminelle Online-Aktivitäten auf deren Bankkonto zugegriffen wird. 95 Prozent erachten dieses als „sehr wichtig“ bzw. „eher wichtig“. Vorgaben für Elektro-Autos einzuführen, damit diese weniger Strom verbrauchen, erscheint den Befragten von den insgesamt sechs abgefragten Aspekten am wenigsten dringlich (51 Prozent „sehr/eher wichtig“).

Knapp neun von zehn Befragten (89 Prozent) sind der Meinung, dass Unternehmen persönliche Daten nur dann nutzen dürfen sollten, wenn den Nutzer:innen der Zweck der Nutzung bekannt ist.

Gut ein Drittel der Befragten (34 Prozent) hat aktuell Sorge vor unbefugtem Zugriff auf ihr Bankkonto. Jüngere Befragte (14- bis 29-Jährige) sind deutlich weniger besorgt (18 Prozent).

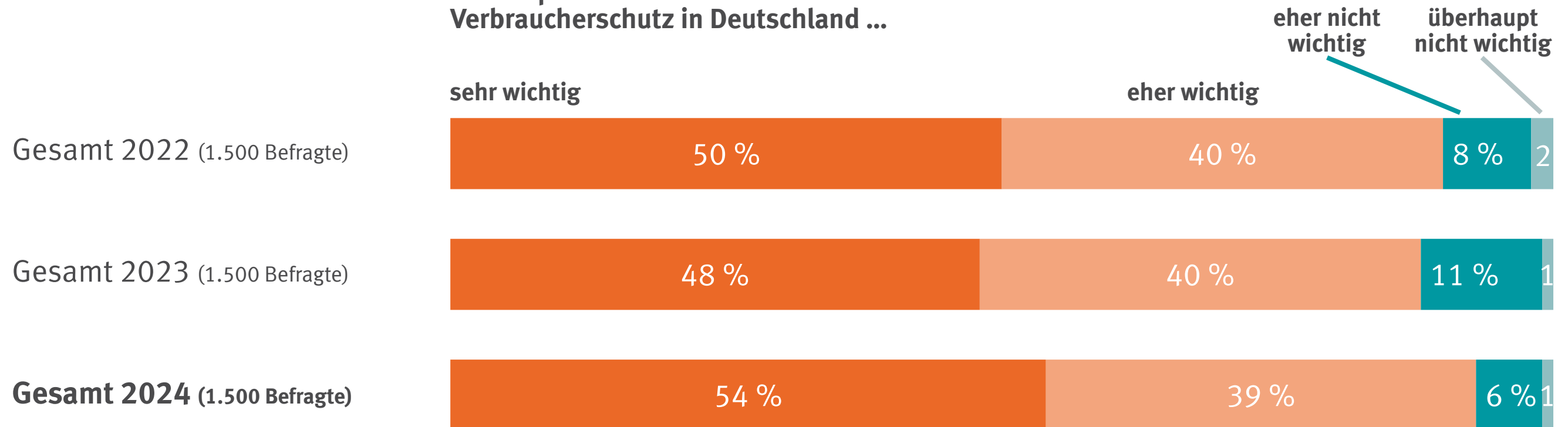
Vor dem Hintergrund der Digitalisierung sind die Befragten der Auffassung, dass der Schutz vor untergeschobenen Verträgen im Internet eine sehr hohe Priorität haben sollte (95 Prozent „stimme voll und ganz/eher zu“).

Dass KI klar reguliert werden sollte, zum Beispiel, um Verbraucher:innen vor Manipulation zu schützen und dass die Entscheidungsgrundlage verständlich erklärt werden muss, wenn Entscheidungen, die Verbraucher:innen direkt betreffen, mit Hilfe von KI getroffen werden, findet bei den Verbraucher:innen sehr hohe Zustimmung (jeweils über 90 Prozent „stimme voll und ganz/eher zu“). Gut die Hälfte (52 Prozent) der Befragten hat bereits Erfahrungen mit Anwendungen gemacht, die KI einsetzen. Drei von zehn Befragten (30 Prozent) nutzen solche Anwendungen regelmäßig. Die Mehrheit macht sich keine Sorge (54 Prozent), dass sie bei Kaufentscheidungen durch KI beeinflusst werden könnte. Unter jüngeren Befragten (14- bis 29-Jährige) ist die Sorge unterdurchschnittlich ausgeprägt.

WICHTIGKEIT DES VERBRAUCHERSCHUTZES – ZEITVERGLEICH

Das Thema Verbraucherschutz hat für die Bürger:innen eine sehr hohe Relevanz. Aktuell wird dem Verbraucherschutz sogar eine noch höhere Wichtigkeit beigemessen als in den beiden Vorjahren.

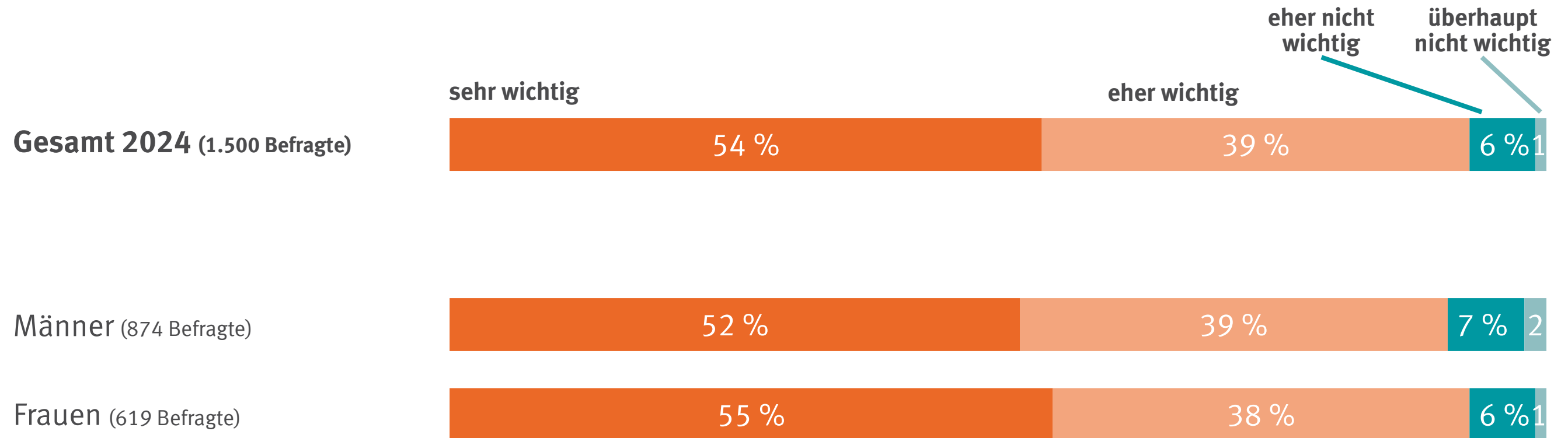
Für die persönliche Sicherheit als Verbraucher ist der Verbraucherschutz in Deutschland ...



WICHTIGKEIT DES VERBRAUCHERSCHUTZES – 2024 (1/2)

Männern und Frauen schätzen die Wichtigkeit des Themas Verbraucherschutz sehr ähnlich ein.

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



verbraucherzentrale

Bundesverband

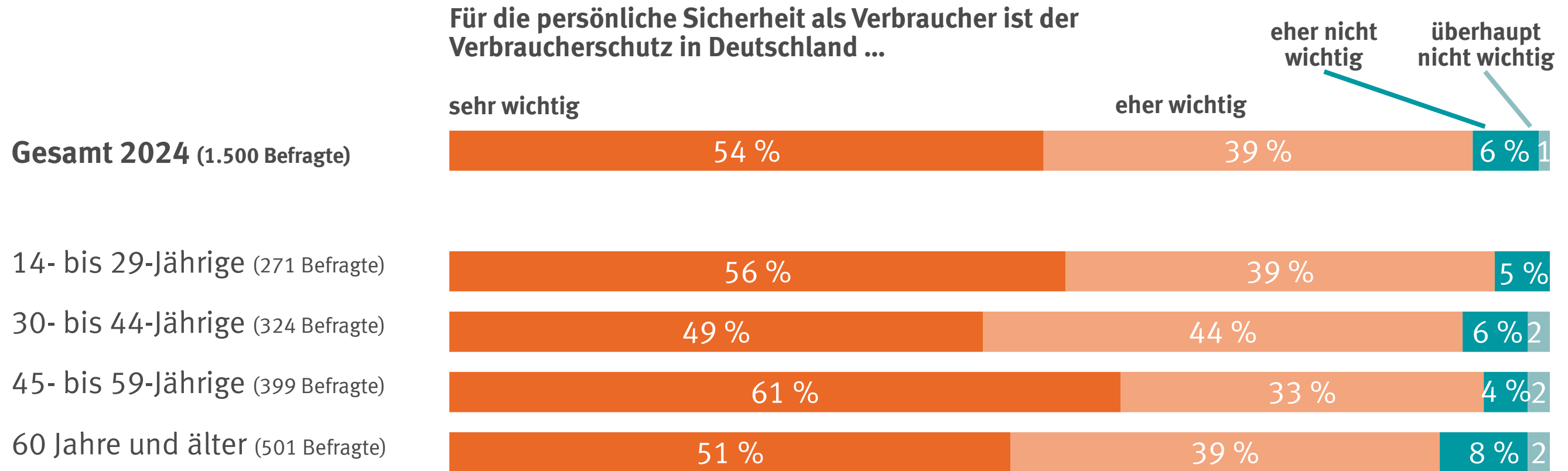
Basis: 1.500 Befragte

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

WICHTIGKEIT DES VERBRAUCHERSCHUTZES – 2024 (2/2)

Keine auffälligen Unterschiede bei der Einschätzung der Wichtigkeit des Verbraucherschutzes über die verschiedenen Altersgruppen.

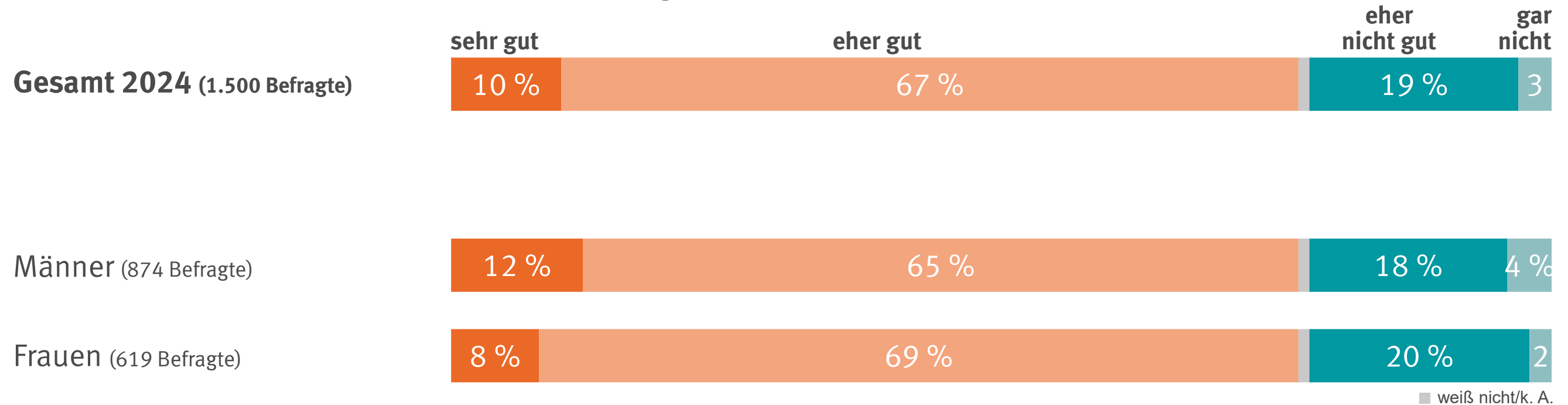
Für die persönliche Sicherheit als Verbraucher ist der Verbraucherschutz in Deutschland ...



SCHUTZ VON VERBRAUCHERINTERESSEN IN DEUTSCHLAND ALLGEMEIN – 2024 (1/2)

Zwischen Männern und Frauen bestehen bei dieser Einschätzung keine signifikanten Unterschiede.

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



■ weiß nicht/k. A.

verbraucherzentrale

Bundesverband

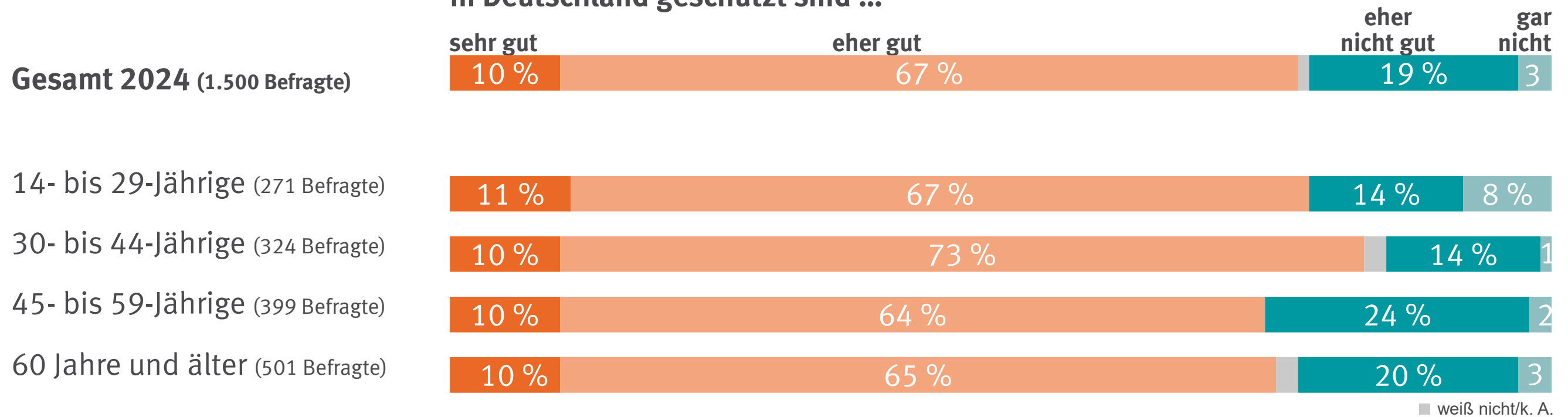
Basis: 1.500 Befragte

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 – 2024 (2/2)

Über die unterschiedlichen Altersklassen hinweg gibt es ebenfalls keine größeren Unterschiede.

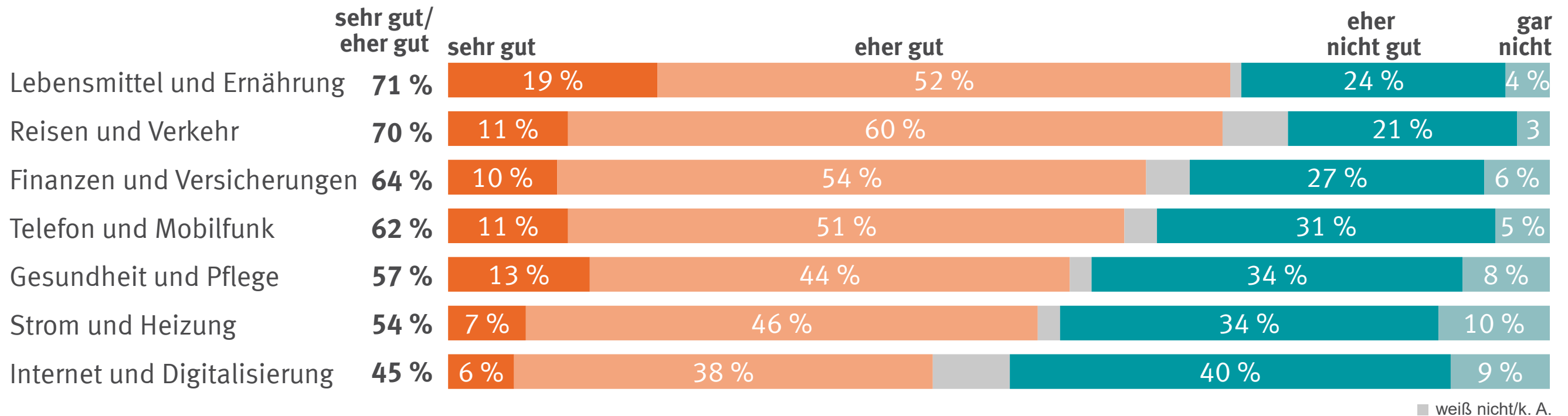
Es sind der Meinung, dass ihre Interessen als Verbraucher
in Deutschland geschützt sind ...



SCHUTZ VON VERBRAUCHERINTERESSEN IN EINZELNEN LEBENSBEREICHEN – 2024

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 ...

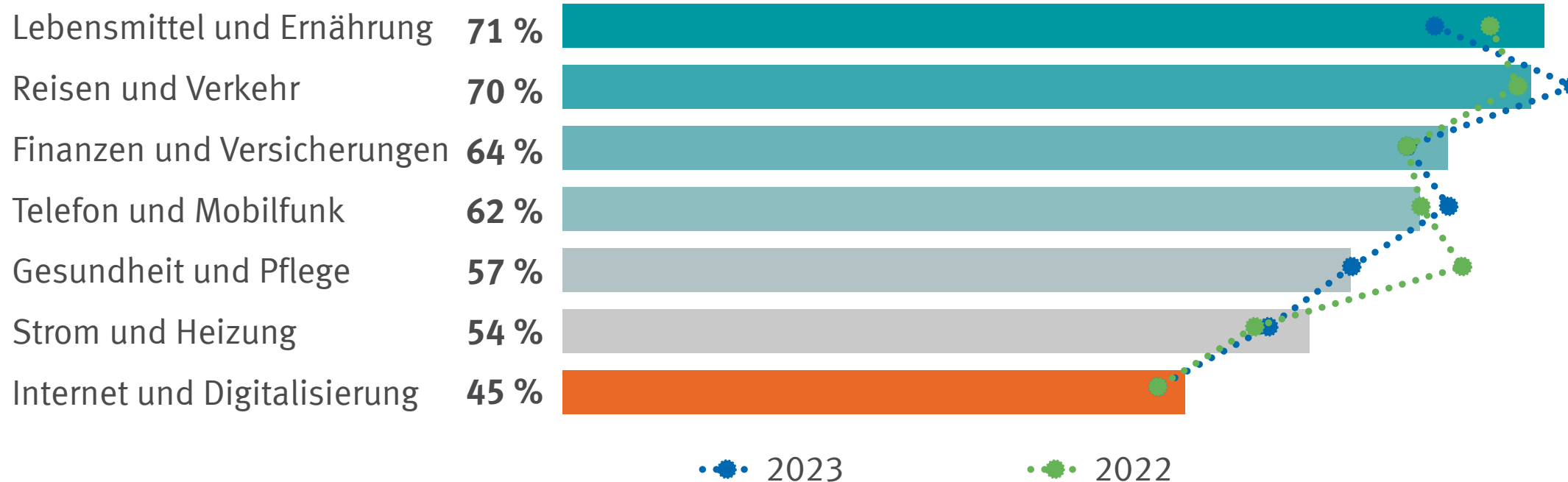


■ weiß nicht/k. A.

SCHUTZ VON VERBRAUCHERINTERESSEN IN EINZELNEN LEBENSBEREICHEN – ZEITVERGLEICH

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

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

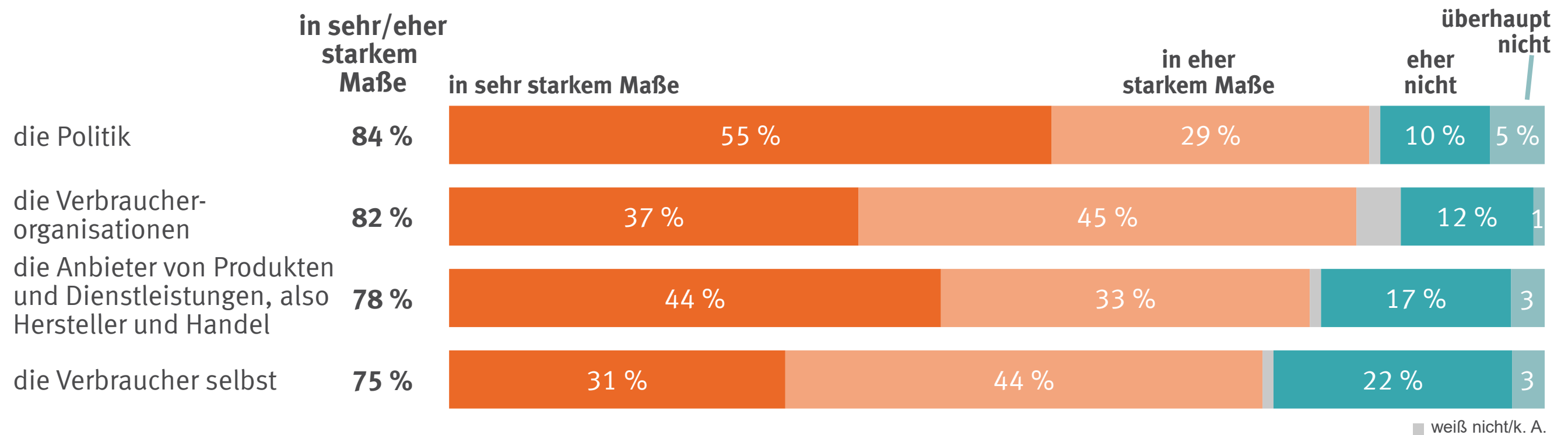


Basis: jeweils 1.500 Befragte
Frage: „Und wie ist das in den verschiedenen Lebensbereichen: Wie gut meinen Sie sind Ihre Interessen als Verbraucher in Deutschland in den folgenden Bereichen geschützt?“

VERANTWORTUNG FÜR DEN VERBRAUCHERSCHUTZ – 2024

Der Schutz der Verbraucherinteressen liegt nach Ansicht der Befragten zuvorderst in der Verantwortung der Politik. Den anderen Akteuren wird ebenfalls eine hohe Verantwortung zugeschrieben.

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



verbraucherzentrale

Bundesverband

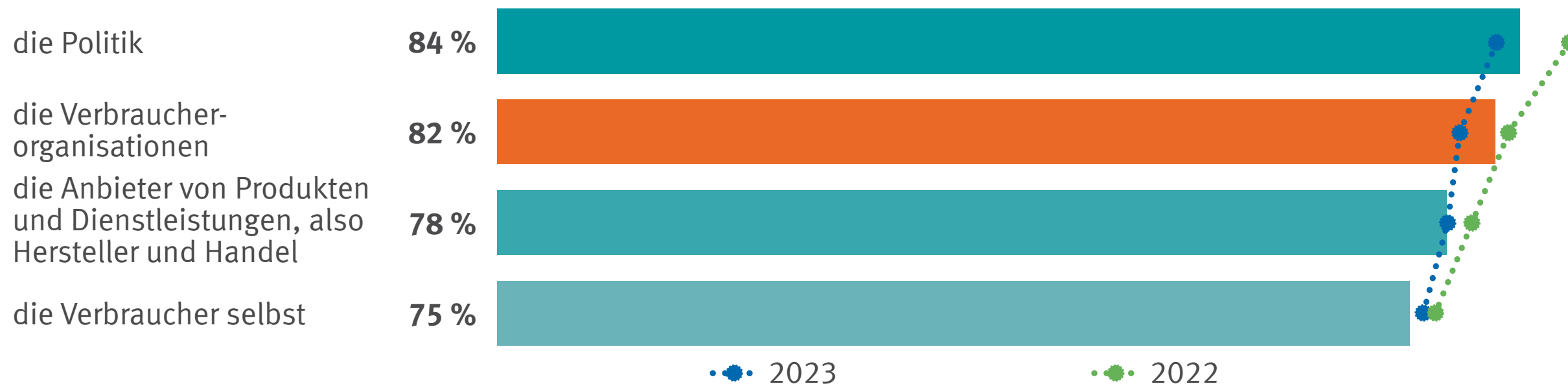
Basis: 1.500 Befragte

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. Die Rangfolge der Akteure ist im Vergleich zu den Vorjahren unverändert.

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



verbraucherzentrale

Bundesverband

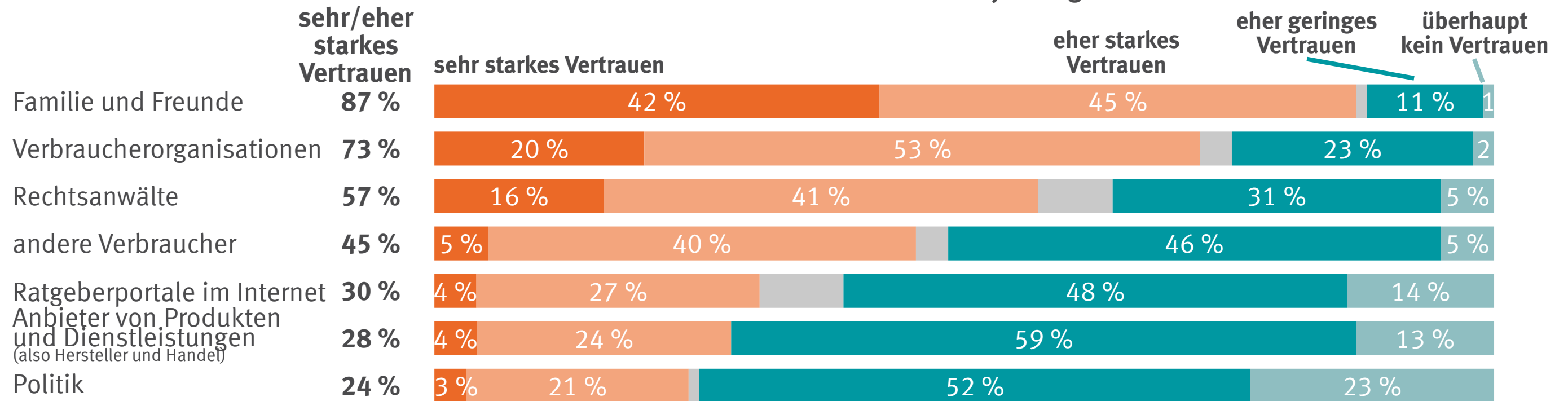
Basis: jeweils 1.500 Befragte

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 – 2024

Das größte Vertrauen genießen beim Verbraucherschutz Freunde und Familie. Verbraucherorganisationen folgen an zweiter Stelle.

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

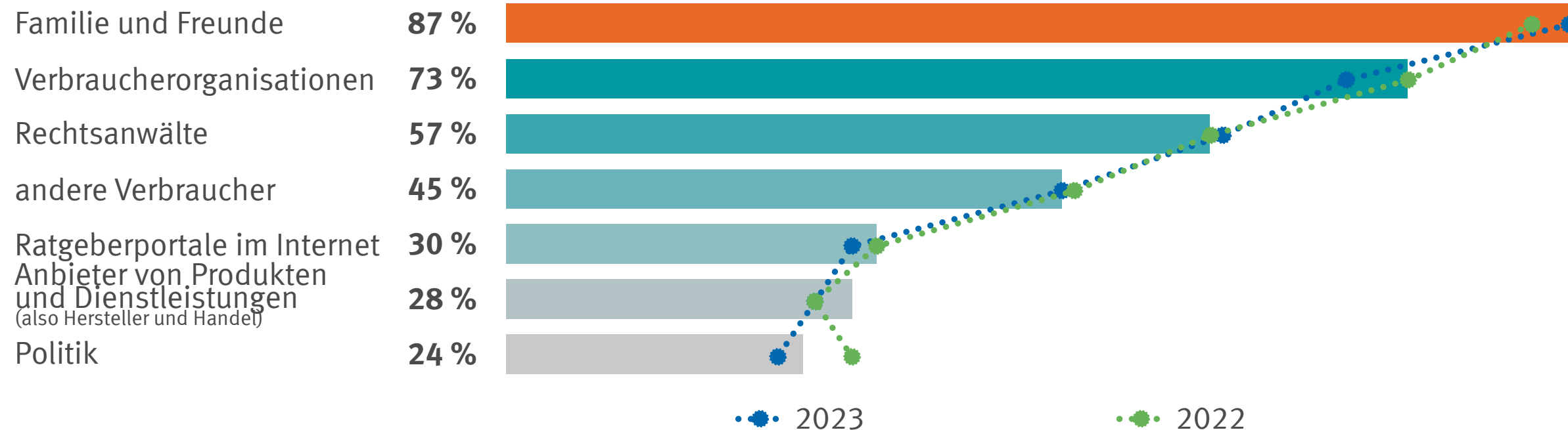


■ weiß nicht/k. A.

VERTRAUEN ZU PERSONEN UND INSTITUTIONEN BEIM VERBRAUCHERSCHUTZ – ZEITVERGLEICH

Die Rangfolge der Gruppen und Institutionen, die das höchste Vertrauen genießen, entspricht im Wesentlichen den Vorjahren.

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



WICHTIGKEIT VON MAßNAHMEN BZW. REGELUNGEN DER EU

Knapp drei Viertel der Befragten messen den Maßnahmen und Regelungen der EU eine sehr oder eher hohe Bedeutung für den Alltag von Verbraucher:innen bei – Jüngere deutlich häufiger als Ältere.

Es erachten Maßnahmen bzw. Regelungen der Europäischen Union, um den Alltag von Verbrauchern in Deutschland zu verbessern als...

sehr wichtig

eher wichtig

eher nicht wichtig

überhaupt nicht wichtig

Gesamt 2024 (1.500 Befragte)



14- bis 29-Jährige (271 Befragte)



30- bis 44-Jährige (324 Befragte)



45- bis 59-Jährige (399 Befragte)



60 Jahre und älter (501 Befragte)



verbraucherzentrale

Bundesverband

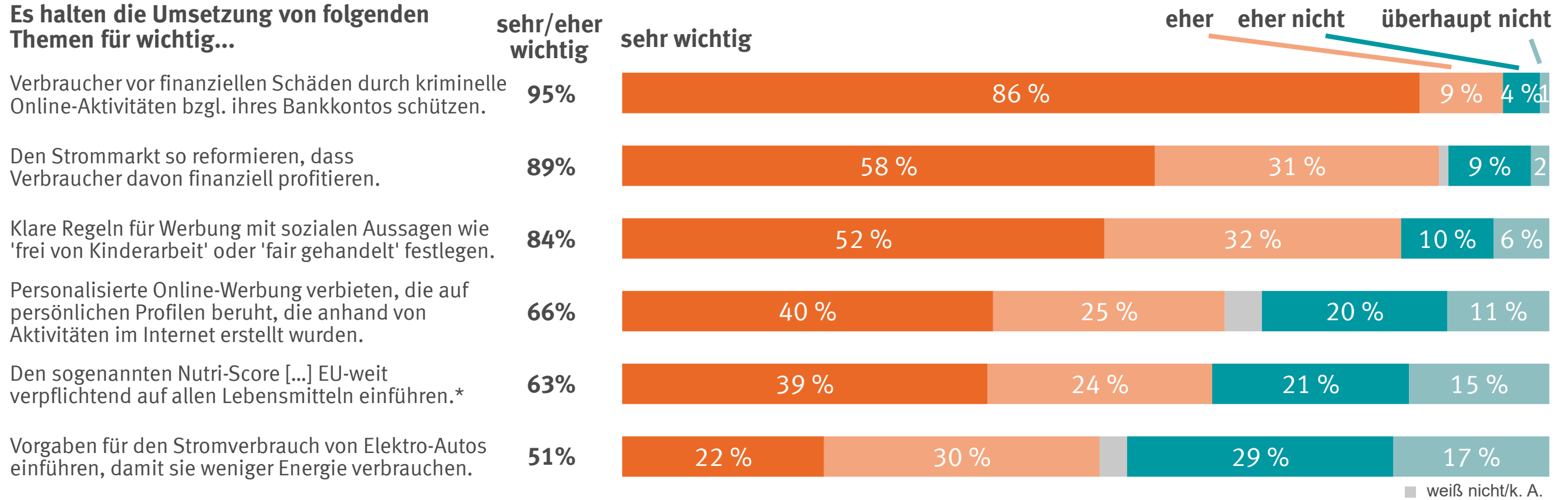
Basis: 1.500 Befragte

Frage: „Wie wichtig sind Maßnahmen bzw. Regelungen der Europäischen Union Ihrer Meinung nach, um den Alltag von Verbrauchern in Deutschland zu verbessern?“

WICHTIGKEIT VON THEMEN, DIE AUF EU-EBENE GEREGET WERDEN

Eine sehr hohe Wichtigkeit in der Umsetzung besteht nach Ansicht der Befragten beim Schutz von Verbraucher:innen, wenn durch kriminelle Online-Aktivitäten auf deren Bankkonto zugegriffen wird.

Es halten die Umsetzung von folgenden Themen für wichtig...



verbraucherzentrale
Bundesverband

Basis: 1.500 Befragte | *Aussage gekürzt

Frage: „Im Juni dieses Jahres können alle EU-Bürgerinnen und Bürger das Europäische Parlament wählen. Ich lese Ihnen nun sechs Themen vor, die auf EU-Ebene geregelt werden könnten. Bitte sagen Sie mir für jeden der folgenden Vorschläge, wie wichtig die Umsetzung für Ihren persönlichen Alltag wäre.“

DATENSAMMLUNG UND PERSONALISIERTE WERBUNG

Knapp neun von zehn Befragten sind der Meinung, dass persönliche Daten durch Unternehmen nur dann genutzt werden dürfen, wenn den Nutzer:innen der Zweck bekannt ist.

Es stimmen den folgenden Aussagen zu:

Persönliche Daten sollten nur durch Unternehmen genutzt werden dürfen, wenn der Nutzer den Zweck kennt.

ja



nein

Unternehmen sollten immer darüber informieren müssen, wenn ein angebotener Preis mit Hilfe von Daten personalisiert wurde.



Unternehmen sollten Daten grundsätzlich nicht zu Profilen zusammenfassen dürfen, um personalisierte Werbung zu erstellen.



Sogenannte Cookie-Banner, also Hinweise auf einer Webseite mit Bitte um Zustimmung zur Sammlung von Nutzerdaten, sollten abgeschafft werden.



■ weiß nicht/k. A.

verbraucherzentrale

Bundesverband

Basis: 1.500 Befragte

Frage: „Beim Surfen im Internet werden regelmäßig Daten gesammelt, in Profilen zusammengeführt und unter anderem für personalisierte Werbung verwendet. Stimmen Sie den folgenden Aussagen zu oder nicht zu?“

SORGE VOR UNBEFUGTEM ZUGRIFF AUF DAS BANKKONTO

Gut ein Drittel der Befragten hat aktuell Sorge vor unbefugtem Zugriff auf ihr Bankkonto. Jüngere Befragte (14- bis 29-Jährige) sind deutlich weniger besorgt.

Es haben aktuell Sorge, Opfer von einem Hacker- oder Phishing-Angriff auf Ihr Bankkonto zu werden...

ja

nein

Gesamt 2024 (1.500 Befragte)

34 %

65 %

14- bis 29-Jährige (271 Befragte)

18 %

82 %

30- bis 44-Jährige (324 Befragte)

38 %

60 %

45- bis 59-Jährige (399 Befragte)

40 %

60 %

60 Jahre und älter (501 Befragte)

37 %

62 %

■ weiß nicht/k. A.

verbraucherzentrale

Bundesverband

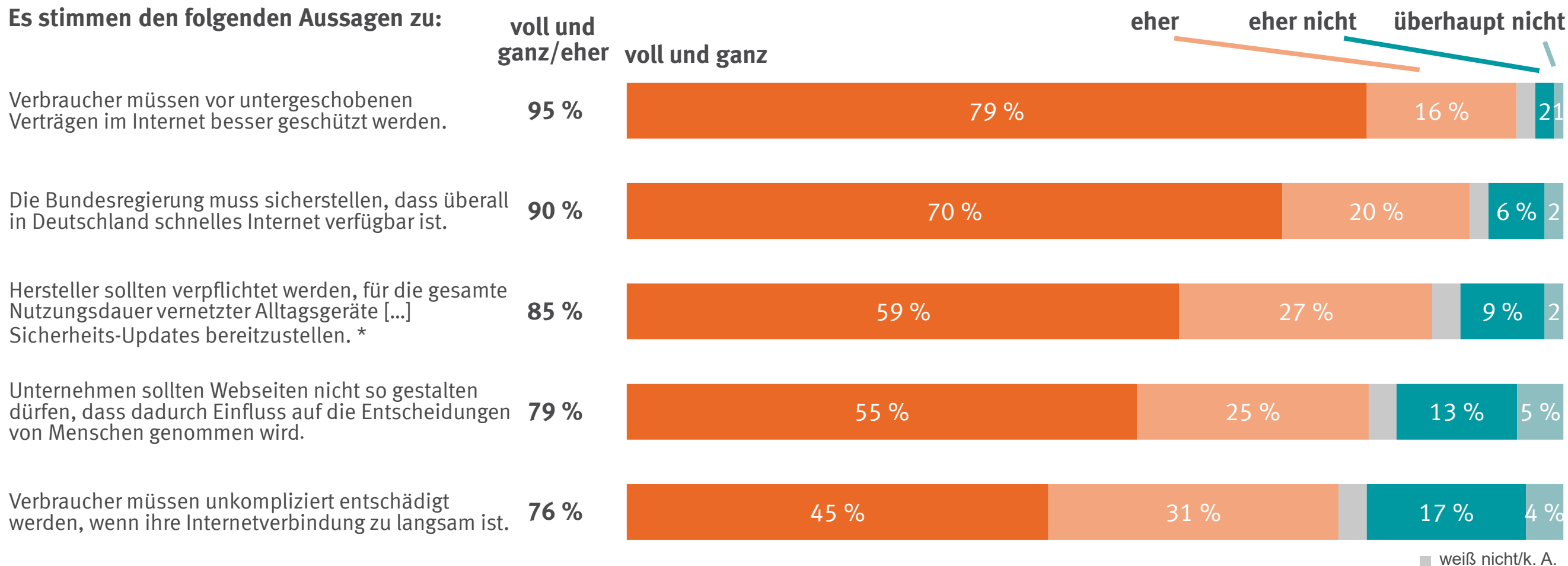
Basis: 1.500 Befragte

Frage: „Haben Sie aktuell Sorge, Opfer von einem Hacker- oder Phishing-Angriff auf Ihr Bankkonto zu werden, also, dass Ihr Geld durch kriminelle Online-Aktivitäten gestohlen wird – oder haben Sie das nicht?“

DIGITALISIERUNG

Der Schutz vor untergeschobenen Verträgen im Internet sollte aus Sicht der Befragten eine sehr hohe Priorität haben.

Es stimmen den folgenden Aussagen zu:



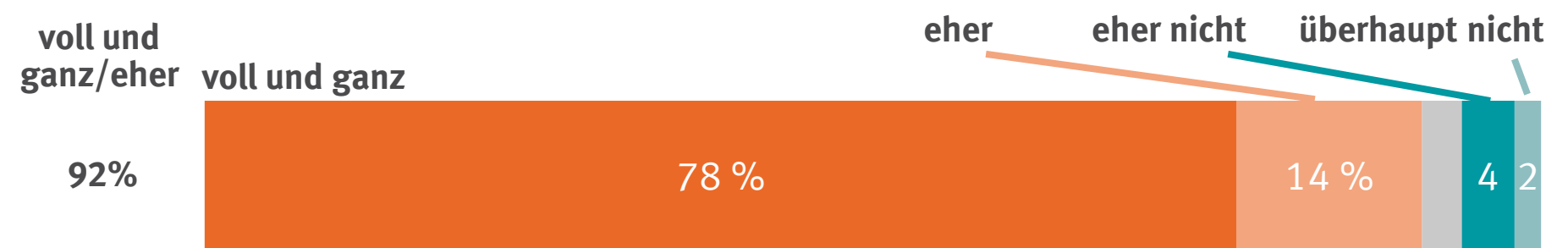
■ weiß nicht/k. A.

AUSSAGEN ZU KÜNSTLICHER INTELLIGENZ

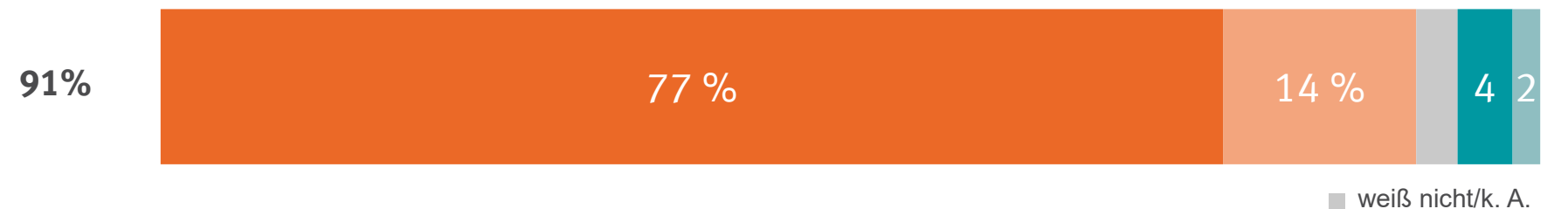
92 Prozent der Befragten stimmen der Aussage (voll und ganz/eher) zu, dass KI klar reguliert werden sollte, damit Verbraucher:innen zum Beispiel vor Manipulation geschützt werden.

Es stimmen den folgenden Aussagen zu:

KI sollte klar reguliert werden, zum Beispiel, um Verbraucher vor Manipulation zu schützen.



Wenn mit Hilfe von KI-Entscheidungen getroffen werden, die Verbraucher direkt betreffen, muss die Entscheidungsgrundlage verständlich erklärt werden – zum Beispiel bei Vertragskonditionen.



BERÜHRUNGSPUNKTE MIT KÜNSTLICHER INTELLIGENZ

Gut die Hälfte der Befragten hat bereits Erfahrungen mit Anwendungen gemacht, die KI einsetzen. Drei von zehn Befragten nutzen solche Anwendungen regelmäßig.

Es stimmen den folgenden Aussagen zu:

ja

nein

Ich habe Erfahrungen mit Anwendungen gemacht, die KI einsetzen.*



Ich versuche bewusst, keine Anwendungen zu nutzen, die KI einsetzen.



Ich verwende selbst regelmäßig Anwendungen, die KI einsetzen, z. B. ChatGPT, Übersetzungstools, Bildgenerierung.



■ weiß nicht/k. A.

verbraucherzentrale

Bundesverband

Basis: 1.500 Befragte

Frage: „Künstliche Intelligenz, kurz auch: „KI“ wird in Form von sogenannten Chatbots oder Anwendungen wie „ChatGPT“ immer alltäglicher. Welche der folgenden Aussagen treffen auf Sie zu?“

Hinweis: Auswahl dargestellt. *Antwortskala für Darstellung invertiert.

SORGEN VOR BEEINFLUSSUNG DURCH KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

Mehr als vier von zehn Befragten machen sich Sorgen, dass sie bei Kaufentscheidungen durch KI beeinflusst werden könnten. Unter jüngeren Befragten (14- bis 29-Jährige) ist die Sorge unterdurchschnittlich ausgeprägt.

Es machen sich grundsätzlich Sorgen, dass Sie künftig bei Kaufentscheidungen oder bei Vertragsabschlüssen durch Künstliche Intelligenz beeinflusst werden könnten ...

ja, machen sich Sorgen

nein, machen sich keine Sorgen

Gesamt 2024 (1.500 Befragte)

44 %

54 %

14- bis 29-Jährige (271 Befragte)

32 %

67 %

30- bis 44-Jährige (324 Befragte)

41 %

58 %

45- bis 59-Jährige (399 Befragte)

51 %

49 %

60 Jahre und älter (501 Befragte)

47 %

50 %

■ weiß nicht/k. A.

verbraucherzentrale

Bundesverband

Basis: 1.500 Befragte

Frage: „Machen Sie sich grundsätzlich Sorgen, dass Sie künftig bei Kaufentscheidungen oder bei Vertragsabschlüssen durch Künstliche Intelligenz beeinflusst werden könnten – oder machen Sie sich darüber keine Sorgen?“