

LAGE DER VERBRAUCHERINNEN UND VERBRAUCHER

11. MAI 2021

Herausforderungen der digitalen Welt: Digitale Kompetenz

Sven Scharioth

Susanne Dehmel

Prof. Dr. Peter Kenning

1. PROBLEMSTELLUNG

Ausgangsthese:

Kompetenz- und **Ressourcenunterschiede** zwischen Anbieter- und Verbraucher-Seite erzeugen Probleme in der digitalen Welt

Zentrale Bedeutung der **Digitalkompetenz** (Digital Literacy) – Erkenntnisinteresse:

- allgemeines Niveau
- Verteilung in der Bevölkerung
- Handlungsbedarf

2. METHODE

Definition: Digitalkompetenz im Kontext des Verbraucherhandelns

- Europäischer Referenzrahmen für digitale Kompetenzen für Verbraucher (DigCompConsumers)
- Kompetenzen, die Verbraucher benötigen, um aktiv, sicher und selbstbewusst auf dem digitalen Markt zu agieren.

Entwicklung eines Fragebogens als Messinstrument:

- Konzentration auf Wissen (einfacher messbar)
- Fertigkeiten und Einstellungen ausgeklammert

2. METHODE

Repräsentative Befragung zur Untersuchung der Digitalkompetenz

- *Grundgesamtheit:* in Privathaushalten lebende deutschsprachige Personen ab 18 Jahren
- *Befragte:* 1.501 zufällig ausgewählte Personen (756 Männer, 745 Frauen) im Alter von 18 bis 93 Jahren
- *Erhebungsverfahren:* telefonisches Interview (CATI)
- *Datenerhebungsinstitut:* forsa marplan (Frankfurt)
- *Erhebungszeitraum:* 18. August bis 2. September 2020

3. ERGEBNISSE

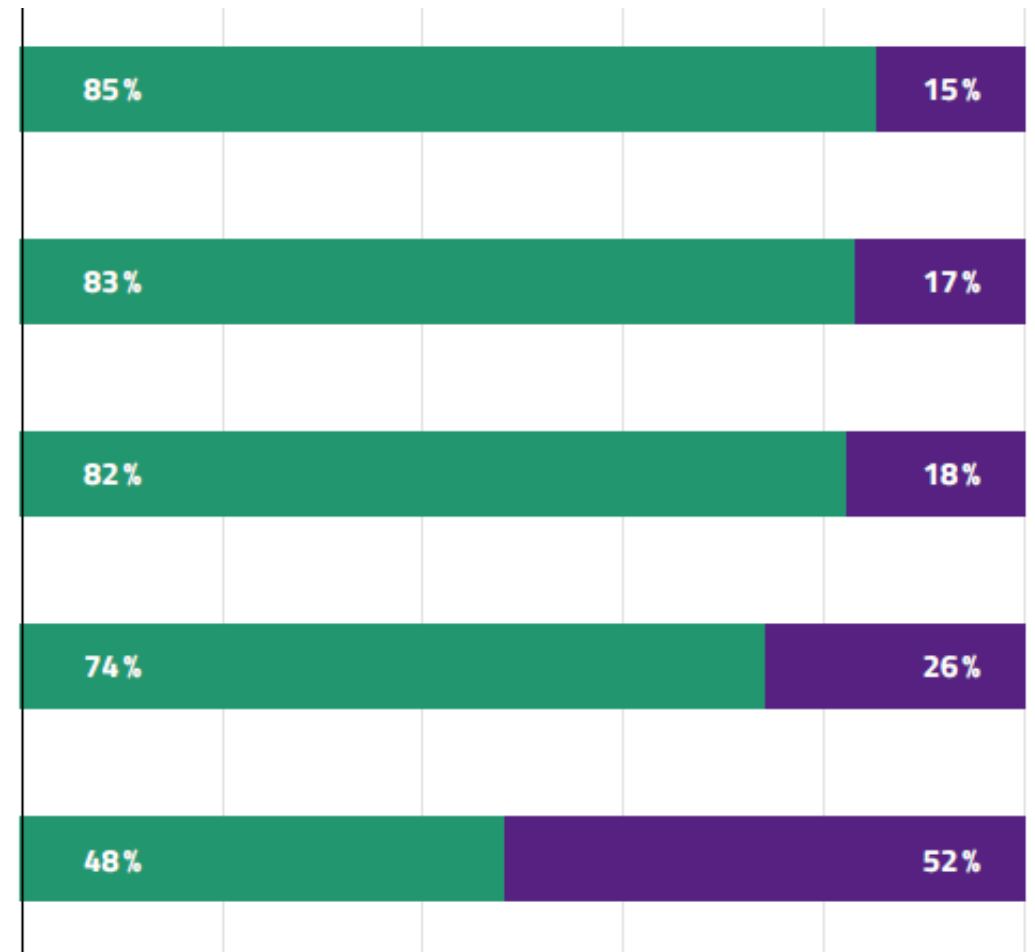
„Im Internet bzw. online kann man Produkte auch bei Anbietern aus dem Ausland kaufen.“ [richtig]

„Im Internet gibt es eine Vielzahl von Foren, in denen man sich mit anderen Verbrauchern über die Erfahrungen mit bestimmten Produkten und Dienstleistungen austauschen kann.“ [richtig]

„Verschiedene Suchmaschinen können bei der Suche nach den gleichen Waren und Dienstleistungen unterschiedliche Ergebnisse liefern.“ [richtig]

„Informationen, die man in Suchmaschinen online zu Produkten und Dienstleistungen finden kann, sind immer zuverlässig, d. h. vollständig, korrekt und objektiv.“ [falsch]

„Beim Online-Kauf gelten die gleichen Rechte und Pflichten unabhängig davon, ob ich die Waren von einem Händler oder einer Privatperson gekauft habe.“ [falsch]



■ Anteil der Befragten, die die Aussage korrekt eingeschätzt haben

■ Anteil der Befragten, die die Aussage nicht korrekt eingeschätzt haben

3. ERGEBNISSE

„Wenn man die Datenschutzbestimmungen eines Online-Shops, einer Website, einer App, einer Plattform o.ä. akzeptiert, können die personenbezogenen Daten nicht an Dritte weiterverkauft werden.“ [falsch]

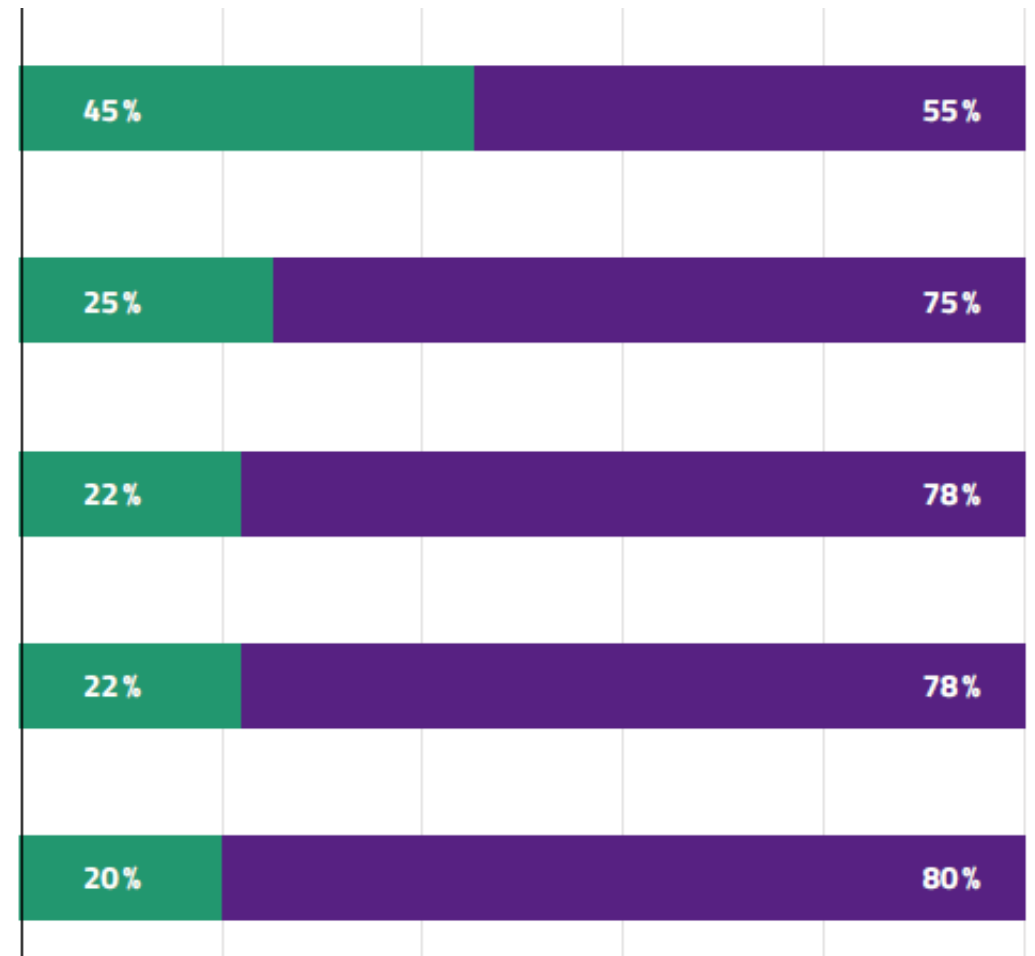
„Für die meisten Waren bei Online-Käufen gilt ein gesetzlich garantiertes 21-tägiges Rückgaberecht.“ [falsch]

„Die in der EU geltenden Verbraucherrechte gelten auch für Online-Käufe von Händlern außerhalb der EU, wenn diese ihre Aktivitäten an Verbraucher in der EU richten.“ [richtig]

„Der Kauf digitaler Inhalte wie Musik, Filme oder E-Books kann innerhalb der gesetzlichen Frist immer widerrufen werden – auch, nachdem man diese heruntergeladen hat.“ [falsch]

„Möglichen Nachteilen beim Einkaufen im Internet kann man entgegenwirken, wenn man verschiedene digitale Profile bzw. verschiedene Identitäten verwendet.“ [richtig]

■ Anteil der Befragten, die die Aussage korrekt eingeschätzt haben



■ Anteil der Befragten, die die Aussage nicht korrekt eingeschätzt haben

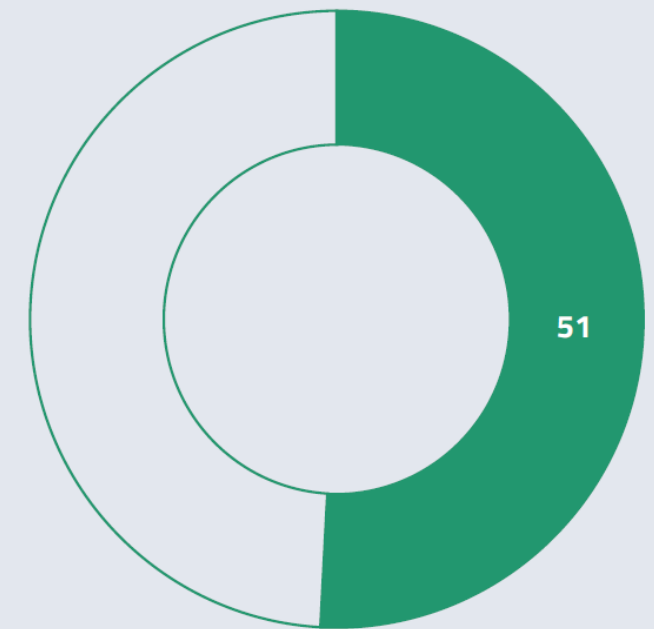
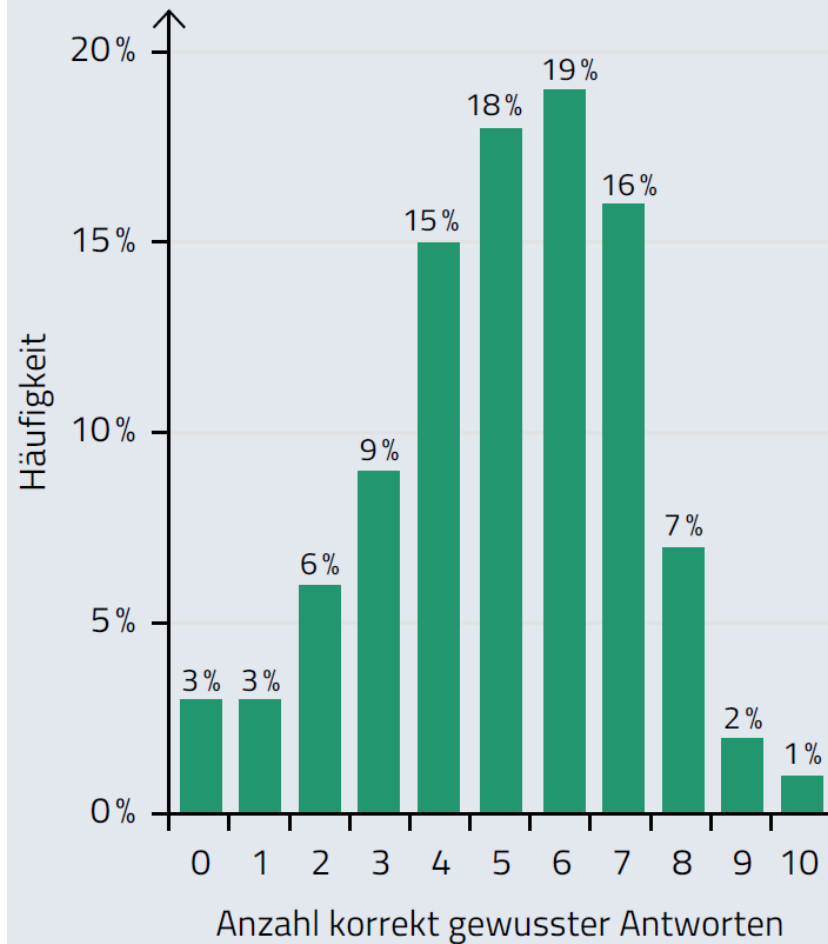
Herausforderungen der digitalen Welt: Digitalkompetenz

3. ERGEBNISSE

Anzahl korrekt gewusster Antworten

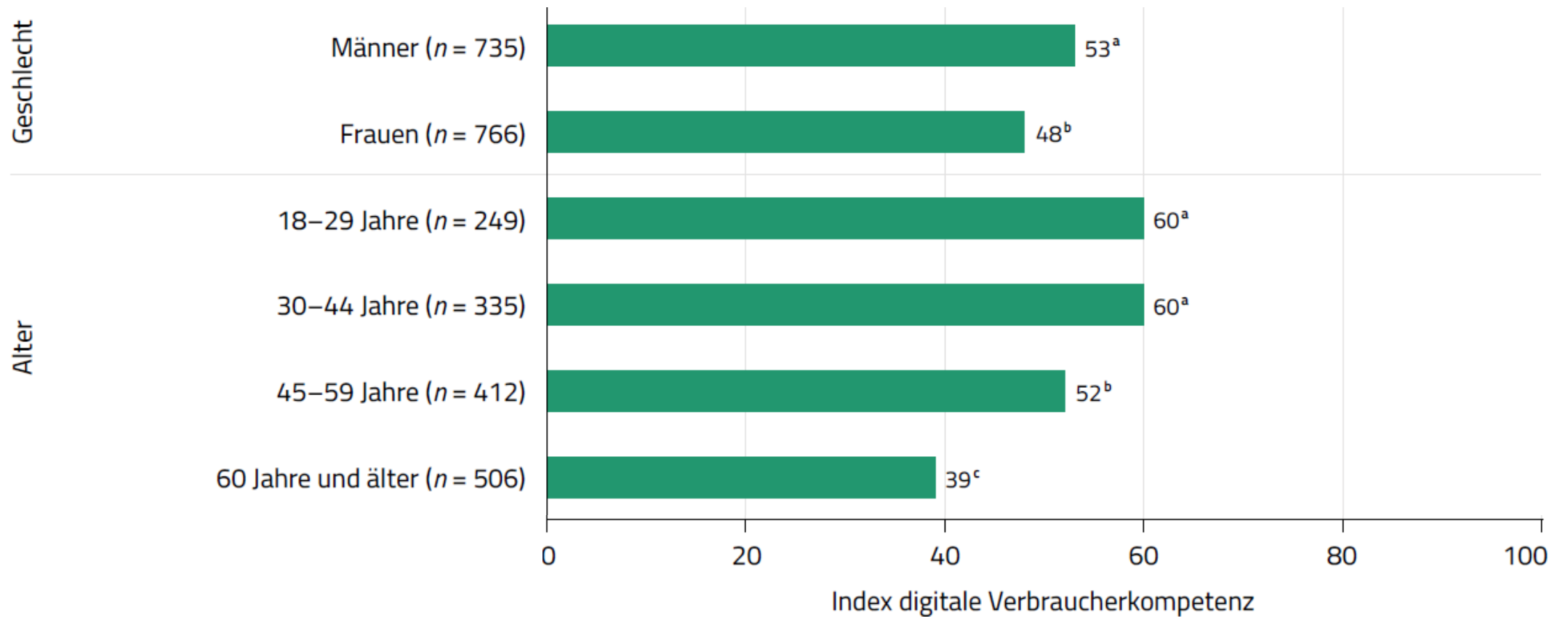
multipliziert mit 10

Index digitale Verbraucherkompetenz



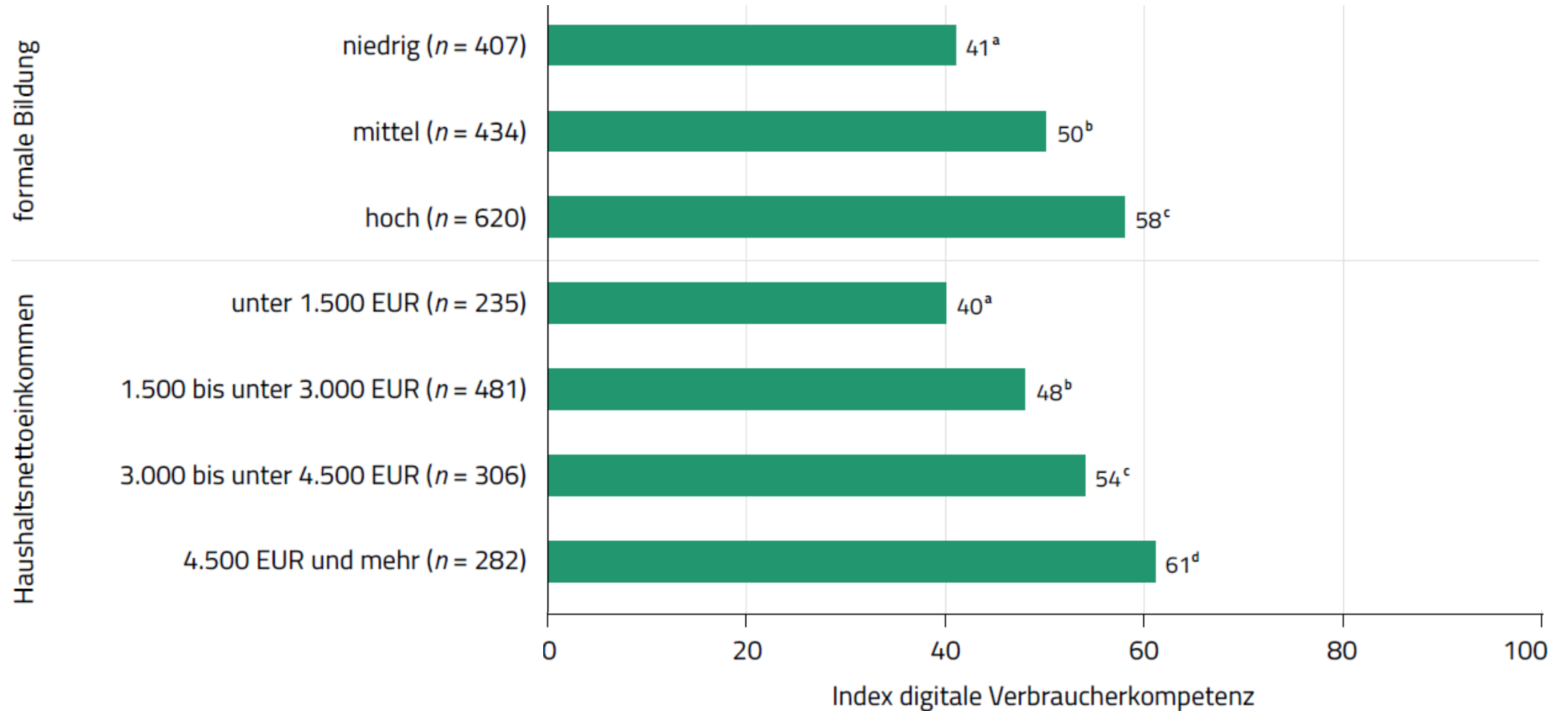
Herausforderungen der digitalen Welt: Digitalkompetenz

3. ERGEBNISSE



Herausforderungen der digitalen Welt: Digitalkompetenz

3. ERGEBNISSE



4. EMPFEHLUNGEN

- Kompetenzsteigerung fördern, z.B. Verbraucherbildung für Ältere, formal niedrig Gebildete, Einkommensschwache
- Jede Förderung von Digitalkompetenzen möglichst auch mit Bezug zur Verbraucher-Rolle
- Vermittlung von Digitalkompetenzen in Grundschulen, Mittelstufen der Sekundarschulen und Berufsschulen
- Informationen über Verbraucherrechte und Verhaltenstipps über allgemein genutzte Medien
- Weiteres Monitoring der Entwicklung der digitalen Verbraucherkompetenzen

EXKURS: VERGLEICHS- UND VERMITTLUNGSPLATTFORMEN

vertragliche Rollenverteilung

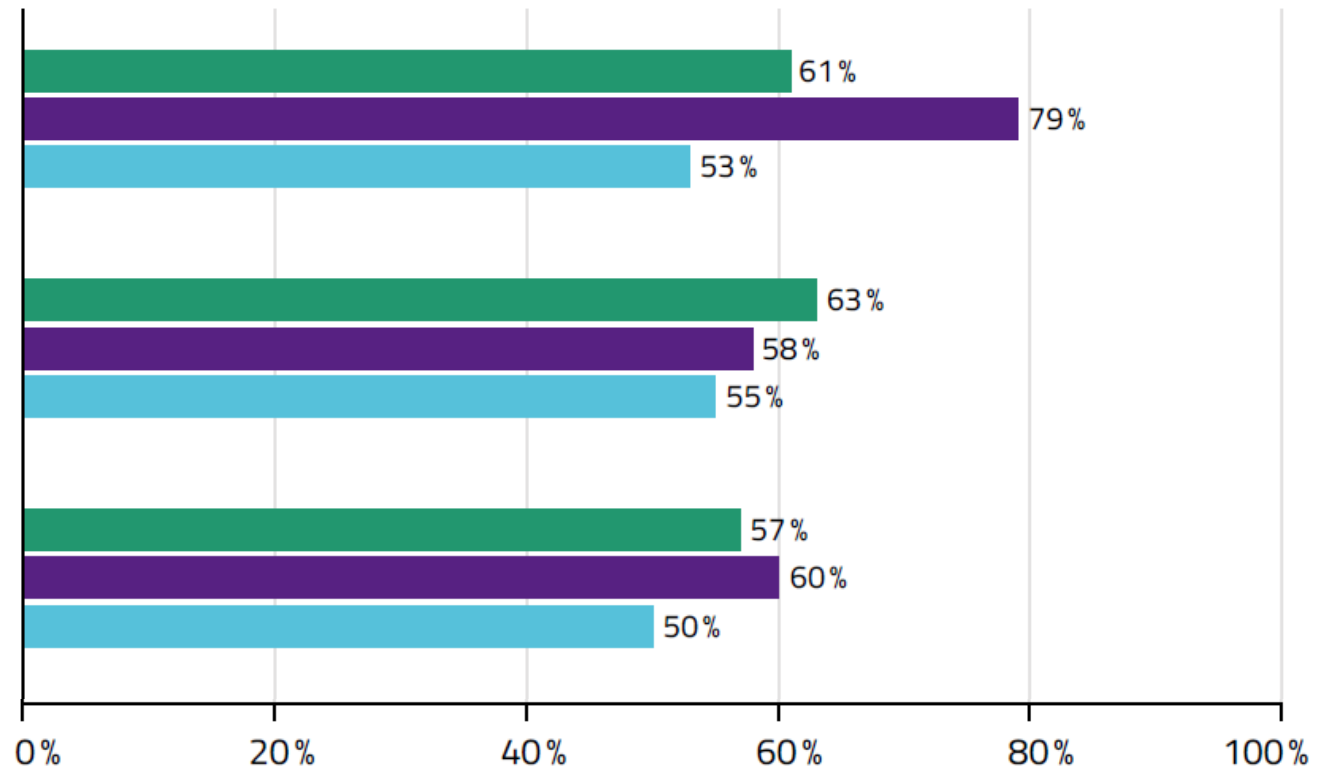
(„Ob Sie einen Vertrag mit dem Anbieter oder der Plattform abschließen, wenn Sie sich für eines der gefundenen Angebote entscheiden“)

Ranking/Algorithmus

(„Wie die Reihenfolge der aufgelisteten Angebote zustande kommt“)

Marktabdeckung

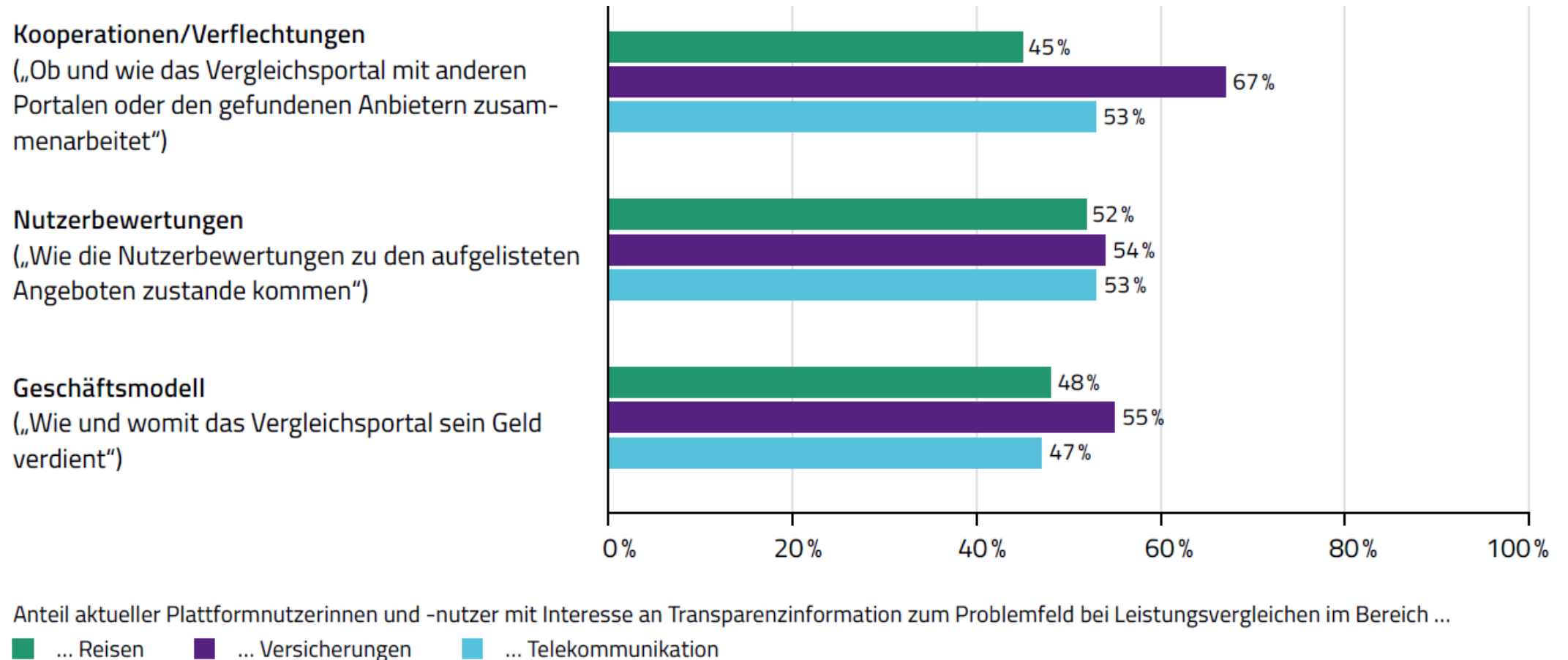
(„Wie vollständig die [für die jeweilige Leistung] insgesamt existierenden Angebote von der Plattform überhaupt berücksichtigt werden“)



Anteil aktueller Plattformnutzerinnen und -nutzer mit Interesse an Transparenzinformation zum Problemfeld bei Leistungsvergleichen im Bereich ...

■ ... Reisen ■ ... Versicherungen ■ ... Telekommunikation

EXKURS: VERGLEICHS- UND VERMITTLUNGSPLATTFORMEN



Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!

Fragen?

Herausforderungen der digitalen Welt: Digitalkompetenz

3. ERGEBNISSE

„Im Internet bzw. online kann man Produkte auch bei Anbietern aus dem Ausland kaufen.“ [richtig]

„Im Internet gibt es eine Vielzahl von Foren, in denen man sich mit anderen Verbrauchern über die Erfahrungen mit bestimmten Produkten und Dienstleistungen austauschen kann.“ [richtig]

„Verschiedene Suchmaschinen können bei der Suche nach den gleichen Waren und Dienstleistungen unterschiedliche Ergebnisse liefern.“ [richtig]

„Informationen, die man in Suchmaschinen online zu Produkten und Dienstleistungen finden kann, sind immer zuverlässig, d. h. vollständig, korrekt und objektiv.“ [falsch]

„Beim Online-Kauf gelten die gleichen Rechte und Pflichten unabhängig davon, ob ich die Waren von einem Händler oder einer Privatperson gekauft habe.“ [falsch]

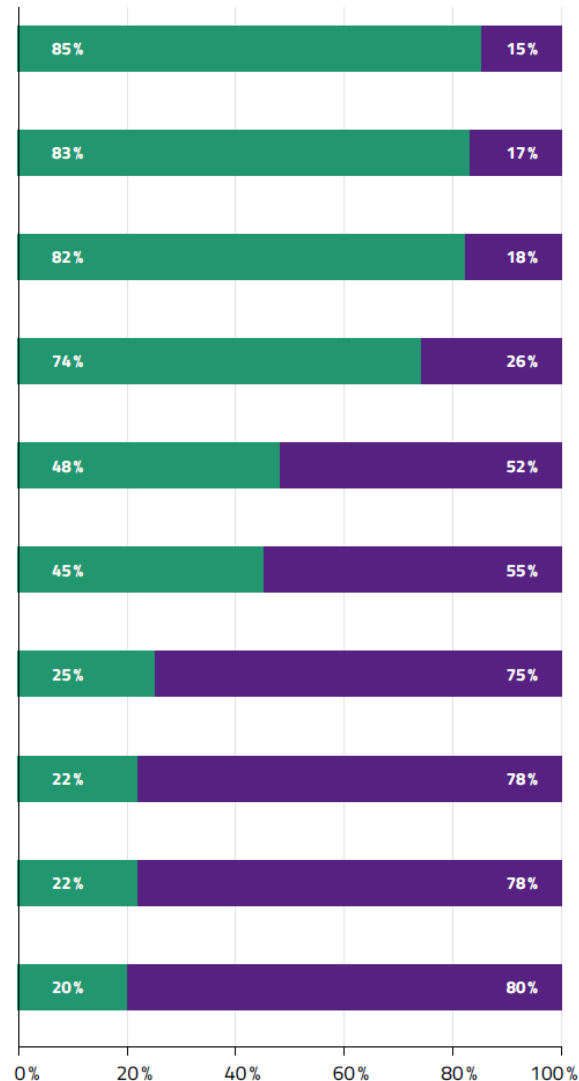
„Wenn man die Datenschutzbestimmungen eines Online-Shops, einer Website, einer App, einer Plattform o. ä. akzeptiert, können die personenbezogenen Daten nicht an Dritte weiterverkauft werden.“ [falsch]

„Für die meisten Waren bei Online-Käufen gilt ein gesetzlich garantiertes 21-tägiges Rückgaberecht.“ [falsch]

„Die in der EU geltenden Verbraucherrechte gelten auch für Online-Käufe von Händlern außerhalb der EU, wenn diese ihre Aktivitäten an Verbraucher in der EU richten.“ [richtig]

„Der Kauf digitaler Inhalte wie Musik, Filme oder E-Books kann innerhalb der gesetzlichen Frist immer widerrufen werden – auch, nachdem man diese heruntergeladen hat.“ [falsch]

„Möglichen Nachteilen beim Einkaufen im Internet kann man entgegenwirken, wenn man verschiedene digitale Profile bzw. verschiedene Identitäten verwendet.“ [richtig]

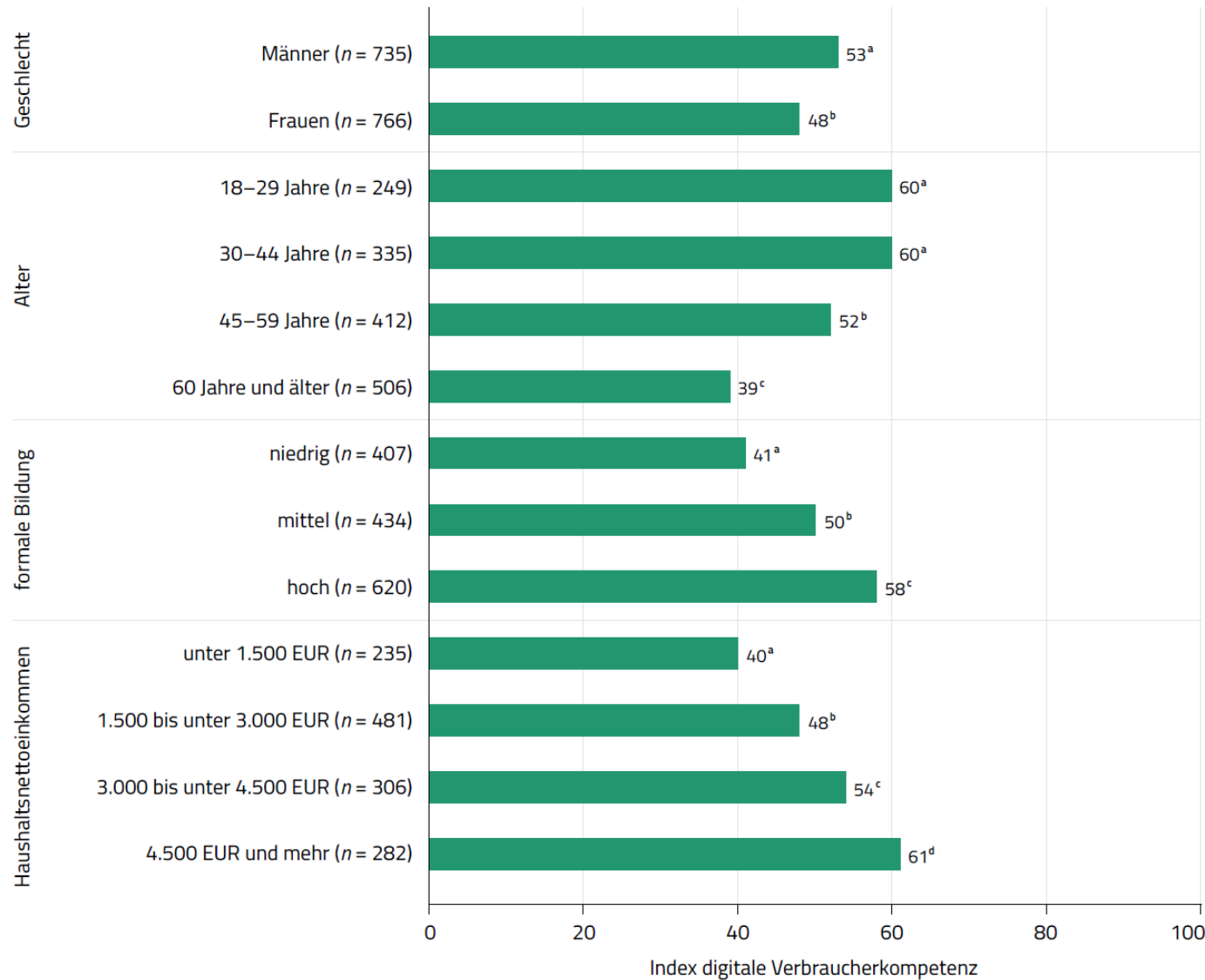


■ Anteil der Befragten, die die Aussage korrekt eingeschätzt haben

■ Anteil der Befragten, die die Aussage nicht korrekt eingeschätzt haben

Herausforderungen der digitalen Welt: Digitalkompetenz

3. ERGEBNISSE

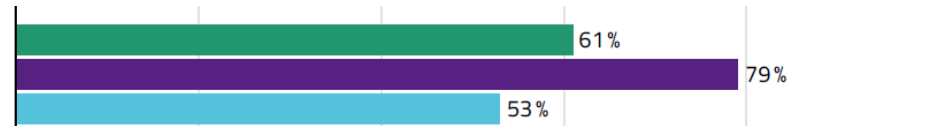


Herausforderungen der digitalen Welt: Digitalkompetenz

EXKURS: VERGLEICHS- UND VERMITTLUNGSPLATTFORMEN

vertragliche Rollenverteilung

(„Ob Sie einen Vertrag mit dem Anbieter oder der Plattform abschließen, wenn Sie sich für eines der gefundenen Angebote entscheiden“)



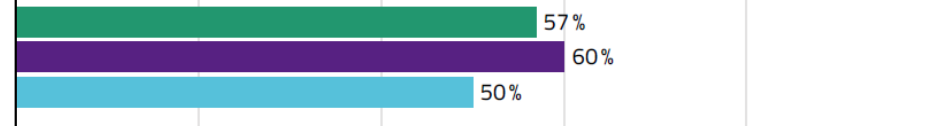
Ranking/Algorithmus

(„Wie die Reihenfolge der aufgelisteten Angebote zustande kommt“)



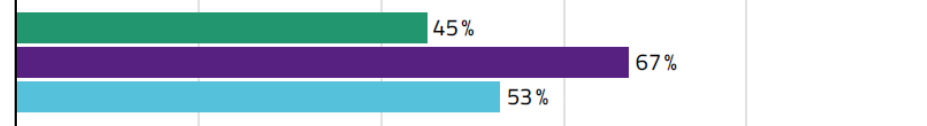
Marktabdeckung

(„Wie vollständig die [für die jeweilige Leistung] insgesamt existierenden Angebote von der Plattform überhaupt berücksichtigt werden“)



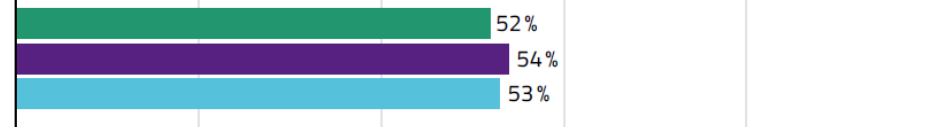
Kooperationen/Verflechtungen

(„Ob und wie das Vergleichsportal mit anderen Portalen oder den gefundenen Anbietern zusammenarbeitet“)



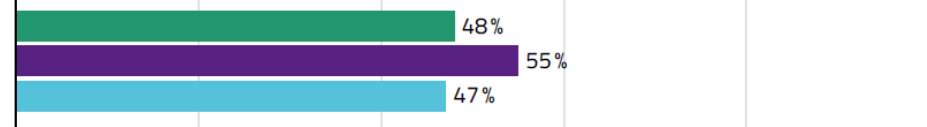
Nutzerbewertungen

(„Wie die Nutzerbewertungen zu den aufgelisteten Angeboten zustande kommen“)



Geschäftsmodell

(„Wie und womit das Vergleichsportal sein Geld verdient“)



0% 20% 40% 60% 80% 100%

Anteil aktueller Plattformnutzerinnen und -nutzer mit Interesse an Transparenzinformation zum Problemfeld bei Leistungsvergleichen im Bereich ...

■ ... Reisen ■ ... Versicherungen ■ ... Telekommunikation