

Nutzen der Verbraucherberatung

- Untersuchung am Beispiel der allgemeinen Rechtsberatung -

Abschlussbericht

Prof. Dr. Hans Joachim Schmengler

Prof. Dr. Kati Schmengler

Sabrina Krause

Im Auftrag von:

Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen

Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz

Verbraucherzentrale Saarland

Düsseldorf, Januar 2013

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
Abbildungsverzeichnis	3
1. Zielsetzung der Studie	4
2. Untersuchungsdesign	5
3. Ergebnisse der Erhebung	7
3.1 Beschreibung der Stichprobe	7
3.2 Beratungsinhalte	11
3.2.1 Häufigkeit der Beratung	11
3.2.2 Beratungsbereiche und Beschwerdegründe	12
3.3 Aktivitäten von Beratern und Verbrauchern	14
3.4 Erfolgswahrscheinlichkeiten und Folgeberatung	16
3.5 Anteil abgeschlossener Fälle	18
3.6 Gebühren und Finanzierung der allgemeinen Rechtsberatung	20
4. Nutzenquantifizierung	21
4.1 Kosten-Nutzen-Relation	22
4.2 Multiplikatoreffekt staatlicher Gelder	24
5. Fazit	26
Anhang	27

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Projektplan.....	5
Abbildung 2: Beratungsstellen der Erhebung	6
Abbildung 3: Geschlecht der ratsuchenden Verbraucher	8
Abbildung 4: Alter der ratsuchenden Verbraucher	9
Abbildung 5: Bildungsabschlüsse der ratsuchenden Verbraucher.....	10
Abbildung 6: Erste Beratung in einer Beratungsstelle	11
Abbildung 7: Beratungsbereiche.....	12
Abbildung 8: Beschwerdegründe.....	13
Abbildung 9: Aktivitäten der Berater bei Rechtsvertretung	14
Abbildung 10: Aktivitäten der Verbraucher nach Rechtsberatung	15
Abbildung 11: Erfolgswahrscheinlichkeiten der Rechtsberatung	17
Abbildung 12: Notwendigkeit einer Folgeberatung	18
Abbildung 13: Anteil abgeschlossener Fälle	19
Abbildung 14: Gebühren für die allgemeine Rechtsberatung	20
Abbildung 15: Anteil staatlicher Zuwendungen an Gesamtkosten.....	21
Abbildung 16: Nutzenberechnungsperspektiven	22
Abbildung 17: Verhältnis von Nutzen und Kosten.....	23
Abbildung 18: Multiplikatoreffekt staatlicher Gelder.....	25

1.

1. Zielsetzung der Studie

Das Leistungsangebot der Verbraucherzentralen umfasst persönliche Beratung und unkomplizierte Hilfestellung bei Problemen im Verbraucheralltag. Sie ist eine unabhängige Anlaufstelle für alle Verbraucherthemen und unterstützt außergerichtlich bei der Wahrnehmung der Verbraucherrechte. Darüber hinaus bieten die Verbraucherzentralen ein großes Informationsangebot zu spezifischen Themen in Form von Ratgebern und Publikationen sowie auf den Internetseiten. Die Finanzierung der Verbraucherzentralen erfolgt – soweit die Kosten nicht durch Gebühren gedeckt werden – vor allem durch die Bundesländer sowie durch Städte und Kreise.

Im Rahmen der Beratungstätigkeit der Verbraucherzentralen wird unter anderem eine allgemeine Rechtsberatung für Verbraucher bundesweit angeboten. Ziel der vorliegenden Studie ist es, Ansätze einer Kosten-Nutzen-Analyse dieser allgemeinen Rechtsberatung zu entwickeln. Da die verfügbaren Mittel begrenzt sind, können die Ergebnisse repräsentativen Ansprüchen nicht gerecht werden. Es handelt sich vielmehr um ein Pilotprojekt, bei dem eine typische Fallbetrachtung vorgenommen wird und erste Erkenntnisse zur Quantifizierung des Nutzens der allgemeinen Rechtsberatung durch die Verbraucherzentralen geliefert werden.

1.

2. Untersuchungsdesign

Das Projekt wurde im Zeitraum von Juli bis Dezember 2012 in Zusammenarbeit mit der Verbraucherzentralen NRW, Rheinland-Pfalz und Saarland durchgeführt. Abb. 1 zeigt die Arbeitsschritte im Einzelnen:

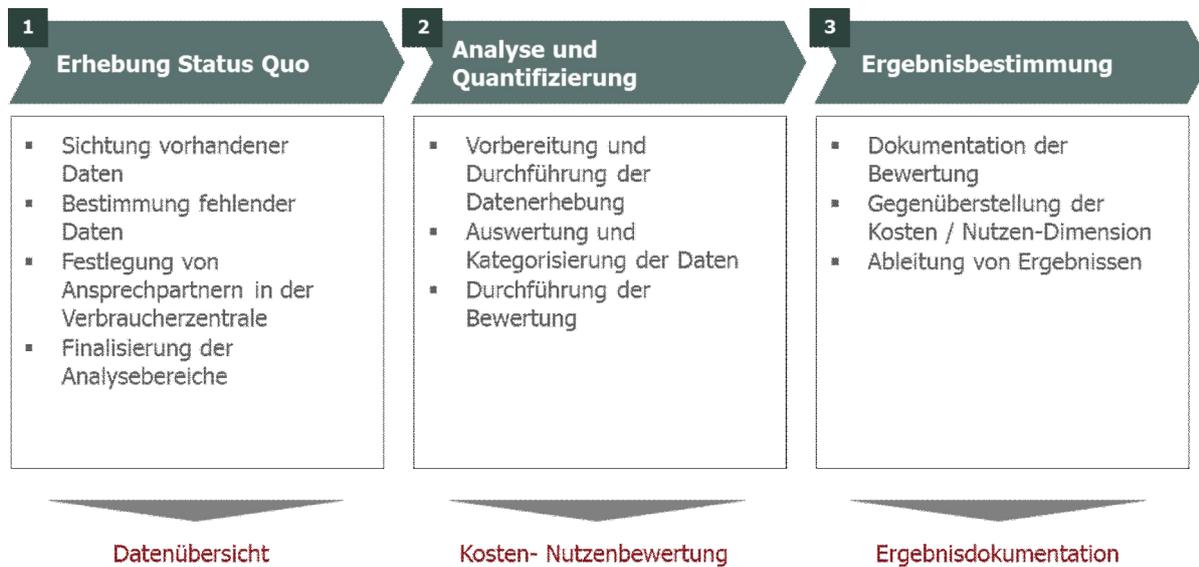


Abbildung 1: Projektplan

Zunächst galt es, den Status Quo zu erheben. Es wurden Gespräche mit Beratern in den Beratungsstellen zur Förderung des Prozessverständnisses und Aufdeckung möglicher weiterer Datenquellen geführt. Um den Input für die Erstellung der Erhebungsbögen zu gewährleisten, wurde zusätzlich in verschiedenen Beratungsstellen bei entsprechenden Beratungen hospitiert. Nach Sichtung und Prüfung der zur Verfügung stehenden Daten wurde ein Abgleich mit den Erhebungszielen und eine Ableitung fehlender Daten vorgenommen. Zur Datenerhebung erfolgte in Abstimmung mit der Verbraucherzentrale NRW die Entwicklung eines Fragebogens und Interviewleitfadens.¹

¹ Die Auswertung erfolgte mit Hilfe des Programms SPSS Statistics.

Der Fragebogen ist in drei Teile gegliedert: Beratungsgespräch, Verbraucherdaten und telefonische Nachbefragung.² Die telefonische Nachbefragung – 6 bis 8 Wochen nach der Beratung – diente der Ermittlung des jeweils realisierten Streitwerts im betrachteten Fall.

Nach einem Pretest in der Beratungsstelle Bochum galt es, mit den teilnehmenden Beratungsstellen Bochum, Düsseldorf, Münster, Mainz und Saarbrücken die Durchführung der Erhebungen im Detail zu planen.

Für die Studie wurde sowohl eine gezielte Auswahl der Beratungsstellen in den beteiligten Bundesländern³ als auch der jeweiligen Beratungsgespräche getroffen. An bestimmten Tagen wurden die bereits im Vorfeld terminlich vereinbarten Beratungen untersucht.



Abbildung 2: Beratungsstellen der Erhebung

² siehe Anhang, S. 26 ff.

³ Die Auswahl der teilnehmenden Beratungsstellen erfolgte durch die Verbraucherzentrale NRW.

Gemeinsam mit den Beratern bzw. Ansprechpartnern der Beratungsstellen wurden im Zeitraum Mitte August bis Mitte September 2012 die Verbraucherbefragungen während der Beratungstermine vor Ort durchgeführt. Der überwiegende Teil der Fragen des Erhebungsbogens wurde durch Beobachtung ermittelt, lediglich die demografischen Daten der Verbraucher wurden explizit erfragt. Die Erfolgsaussichten und die Notwendigkeit einer Folgeberatung wurden nach der Beratung – bereits in Abwesenheit der Verbraucher – durch die Berater eingeschätzt. Der Schwerpunkt der empirischen Untersuchung lag – wie Abb. 2 zeigt – auf NRW, dem bevölkerungsreichsten Bundesland mit der höchsten Dichte an Beratungsstellen und den meisten Beratungen innerhalb eines Bundeslandes. Insgesamt wurden in drei Beratungsstellen in NRW 45 Verbraucher befragt, in Rheinland-Pfalz acht und im Saarland fünf. Die Stichprobe von 58 Beratungen verteilt sich im Einzelnen auf die Beratungsstellen: Bochum (24 Prozent), Düsseldorf (24 Prozent), Münster (29 Prozent), Mainz (14 Prozent) und Saarbrücken (9 Prozent).

3. Ergebnisse der Erhebung

3.1 Beschreibung der Stichprobe

Es wurden insgesamt die Daten aus 59 Beratungen erfasst. Da eine Beratung keine inhaltliche Relevanz aufweist, konnte sie nicht in die Nutzenbetrachtung einbezogen werden. In die Untersuchung aufgenommen wurden ausschließlich Anfragen für eine allgemeine Rechtsberatung.

Wie Abb. 3 zeigt, sind knapp zwei Drittel der Befragten weiblich und nur ein Drittel männlich. Somit handelt es sich primär um weibliche Verbraucher, die Rat bei den Verbraucherzentralen suchen. Dies kann einmal auf die Öffnungszeiten zurückzuführen sein oder aber darauf, dass Frauen dazu tendieren, sich zunächst fachlichen Rat einzuholen bevor sie selbst aktiv werden.

Ratsuchende Verbraucher - Verteilung nach Geschlecht -

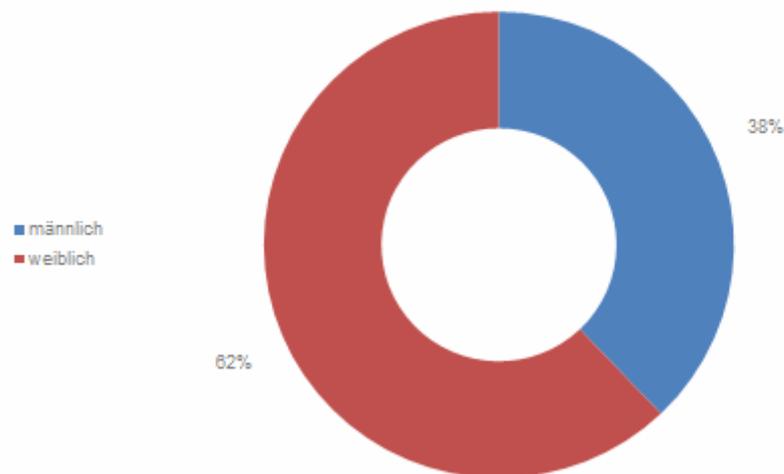


Abbildung 3: Geschlecht der ratsuchenden Verbraucher

Ein Beratungsbedarf scheint – wie Abb. 4 verdeutlicht – insbesondere für Verbraucher zwischen 30 und 59 Jahre (62 Prozent) vorzuliegen. Dies kann darin begründet sein, dass in diesem Lebensabschnitt die Geschäftstätigkeiten besonders hoch sind, oder die Sensibilität gegenüber rechtlicher Fragen zum Verbraucherschutz besonders ausgeprägt ist. Der niedrige Bedarf bei den unter 30-jährigen kann möglicherweise auf eine mangelnde Notwendigkeit oder geringes Interesse an Rechtsberatung zurückzuführen sein.

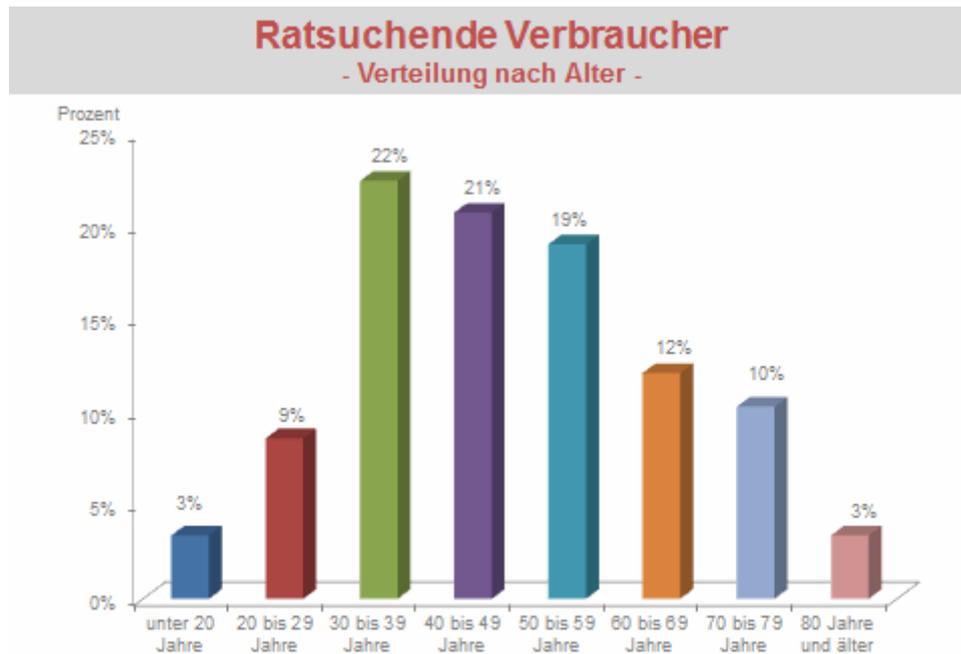


Abbildung 4: Alter der ratsuchenden Verbraucher

Die erhobene Anzahl der im Haushalt lebenden Personen und das monatliche Haushaltsnettoeinkommen wurde letztendlich bei der Auswertung nicht mehr berücksichtigt, weil die zu geringen Fallzahlen aufgrund der verfügbaren Stichprobe keine aussagekräftigen Ergebnisse zulassen.

Knapp ein Drittel der Verbraucher haben ein Hochschulstudium absolviert, weitere 10 Prozent verfügen über Abitur oder Fachabitur. 22 Prozent hat die Schule mit der mittleren Reife abgeschlossen und 35 Prozent mit einem Volks- bzw. Hauptschulabschluss. Betrachtet man die Daten aus Abb. 5 im Zusammenhang, so kann konstatiert werden, dass der Bedarf an Verbraucherberatungsleistungen nicht zwangsläufig vom Bildungsstand abhängig ist. Lediglich ein geringer Überhang zugunsten der unteren Bildungsabschlüsse ist erkennbar.

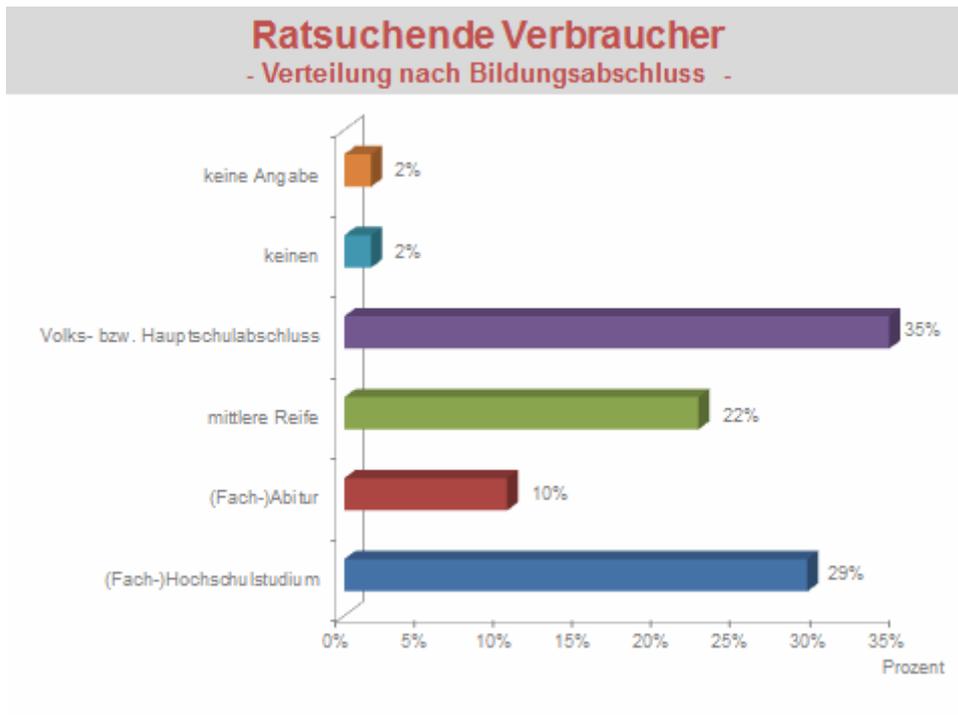


Abbildung 5: Bildungsabschlüsse der ratsuchenden Verbraucher

3.2 Beratungsinhalte

3.2.1 Häufigkeit der Beratung

Bevor im Folgenden die Inhalte der untersuchten Beratungen dargestellt werden, soll Abb. 6 einen Eindruck von der Regelmäßigkeit der Inanspruchnahme einer Hilfestellung der Beratungsstellen von den Verbrauchern vermitteln.

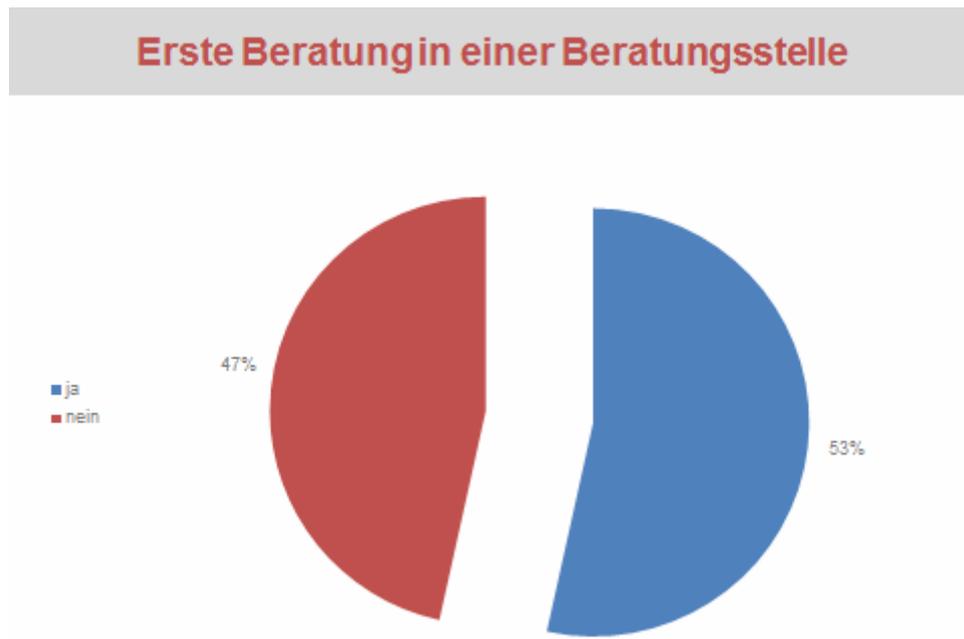


Abbildung 6: Erste Beratung in einer Beratungsstelle

Die annähernde Gleichverteilung von Verbrauchern, die eine Beratungsstelle zum ersten Mal oder schon mehrfach aufgesucht haben, lässt darauf schließen, dass die Verbraucher mit den Beratungsleistungen zufrieden sind.

22 Prozent der erhobenen Beratungen sind Folgeberatungen; d.h. diese Verbraucher waren mit ihrem Anliegen bereits bei der Verbraucherzentrale, ohne dass dadurch eine abschließende Klärung erreicht werden konnte.

3.2.2 Beratungsbereiche und Beschwerdegründe

Die inhaltliche Untersuchung der allgemeinen Rechtsberatung beschäftigt sich zunächst mit der Frage nach den Beratungsthemen. Die vorgenommene Klassifizierung der Themenfelder der Beratung und der Beschwerdegründe ist angelehnt an das in den Beratungsstellen im August 2012 eingeführte Erfassungssystem, um eine Vergleichbarkeit und spätere Weiterführung der vorliegenden Untersuchung zu ermöglichen.

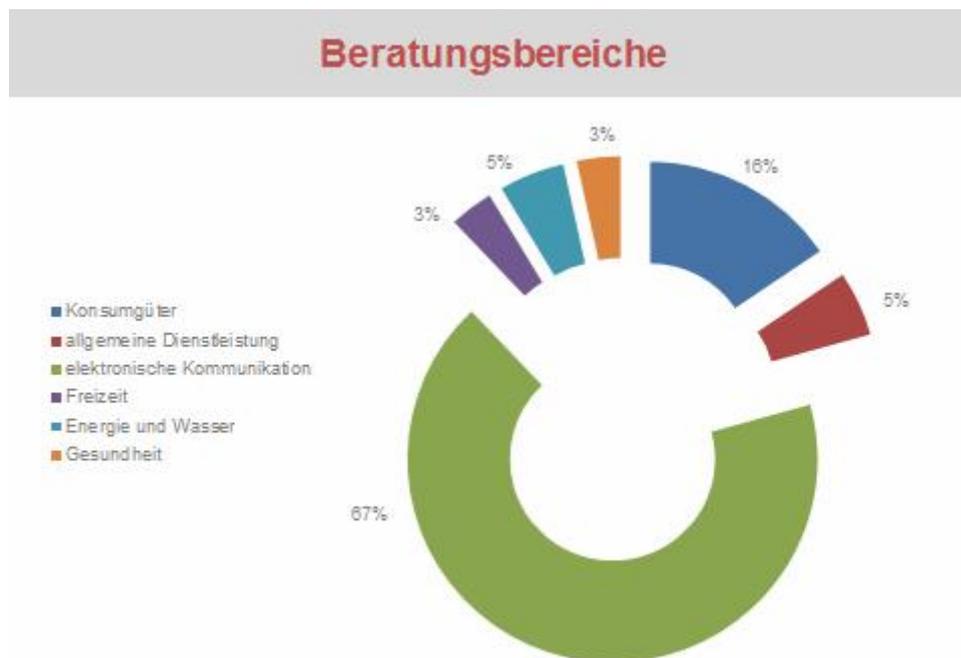


Abbildung 7: Beratungsbereiche

Abb. 7 zeigt, dass die Beschwerden der Verbraucher sich im Wesentlichen auf *elektronische Kommunikation* (67 Prozent) konzentrieren. Beim Geschäftsfeld *elektronischer Kommunikation* scheinen unlautere Geschäftspraktiken der Anbieter verbreitet zu sein. Auf der Verbraucherseite besteht Intransparenz, Entscheidungsunsicherheit und somit ein immenser Beratungsbedarf.⁴

⁴ Die höhere Anzahl an Beratungen im Bereich der Konsumgüter ergibt sich durch die gezielte Auswahl der Beratungsgespräche in der Beratungsstelle Mainz. Die dort tätige Honoraranwältin berät hauptsächlich im Bereich der Konsumgüter.

Nutzen der Verbraucherberatung

Auffallend ist, dass die Anfragen aus dem Bereich *Energie und Wasser* insbesondere aus den Altersklassen ab 40 Jahren gestellt werden. Man könnte daraus ableiten, dass diese Zielgruppe sich mit diesem Bereich besonders auseinandersetzt. Über alle Beratungsbereiche hinweg wurden die meisten Anfragen aus der Altersklasse 30 bis 39 Jahre aufgenommen.

Abb. 8 zeigt deutlich, dass inhaltlich der Schwerpunkt der Beratungen auf unlauteren Geschäftspraktiken liegt. Zu unlauteren Geschäftspraktiken gehören beispielsweise Irreführung, untergeschobene Verträge und unbestellte Waren oder Dienstleistungen. Darüber hinaus sind insbesondere Rechnungsstellung sowie Preis/Tarif beratungsrelevante Themen.

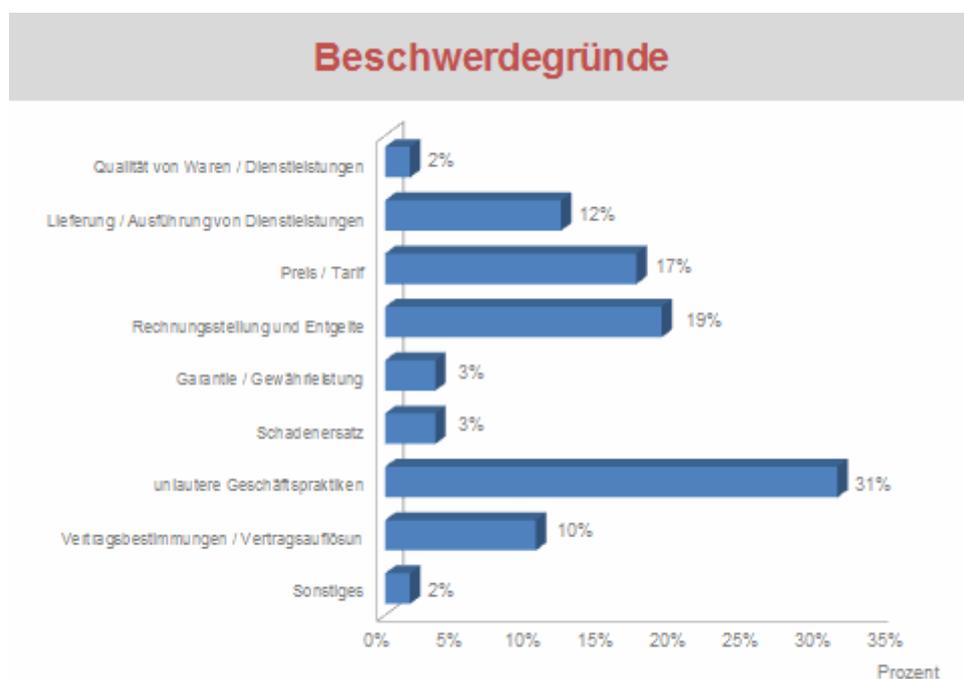


Abbildung 8: Beschwerdegründe

Im Bereich *elektronische Kommunikation* beziehen sich die Beschwerden zu über 33 Prozent auf unlautere Geschäftspraktiken, gefolgt vom Beschwerdebereich zur Rechnungsstellung und Entgelte mit 25 Prozent.⁵ Die anderen Beschwerden verteilen sich auf Preis/Tarif, Vertragsbestimmungen/Vertragsauflösung,

⁵ Aufgrund der relativ hohen Fallzahl im Bereich der elektronischen Kommunikation können tendenzielle Aussagen über Korrelationen von Beschwerdegründen und anderen Erhebungskriterien getroffen werden.

Lieferung/Ausführung von Dienstleistungen und Schadenersatz. Weiterhin ist in diesem Bereich eine breite Altersstruktur festzustellen, wobei die Anfragen der 30-39-jährigen überwiegen. Es lässt darauf schließen, dass diese Altersgruppe die *elektronische Kommunikation* häufig nutzt, gleichzeitig den Geschäftspartnern besonders kritisch gegenüber steht.

3.3 Aktivitäten von Beratern und Verbrauchern

Die allgemeine Rechtsberatung dient dem Ziel, den Verbrauchern konkrete Maßnahmen aufzuzeigen und einzuschätzen, ob diese Maßnahmen eine Erfolgsaussicht haben. Darüber hinaus gilt es festzulegen, ob der Berater oder der Verbraucher selbst diese Maßnahmen realisiert.

Abb. 9 zeigt, dass in gut der Hälfte aller Fälle der Berater – bereits während bzw. unmittelbar nach dem Besuch – aktiv wird.

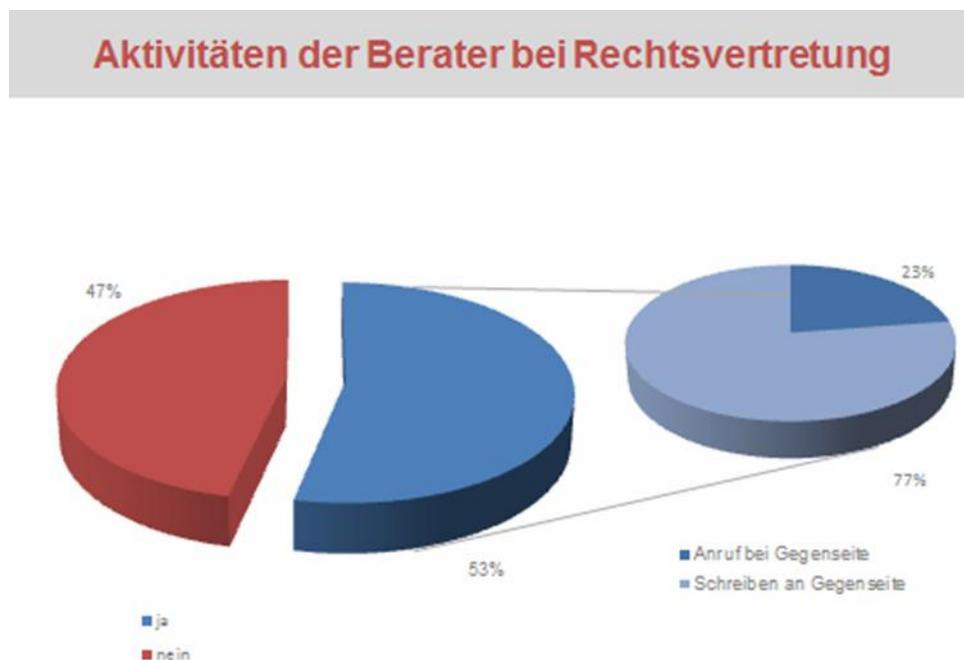


Abbildung 9: Aktivitäten der Berater bei Rechtsvertretung

Nutzen der Verbraucherberatung

Meistens geschieht dies durch ein individuelles Schreiben an die Gegenseite. In einigen Fällen (ca. 20 Prozent) versucht der Berater in der Rolle des Vermittlers telefonisch im Namen des Verbrauchers eine Einigung mit dem Anbieter zu erreichen. Die Erfahrung der Berater sowie die teilweise bestehenden Kontakte zu kompetenten Ansprechpartnern bei großen Anbietern haben häufig eine rasche Einigung bewirkt. Offensichtlich reicht schon ein Schreiben oder Anruf eines Beraters, um ein Entgegenkommen zu erzielen, respektive gerichtliche Auseinandersetzungen zu vermeiden. Dass die Berater unmittelbar aktiv für den Verbraucher handeln, kommt insbesondere bildungsschwachen Gruppen und älteren Menschen zugute. Die Berater zeigen in dieser Hinsicht Fingerspitzengefühl und legen gemeinsam mit den Verbrauchern eine jeweils sinnvolle Vorgehensweise fest.

Sofern die Entscheidung getroffen wird, dass nicht der Berater sondern der Verbraucher selbst aktiv wird, unterstützt die Verbraucherzentrale – wie Abb. 10 zeigt – den Verbraucher durch einfache und klare Handlungsanweisungen und die Übergabe von Musterbriefen. Mit diesen standardisierten Vorlagen deckt die Verbraucherzentrale standardisiert auftretende Fälle ab.

Aktivitäten der Verbraucher nach Rechtsberatung

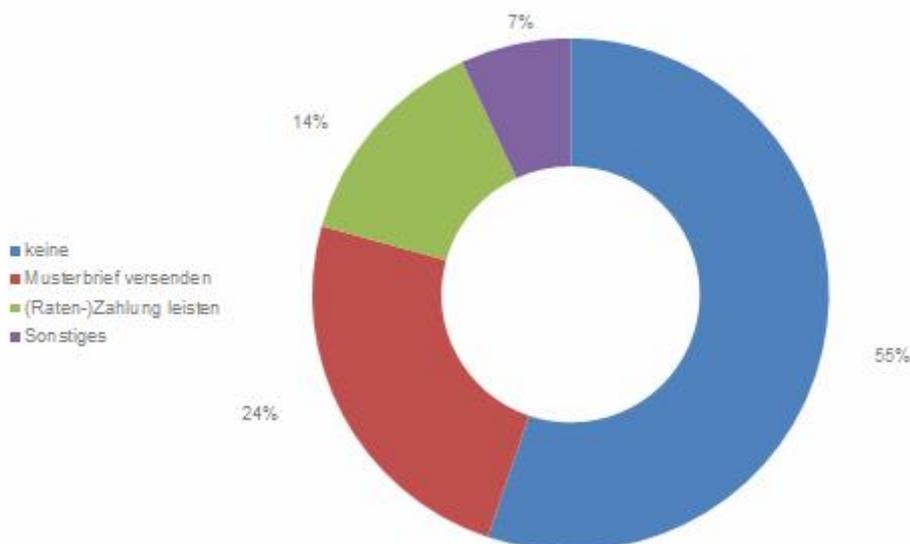


Abbildung 10: Aktivitäten der Verbraucher nach Rechtsberatung

Der Musterbrief wird dem Verbraucher inhaltlich erklärt, ausgehändigt und erforderliche Anpassungen besprochen.⁶

Dass Zahlungen durch den Verbraucher an den Anbieter geleistet werden, ergibt sich möglicherweise aus dem Sachverhalt. Die Antwort „Sonstiges“ umfasst in der vorliegenden Untersuchung beispielsweise, dass weitere Leistungen beim Sozialamt beantragt, Informationen beschafft oder weitere Unterlagen eingereicht werden müssen, um ein Vorankommen in der Sache zu bewirken. Im Großteil aller Fälle (55 Prozent) ist jedoch keine weitere Aktivität der Verbraucher notwendig.

3.4 Erfolgswahrscheinlichkeiten und Folgeberatung

Um den Nutzen der allgemeinen Rechtsberatung für die Verbraucher ökonomisch quantifizieren zu können, ist es notwendig, die Realisierbarkeit der Forderungen der Verbraucher gegenüber den Anbietern zu ermitteln. Abb. 11 zeigt, dass die Hälfte aller Anfragen aus Perspektive der Berater eine Erfolgsaussicht von über 60 Prozent hat. Auffällig ist auch, dass eine Erfolgswahrscheinlichkeit von 20 bis unter 40 Prozent relativ selten vorliegt. Erfolgswahrscheinlichkeiten von unter 20 Prozent sind in den Anliegen der Verbraucher begründet. In diesen Fällen besteht zumeist keine rechtliche Grundlage und ein Erfolg kann – wenn überhaupt – nur auf Basis von Kulanz erzielt werden.

⁶ Ein Kostenvorteil liegt aus Verbrauchersicht darin, dass er keine zusätzliche Gebühr für ein individuelles Anschreiben zahlen muss.

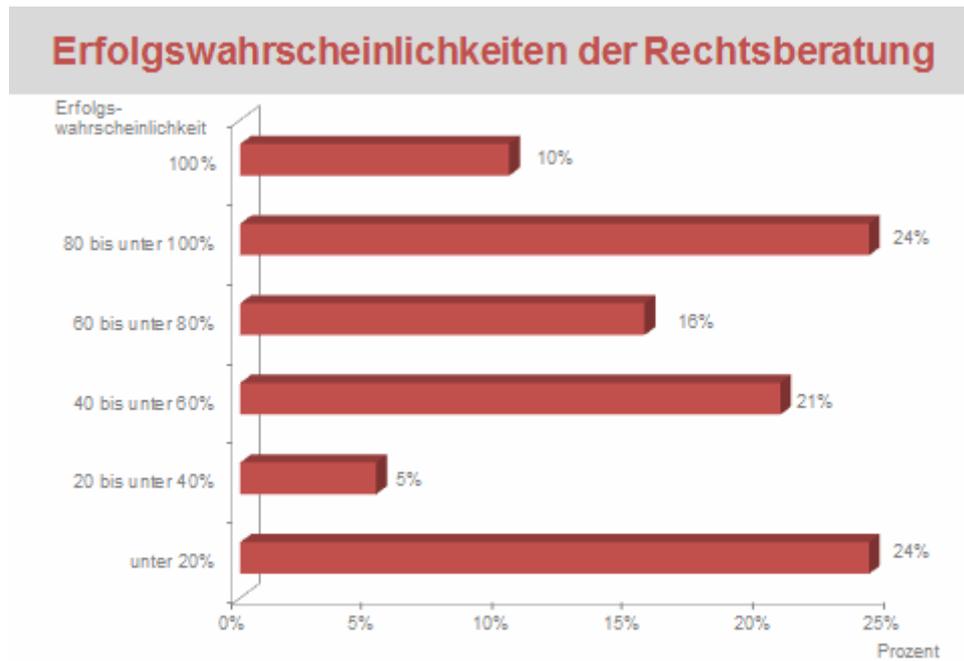


Abbildung 11: Erfolgswahrscheinlichkeiten der Rechtsberatung

Differenziert man die Erfolgswahrscheinlichkeiten der Rechtsberatung nach den in Abb. 8 dargestellten Kategorien, so fällt auf, dass der Beschwerdegund *Qualität von Waren und Dienstleistungen* die höchste Erfolgswahrscheinlichkeit aufweist.

Die Berater wurden nach Durchführung des Beratungsgesprächs mit den Verbrauchern gefragt, ob sie eine Folgeberatung für notwendig halten. Abb. 12 belegt, dass bei der Hälfte der Beratungen ein einzelnes Gespräch ausreicht. Dies kann an einer hohen Effizienz der Beratungsgespräche und/oder einer recht geringen Komplexität der Fälle liegen. Beides spricht für einen hohen Nutzen der Beratung.

Notwendigkeit einer Folgeberatung

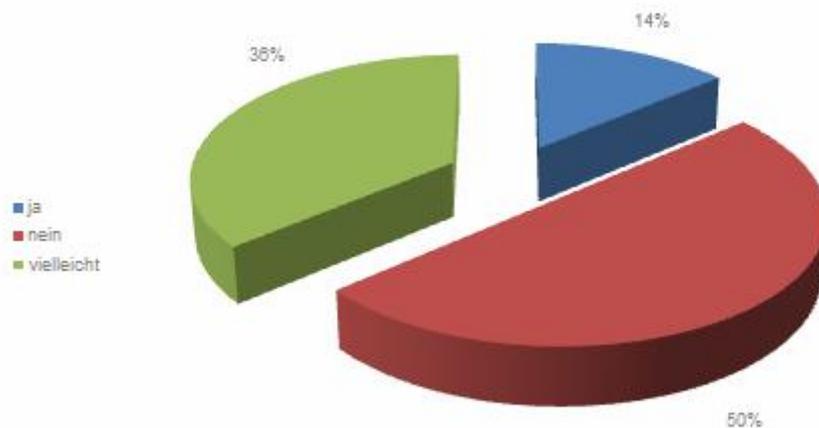


Abbildung 12: Notwendigkeit einer Folgeberatung

Verbraucher bitten trotzdem häufig um eine Folgeberatung. Dies erfolgt jedoch lediglich zur persönlichen Absicherung, obwohl faktisch keine Notwendigkeit besteht.⁷

3.5 Anteil abgeschlossener Fälle

Um zu klären, ob die durchgeführten Rechtsberatungen auch tatsächlich zur Erledigung der Fälle und Zufriedenheit der Verbraucher geführt hat, wurde 6 – 8 Wochen nach den Beratungsgesprächen in den Verbraucherzentralen eine telefonische Nachbefragung durchgeführt. Es konnten 45 Verbraucher erreicht werden, was einer Rücklaufquote von 77 Prozent entspricht.⁸ Die telefonische Befragung ergab, dass alle erreichten Verbraucher die empfohlenen Schritte – sofern welche erforderlich waren – tatsächlich durchgeführt haben und dadurch etwas mehr als die Hälfte der Fälle abgeschlossen wurden (siehe Abb. 13). Die Erledigung der übrigen Fälle dauerte noch an.⁹

⁷ Ergebnis der Beraterbefragung

⁸ Teilweise hatten die Verbraucher keine Telefonnummer angegeben bzw. waren unter der angegebenen Nummer nicht erreichbar.

⁹ Die Terminplanung des Projekts hat keinen längeren Zeitraum als 6-8 Wochen zwischen der Erhebung in der Beratungsstelle und der telefonischen Nachbefragung zugelassen.

Anteil abgeschlossener Fälle - 6 bis 8 Wochen nach Beratung -

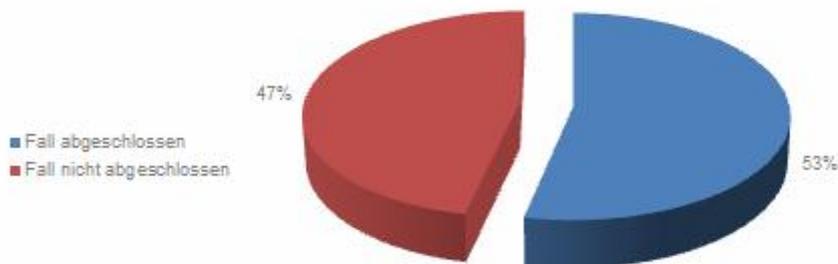


Abbildung 13: Anteil abgeschlossener Fälle

Auf die Frage, ob die Verbraucher zu einem Anwalt gegangen wären, wenn die Verbraucherzentralen nicht den Service der allgemeinen Rechtsberatung hätten, antworteten nur gut ein Viertel (28 Prozent) mit ja. Der überwiegende Teil der Verbraucher hätte bei ihren Problemen folglich keinen Rechtsbeistand gehabt.

Im weiteren Verlauf der telefonischen Befragung gaben 88 Prozent der Verbraucher an, dass sie keine weiteren Beratungen in Anspruch genommen haben. Dieser Wert kann als Indikator zur Einschätzung der Zufriedenheit mit der Beratungsleistung herangezogen werden.

3.6 Gebühren und Finanzierung der allgemeinen Rechtsberatung

Um den Nutzen der allgemeinen Rechtsberatung in Relation zu den Kosten bzw. den Zuwendungen der öffentlichen Hand zu betrachten, werden im Folgenden die von den Verbrauchern zu zahlenden Gebühren sowie die Kosten und Finanzierung der allgemeinen Rechtsberatung dargestellt.

Grundsätzlich erfolgt die Finanzierung der Verbraucherzentralen auf der einen Seite durch Zuwendungen der öffentlichen Hand und auf der anderen Seite durch Gebühren, die von den Verbrauchern zu entrichten sind. Abb. 14 zeigt die Gebühren in den der Untersuchung zugrunde liegenden Bundesländern, Ermäßigungen für Bedürftige sowie die Vollkostensätze der Verbraucherzentralen pro Stunde.

Gebühren für allgemeine Rechtsberatung

Bundesland	Rechtsberatung	Rechtsvertretung	Ermäßigung bei Bedürftigkeit	Vollkosten VZ pro Stunde
NRW	9,00 €	25,00 €	100 %	42,32 €
Rheinland-Pfalz	18,00 €	30,00 €	100 %	43,24 €
Saarland	15,00 €	35,00 €	100 %	41,29 €

Abbildung 14: Gebühren für die allgemeine Rechtsberatung

Bei der allgemeinen Rechtsberatung erhält der Verbraucher eine Vor-Ort Beratung in der Beratungsstelle. Die Rechtsvertretung beinhaltet darüber hinaus Aktivität des Beraters wie beispielsweise individuelle Briefe und Telefongespräche mit der Gegenseite, auch holt sich der Berater im Bedarfsfall zusätzlichen Rat bei einem Rechtsanwalt. Dadurch erhöht sich die zu zahlende Gebühr.¹⁰ Ob eine Ermäßigung bei Bedürftigkeit gewährt wird, hängt davon ab, ob der Verbraucher sozialhilfeberechtigt ist.

¹⁰ Die Gebührenübernahme der Arbeitskammer im Saarland (von 50 % bis max. 15,- Euro) für Arbeitnehmer/innen, die Mitglieder der Arbeitskammer sind, wurde hier nicht berücksichtigt.

Im Rahmen der Untersuchung wurden für die 57 betrachteten Beratungen insgesamt 788,- Euro Gebühren von den Verbrauchern eingenommen.¹¹ Der Verbraucherzentralen sind für diese Beratungen Kosten auf Vollkostenbasis in Höhe von 1.525,87 Euro entstanden. Wie Abb. 15 zeigt, konnten 48 Prozent der Kosten nicht über Gebühren gedeckt werden.¹²

Anteil staatlicher Zuwendungen an Gesamtkosten der allgemeinen Rechtsberatung

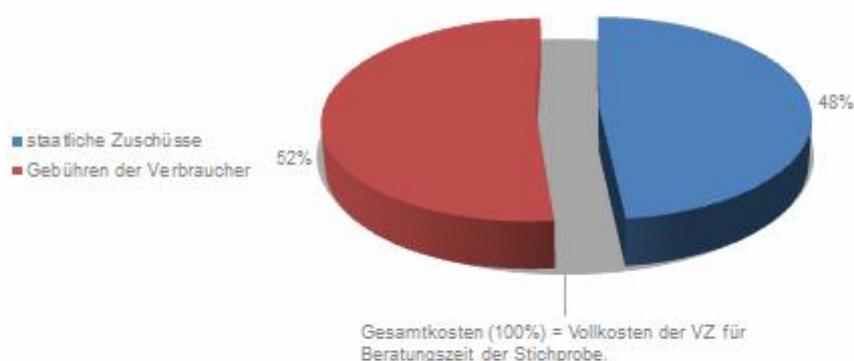


Abbildung 15: Anteil staatlicher Zuwendungen an Gesamtkosten

4. Nutzenquantifizierung

Bei der Nutzenberechnung wird zwischen einer *Kosten-Nutzen-Relation* und einem *Multiplikatoreffekt staatlicher Gelder* unterschieden. Während die *Kosten-Nutzen-Relation* sich damit beschäftigt, welcher Nutzen für die Verbraucher durch den Kostenaufwand im Rahmen der allgemeinen Rechtsberatung entsteht, beantwortet der *Multiplikationseffekt staatlicher Gelder* die Frage, wie viel Nutzen durch die Verwendung von Steuermittel für die Verbraucher generiert wird. Abb. 16 zeigt die Berechnungsformeln:

¹¹ Die Berechnungen werden um einen extremen Ausreißer aus der Beratungsstelle Mainz bereinigt und basieren im Folgenden auf n=57.

¹² Darin sind 14 sozialorientierte Beratungen enthalten, bei denen die Verbraucher aufgrund der Bedürftigkeit von den Gebühren befreit sind.

Nutzen der allgemeinen Rechtsberatung - alternative Perspektiven -

Kosten-Nutzen-Relation

$$\text{Nutzen pro Euro I} = \frac{\text{Streitwert} * \text{Erfolgswahrscheinlichkeit}}{\text{Vollkosten der VZ}}$$

Multiplikatoreffekt staatlicher Gelder

$$\text{Nutzen pro Euro II} = \frac{\text{Streitwert} * \text{Erfolgswahrscheinlichkeit}}{\text{Vollkosten der VZ} - \text{Gebühren Verbraucher}}$$

Abbildung 16: Nutzenberechnungsperspektiven

4.1 Kosten-Nutzen-Relation

Nutzen wird in dieser Untersuchung als realisierter bzw. realisierbarer Streitwert definiert, da dieser dem Betrag entspricht, den ein Verbraucher durch die allgemeine Rechtsberatung erhält. Dieser Streitwert wird in der Betrachtung "Nutzen pro Euro I" ins Verhältnis zu den Kosten der Verbraucherzentralen für die allgemeine Rechtsberatung gesetzt.

Bei den Kosten handelt sich um Vollkostensätze der Verbraucherzentralen, die nach Bundesländern geringfügig differieren.¹³ Diese Vollkostensätze werden mit der jeweils angefallenen Beratungszeit multipliziert. Dabei werden auch Zeiten notwendiger Nachbereitung durch die Berater berücksichtigt. Um eine Aussage pro eingesetzten Euro treffen zu können, wird schließlich der Nutzen zu den Kosten ins Verhältnis gesetzt.

¹³ Vgl. Abb. 14.

Nutzen der Verbraucherberatung

Wie in Kapitel 4 dargelegt, waren in der Nachbefragung nicht alle beratenen Verbraucher telefonisch erreichbar und auch nur etwa die Hälfte der betrachteten Fälle konnte innerhalb des vorgegebenen Zeitrahmens der Untersuchung abgeschlossen werden. Folglich lag für die noch nicht abgeschlossenen Fälle kein tatsächlich realisierter Streitwert sondern nur die Einschätzung des zu realisierenden Streitwerts durch die Berater vor. Bei diesen Fällen werden die beiden Extreme der Erfolgswahrscheinlichkeiten der jeweiligen Kategorie¹⁴ („worst case“ und „best case“) herangezogen. Bei den abgeschlossenen Fällen wird der bereits realisierte Streitwert angesetzt.

Daher zeigt der in Abb. 17 und 18 dargestellte Nutzenfaktor der allgemeinen Rechtsberatung sowohl eine Berechnung des günstigsten wie des ungünstigsten Werts innerhalb der vom Berater eingeschätzten Wahrscheinlichkeitskategorie. Am Beispiel der Kategorie einer Erfolgswahrscheinlichkeit von 20 bis unter 40 Prozent bedeutet dies, dass im „best case“ mit 40 Prozent und im „worst case“ mit 20 Prozent gerechnet wird.¹⁵

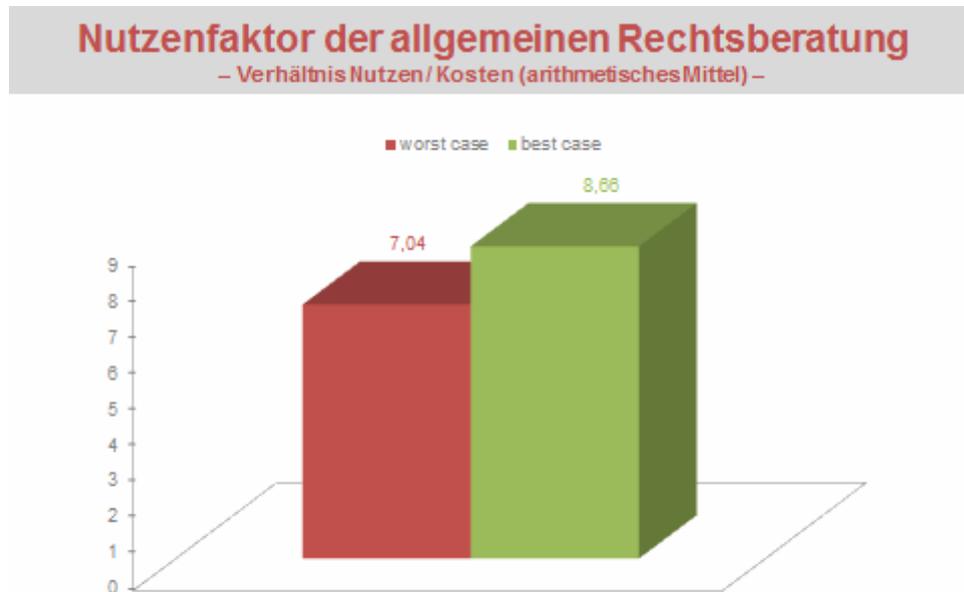


Abbildung 17: Verhältnis von Nutzen und Kosten

¹⁴ Siehe Abb. 11

¹⁵ Da das arithmetische Mittel stark von Ausreißern beeinflusst wird, soll bei der Berechnung des Mittelwerts ein extremer Ausreißer in der Beratungsstelle Mainz unberücksichtigt bleiben. Im Folgenden wird nur mit n=57 gerechnet.

Die Erhebung ergab, dass die Verbraucher eine Gutschrift oder Rückzahlung im ungünstigsten Fall von 188,89 Euro¹⁶ und im günstigsten Fall von 232,47 Euro¹⁷ erhalten. Berücksichtigt man den durchschnittlichen Zeitaufwand des Beraters von 38,04 Minuten pro Fall, so waren hierfür Kosten in Höhe von 26,84 Euro angefallen. Diesem Kostenaufwand seitens der Verbraucherzentralen steht – wie in Abb. 17 dargestellt – im arithmetischen Mittel der sieben- bis neunfache Nutzen für die Verbraucher (Nutzen pro Euro I) gegenüber.

4.2 Multiplikatoreffekt staatlicher Gelder

Neben der *Kosten-Nutzen-Relation* soll darüber hinaus der Nutzen in Relation zur Förderung der allgemeinen Rechtsberatung durch staatliche Geldgeber abgebildet werden. Bei dieser Betrachtungsperspektive bleibt die Berechnung des Nutzens im Zähler der Formel unverändert. Im Nenner werden jedoch die von den einzelnen Verbrauchern zu zahlenden Gebühren¹⁸ von den entstanden Gesamtkosten der Beratung abgezogen.

Dabei werden berücksichtigt:

- unterschiedliche Gebühren- und Kostenstrukturen der Verbraucherzentralen in den Bundesländern NRW, Saarland und Rheinland-Pfalz
- unterschiedliche Gebühren für Rechtsberatung und Rechtsvertretung
- Nachlässe bzw. Kostenbefreiung für Bedürftige und Sozialhilfeempfänger

Es ergibt sich folglich eine Kennziffer (Nutzen pro Euro II), die den sogenannten *Multiplikatoreffekt der staatlichen Subvention* der allgemeinen Rechtsberatung aufzeigt. Abb. 18 stellt diese Kennziffer in differenzierter Form dar. Wie auch bei der *Kosten-Nutzen-Kennziffer* wird – aufgrund der noch nicht bei allen Fällen feststehenden Erfolgswahrscheinlichkeiten des Nutzens¹⁹ – zwischen dem ungünstigen und günstigsten Fall unterschieden.

¹⁶ Arithmetisches Mittel „worst case“.

¹⁷ Arithmetisches Mittel „best case“.

¹⁸ Damit sind die Entgelte gemeint, die der Verbraucher bei der Inanspruchnahme der Beratung (Basisentgelt ggf. zzgl. Entgelt für Rechtsvertretung) aufbringen muss.

¹⁹ Ausführliche Darstellung der Vorgehensweise erfolgte bereits in Kapitel 4.1

Multiplikatoreffekt staatlicher Gelder bei der Rechtsberatung – Verhältnis Nutzen/ staatliche Subventionen (arithmetisches Mittel) –



Abbildung 18: Multiplikatoreffekt staatlicher Gelder

Da bei der Berechnung des Nutzens pro Euro II berücksichtigt wird, dass ein nicht unwesentlicher Teil der Kosten für die Beratung von den Verbrauchern selbst getragen werden, fällt der Nutzenfaktor in dieser Betrachtung höher aus als bei der *Kosten-Nutzen-Relation (Nutzen pro Euro I)*. Abb. 18 macht deutlich, dass die Verwendung von Steuergeldern für die Subvention der allgemeinen Rechtsberatung im ungünstigsten Fall das 14-fache und im günstigsten Fall mehr als das 17-fache an Gutschrift / Erstattung für die Verbraucher bewirkt.

5. Fazit

Ziel des Pilotprojekts war es, Erkenntnisse über den Nutzen der allgemeinen Rechtsberatung der Verbraucherzentralen zu erhalten. Wenn auch – aufgrund begrenzter Mittel – keine repräsentativen Aussagen möglich sind, wurde deutlich, dass die allgemeine Rechtsberatung der Verbraucherzentralen einen beachtlichen Nutzen für die Verbraucher in Deutschland stiftet. Der notwendige Kostenaufwand pro Beratungsfall bewirkt im Durchschnitt das sieben- bis neunfache an Verbrauchernutzen. Die Berechnung der Rentabilität staatlicher Zuwendungen für die allgemeine Rechtsberatung zeigt, dass ein Euro investierter Steuergelder 14 bis 17 Euro Verbrauchernutzen hervorruft. Offensichtlich ist es den Verbraucherzentralen gelungen, ein effizientes Beratungsinstrument mit einfachen aber wirksamen Maßnahmen aufzubauen.

Darüber hinaus kann davon ausgegangen werden, dass sich weitere positive, jedoch schwer quantifizierbare Effekte der allgemeinen Rechtsberatung einstellen. Durch die häufige Durchsetzung berechtigter Verbraucheransprüche als Folge der Rechtsberatung werden zahlreiche Anbieter in Zukunft weniger missbräuchliche Verhaltensweisen im Geschäftsverkehr mit Verbrauchern anwenden. Auch kann davon ausgegangen werden, dass sich infolge der Beratungsgespräche bei den Verbrauchern Lerneffekte einstellen und damit ihr Selbstbewusstsein gegenüber den Anbietern wächst. Die Bereitschaft der Verbraucher, sich im Bedarfsfall zu wehren, dürfte graduell steigen.

Anhang

Erhebungsbogen Projekt „Nutzenquantifizierung der Verbraucherberatung“

Projekt für die Verbraucherzentralen Nordrhein-Westfalen, Saarland und Rheinland-Pfalz
am Beispiel der allgemeinen Rechtsberatung

In welcher Beratungsstelle hat die Erhebung stattgefunden?

Bochum Mainz Saarbrücken Düsseldorf Münster

1. Beratungsgespräch

1.1. Ist es Ihre erste Beratung überhaupt in einer Verbraucherzentrale?

ja nein

1.2. Kurzbeschreibung des Falls

Produkte / Dienstleistungen („Inhalte“):

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Konsumgüter | <input type="checkbox"/> Allgemeine Dienstleistungen |
| <input type="checkbox"/> Postdienstleistungen | <input type="checkbox"/> elektronische Kommunikation |
| <input type="checkbox"/> Finanzdienstleistungen | <input type="checkbox"/> Verkehrsdienstleistungen |
| <input type="checkbox"/> Freizeit | <input type="checkbox"/> Energie und Wasser |
| <input type="checkbox"/> Gesundheit | <input type="checkbox"/> Bildung |
| <input type="checkbox"/> Sonstiges | |

Beschwerdegründe:

- Qualität von Ware / Dienstleistungen
- Lieferung / Ausführung von Dienstleistungen
- Preis / Tarif
- Rechnungsstellung und Entgelte
- Garantie / Gewährleistung
- Schadensersatz
- Unlautere Geschäftspraktiken
- Vertragsbestimmungen / Vertragsauflösung
- Anbieterwechsel
- Sicherheit von Waren und Dienstleistungen
- Datenschutz
- Sonstige Aspekte

Erhebungsbogen Projekt „Nutzenquantifizierung der Verbraucherberatung“

Projekt für die Verbraucherzentralen Nordrhein-Westfalen, Saarland und Rheinland-Pfalz
am Beispiel der allgemeinen Rechtsberatung

1.3. Wie hoch ist der Streitwert (in Euro)?

1.4. Wird der Berater aktiv?

- ja nein vielleicht

Wenn ja (oder vielleicht), wie?

- Anruf bei der Gegenseite Schreiben an die Gegenseite
 E-Mail an die Gegenseite Weiterleitung an einen Rechtsanwalt
 Sonstiges:

1.5. Was muss der Verbraucher nach der Beratung machen (ToDo's)?

- gar nichts Musterbrief versenden
 Ware zurücksenden Ware aufbewahren
 Lastschrift widerrufen neue Rufnummer besorgen
 Sonstiges:

1.6. Wie hoch sind die Erfolgsaussichten (in Prozent)? (Beurteilung durch Berater)

- unter 20 % 20 bis unter 40 % 40 bis unter 60 %
 60 bis unter 80 % 80 bis unter 100% 100%

1.7. Ist eine Folgeberatung in der Verbraucherzentrale notwendig?

- ja nein eventuell

1.8. Dauer der Beratung (in Minuten):

- zzgl. Backoffice Arbeiten (in Minuten) (Einschätzung durch Berater):

Erhebungsbogen Projekt „Nutzenquantifizierung der Verbraucherberatung“

Projekt für die Verbraucherzentralen Nordrhein-Westfalen, Saarland und Rheinland-Pfalz
am Beispiel der allgemeinen Rechtsberatung

2. Persönliche Daten Verbraucher (Kunden)

2.1. Ihr Geschlecht?

- weiblich männlich

2.2. Ihr Alter?

- unter 20 Jahre 20 bis 29 Jahre 30 bis 39 Jahre
 40 bis 49 Jahre 50 bis 59 Jahre 60 bis 69 Jahre
 70 bis 79 Jahre 80 Jahre und älter

2.3. Anzahl im Haushalt lebender Personen?

- 1 Person 2 Personen 3 Personen 4 Personen
 5 Personen und mehr

2.4. Sind Sie Empfänger von Sozialleistungen?

- ja nein keine Angabe

2.5. Wie hoch ist Ihr monatliches Netto-Einkommen (in Ihrem Haushalt)?

- unter 1.000 Euro 1.000 bis 1.500 Euro 1.500 bis 2.000 Euro
 2.000 bis 2.500 Euro 2.500 bis 3.000 Euro 3.000 bis 3.500 Euro
 3.500 bis 4.000 Euro 4.000 bis 4.500 Euro 4.500 bis 5.000 Euro
 über 5.000 Euro keine Angabe

2.6. Was ist Ihr höchster Bildungsabschluss?

- (Fach-)Hochschulstudium (Fach-)Abitur Mittlere Reife
 Volks- bzw. Hauptschulabschluss keinen

2.7. Sind Sie...?

- selbstständig nicht selbstständig in Ruhestand
 nicht erwerbstätig

Erhebungsbogen Projekt „Nutzenquantifizierung der Verbraucherberatung“

Projekt für die Verbraucherzentralen Nordrhein-Westfalen, Saarland und Rheinland-Pfalz
am Beispiel der allgemeinen Rechtsberatung

3. Follow Up (Telefoninterview)

3.1. Haben Sie die empfohlenen Schritte der Beratung (soweit diese nötig waren) getätigt?

- ja nein es wurden keine Schritte empfohlen

Wenn nein, warum nicht? (Begründung)

3.2. Konnten Sie Ihren Streitwert realisieren?

ja, wie in der Beratung abgesprochen: Euro

besser: Euro

schlechter: Euro

noch nicht abgeschlossen

3.3. Haben Sie zu Ihrem Anliegen (Fall) noch weitere Beratungen in Anspruch genommen?

- ja nein

Wenn ja, wo?

3.4. Wenn es keine Verbraucherzentrale geben würde, wären Sie dann zum Anwalt gegangen?

- ja nein (Fragebogen beendet)

3.4.1. Haben Sie eine Rechtsschutzversicherung (bezogen auf den Sachverhalt)?

- nein ja

Wenn ja, wie hoch ist die Selbstbeteiligung?

Nutzen der Verbraucherberatung

- Untersuchung am Beispiel der allgemeinen Rechtsberatung -

Sabrina Krause

Prof. Dr. Hans Joachim Schmengler
Prof. Dr. Kati Schmengler

Düsseldorf, 10. Januar 2013

Beratungsstellen der Erhebung

Nordrhein-Westfalen:

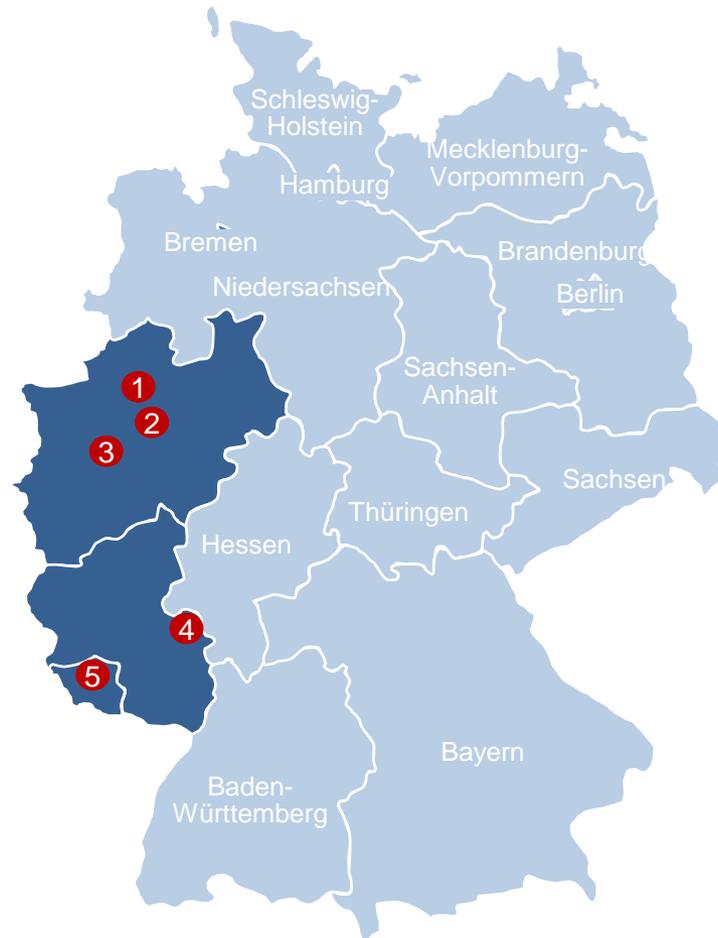
1. Münster
2. Bochum
3. Düsseldorf

Rheinland-Pfalz:

4. Mainz

Saarland:

5. Saarbrücken

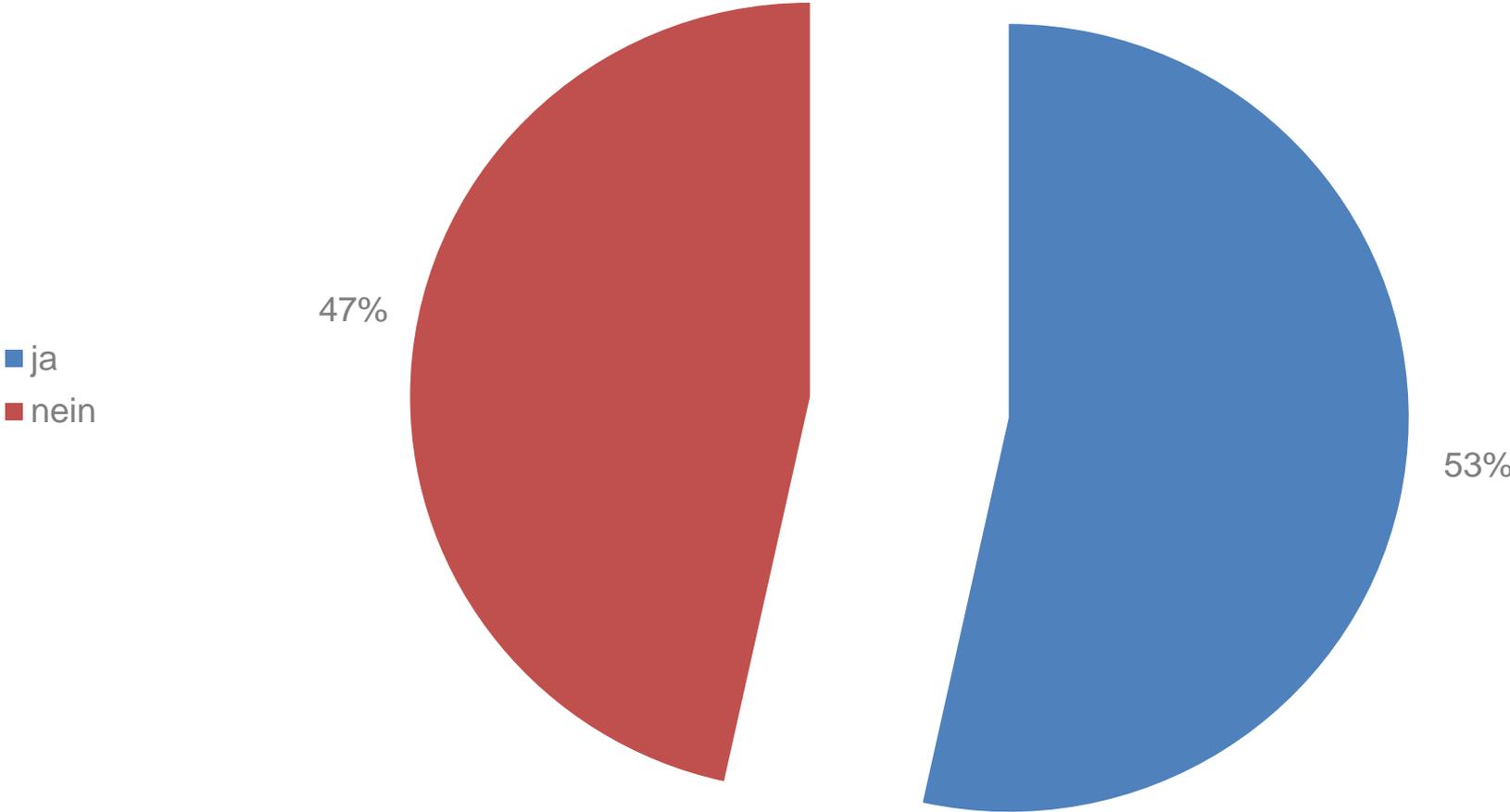


Die Stichprobengröße der Untersuchung beträgt $n=58$.

Gebühren für allgemeine Rechtsberatung

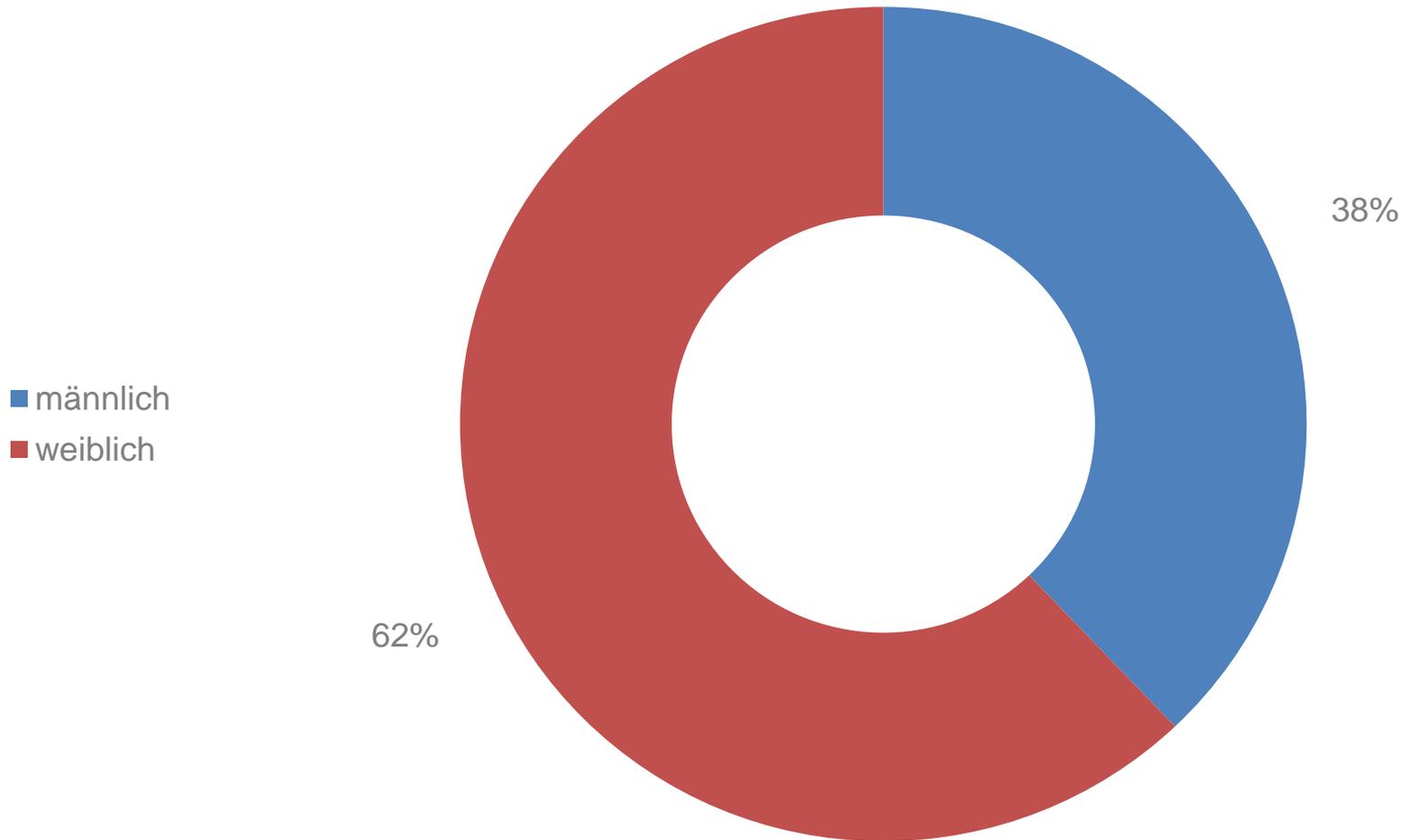
Bundesland	Rechtsberatung	Rechtsvertretung	Ermäßigung bei Bedürftigkeit	Vollkosten VZ pro Stunde
NRW	9,00 €	25,00 €	100 %	42,32 €
Rheinland-Pfalz	18,00 €	30,00 €	100 %	43,24 €
Saarland	15,00 €	35,00 €	100 %	41,29 €

Erste Beratung in einer Beratungsstelle



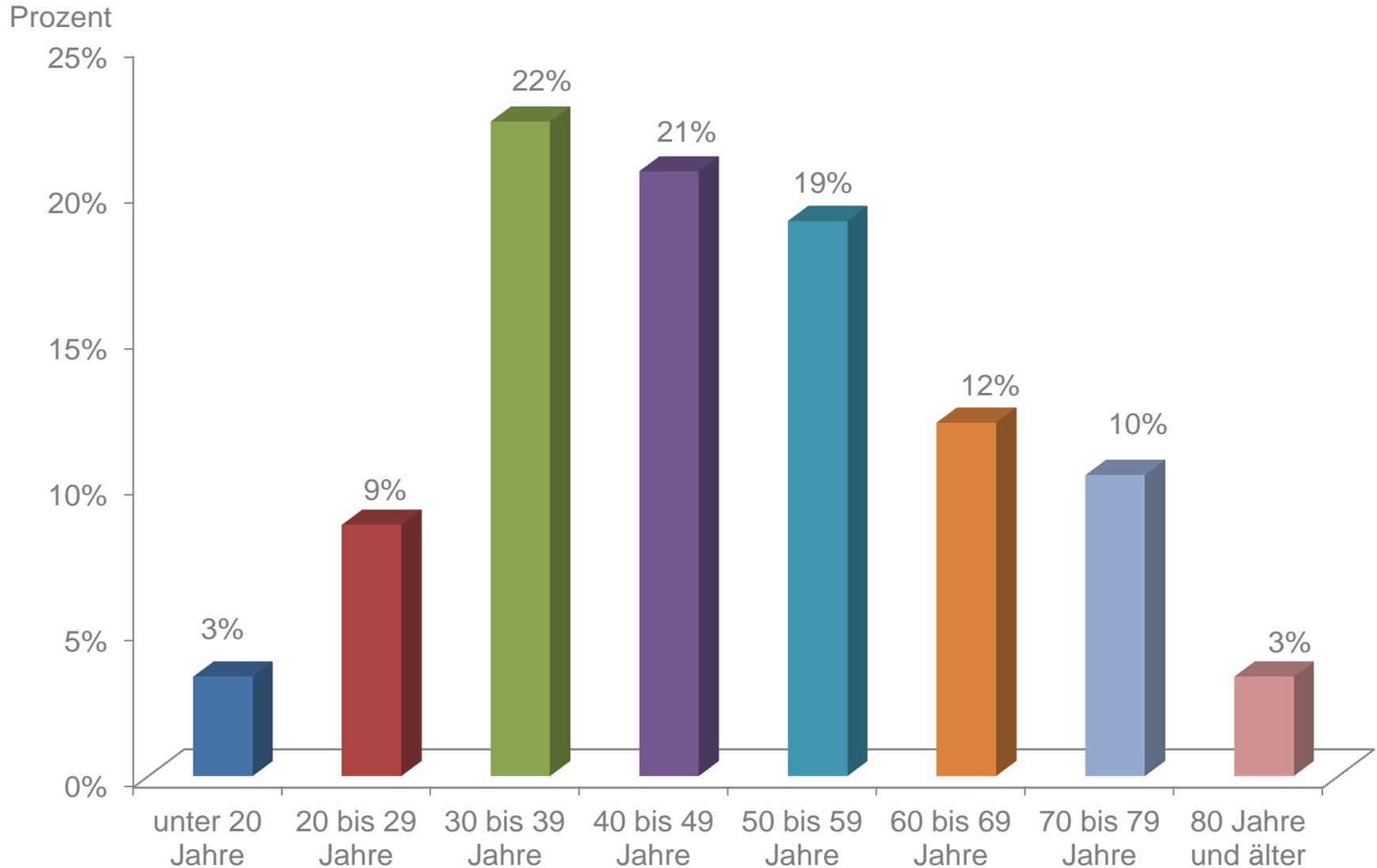
Ratsuchende Verbraucher

- Verteilung nach Geschlecht -



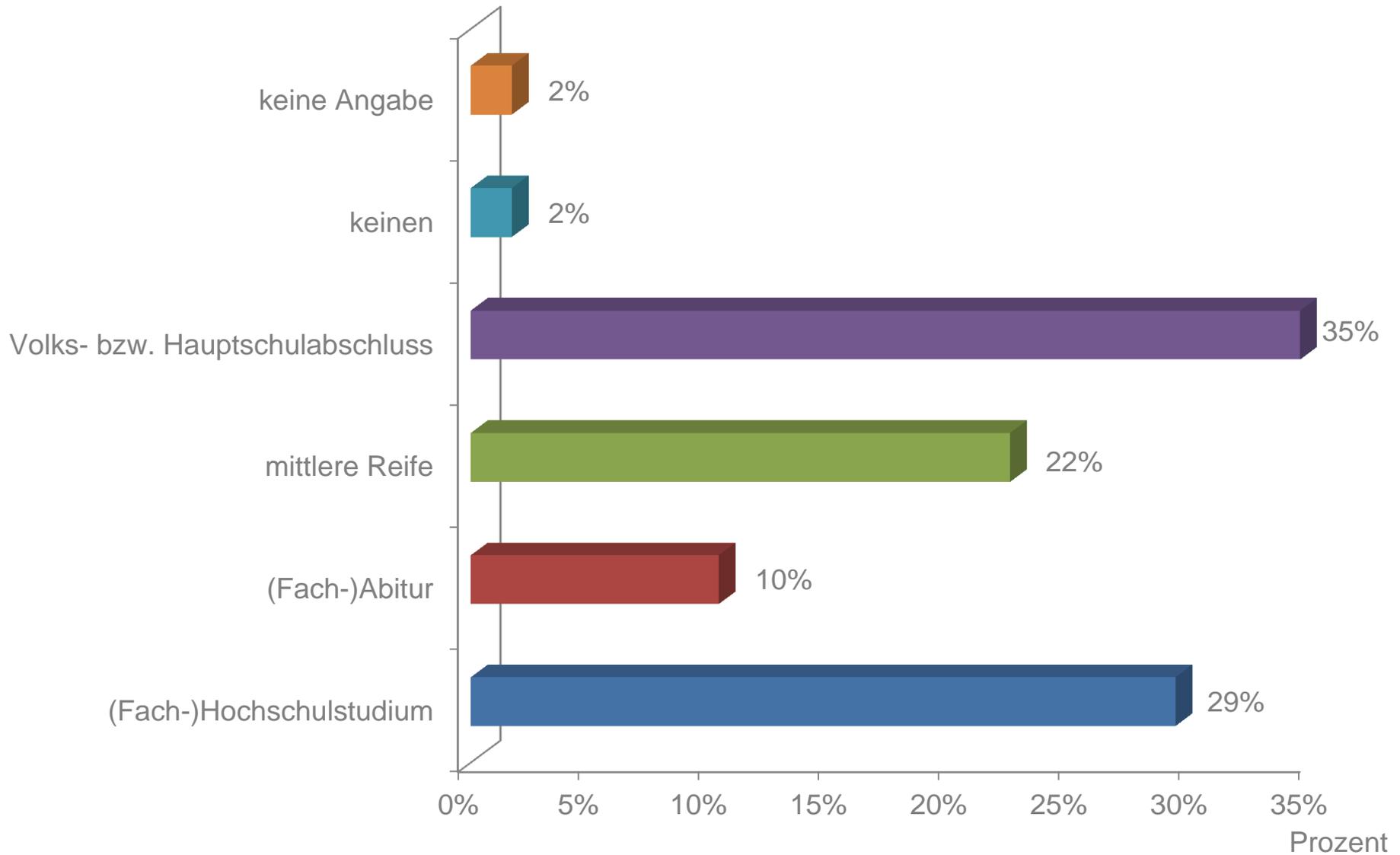
Ratsuchende Verbraucher

- Verteilung nach Alter -

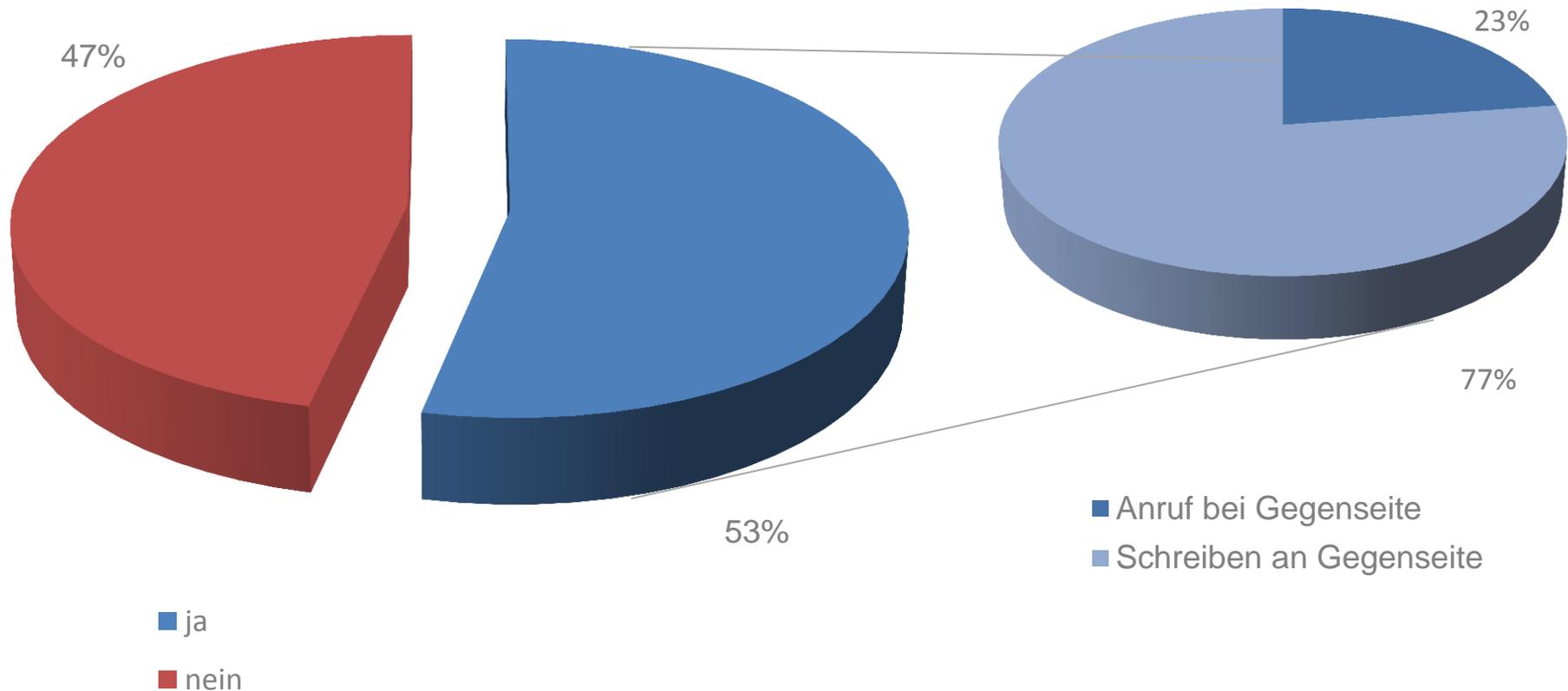


Ratsuchende Verbraucher

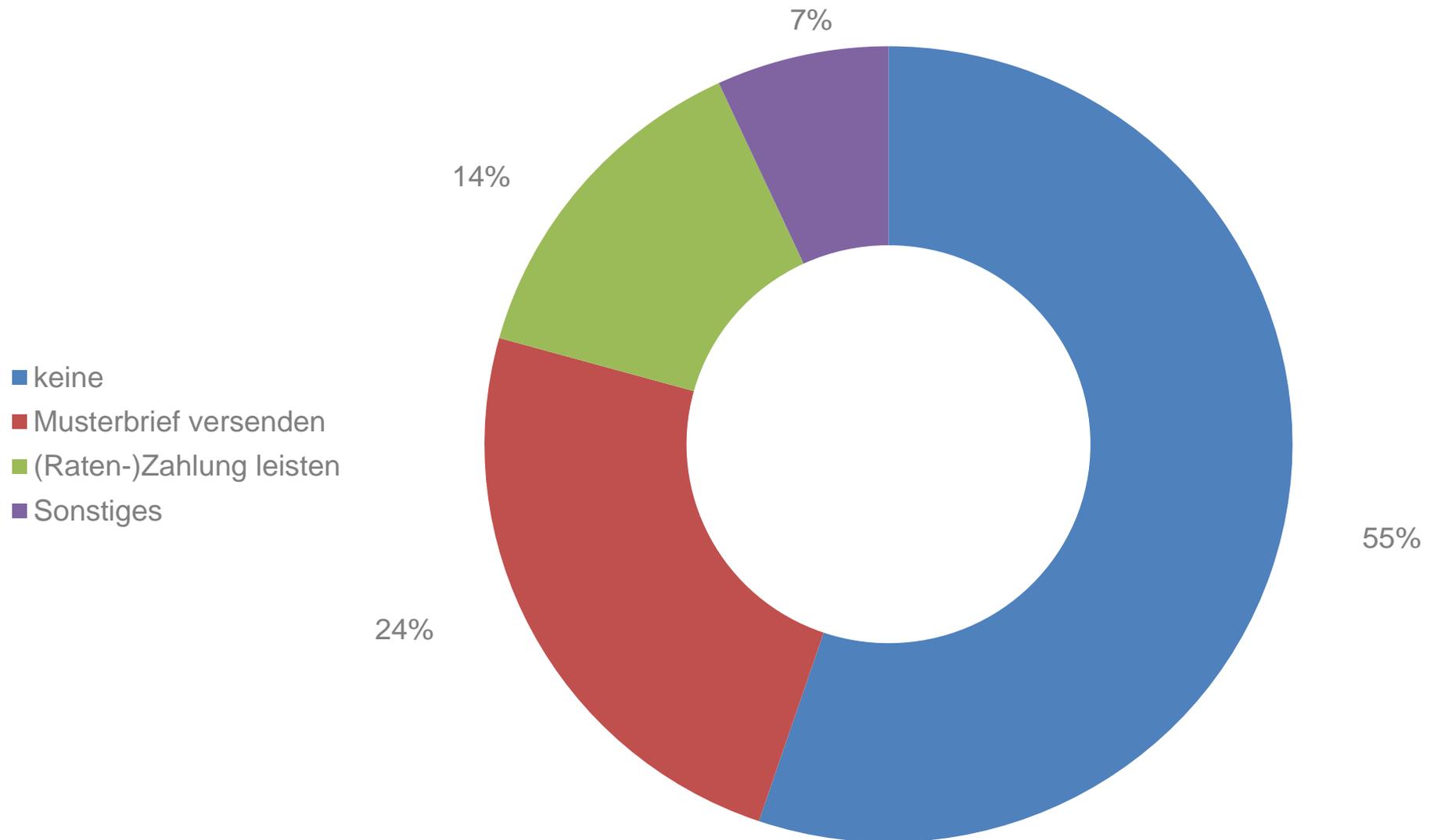
- Verteilung nach Bildungsabschluss -



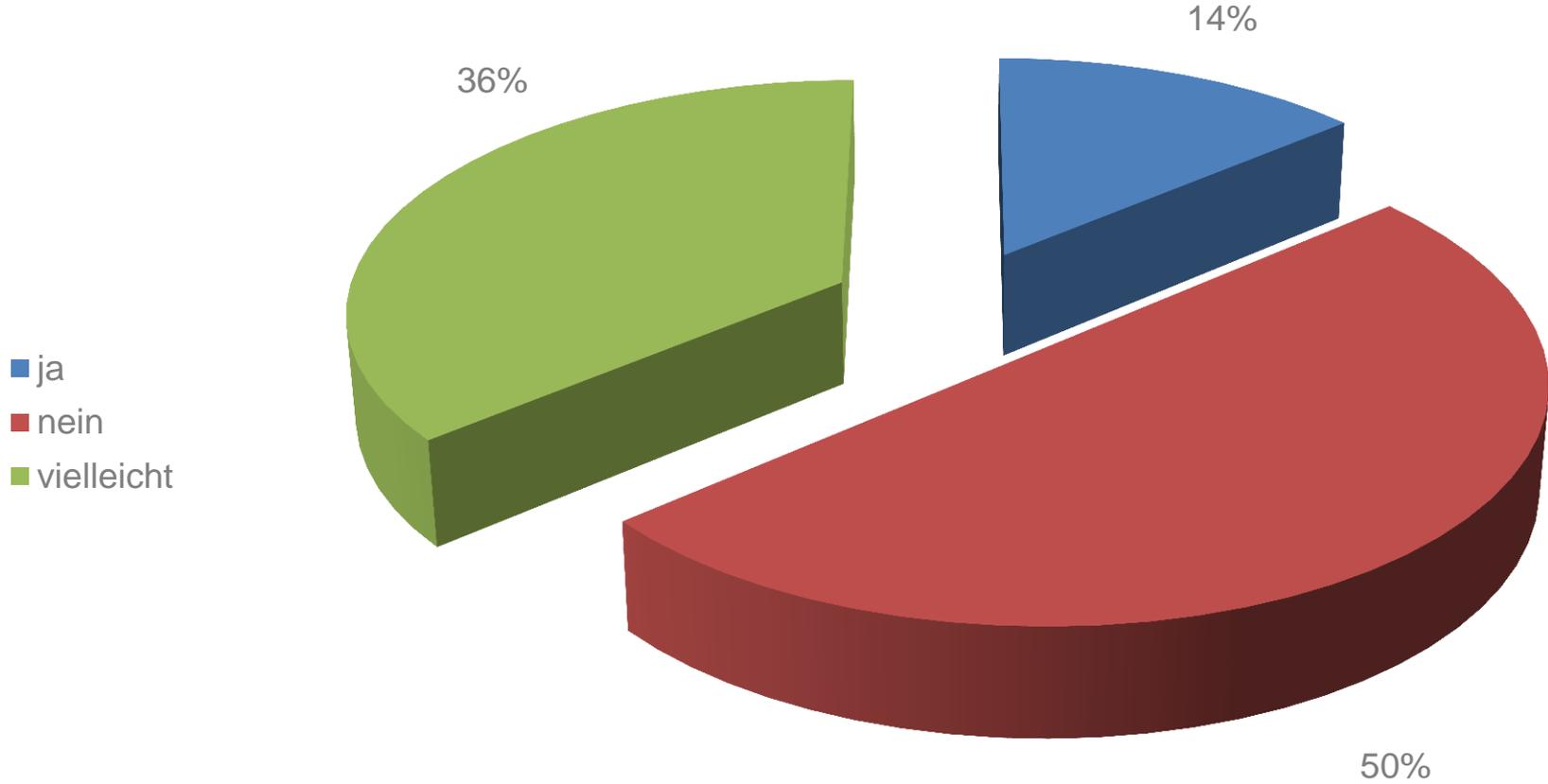
Aktivitäten der Berater bei Rechtsvertretung



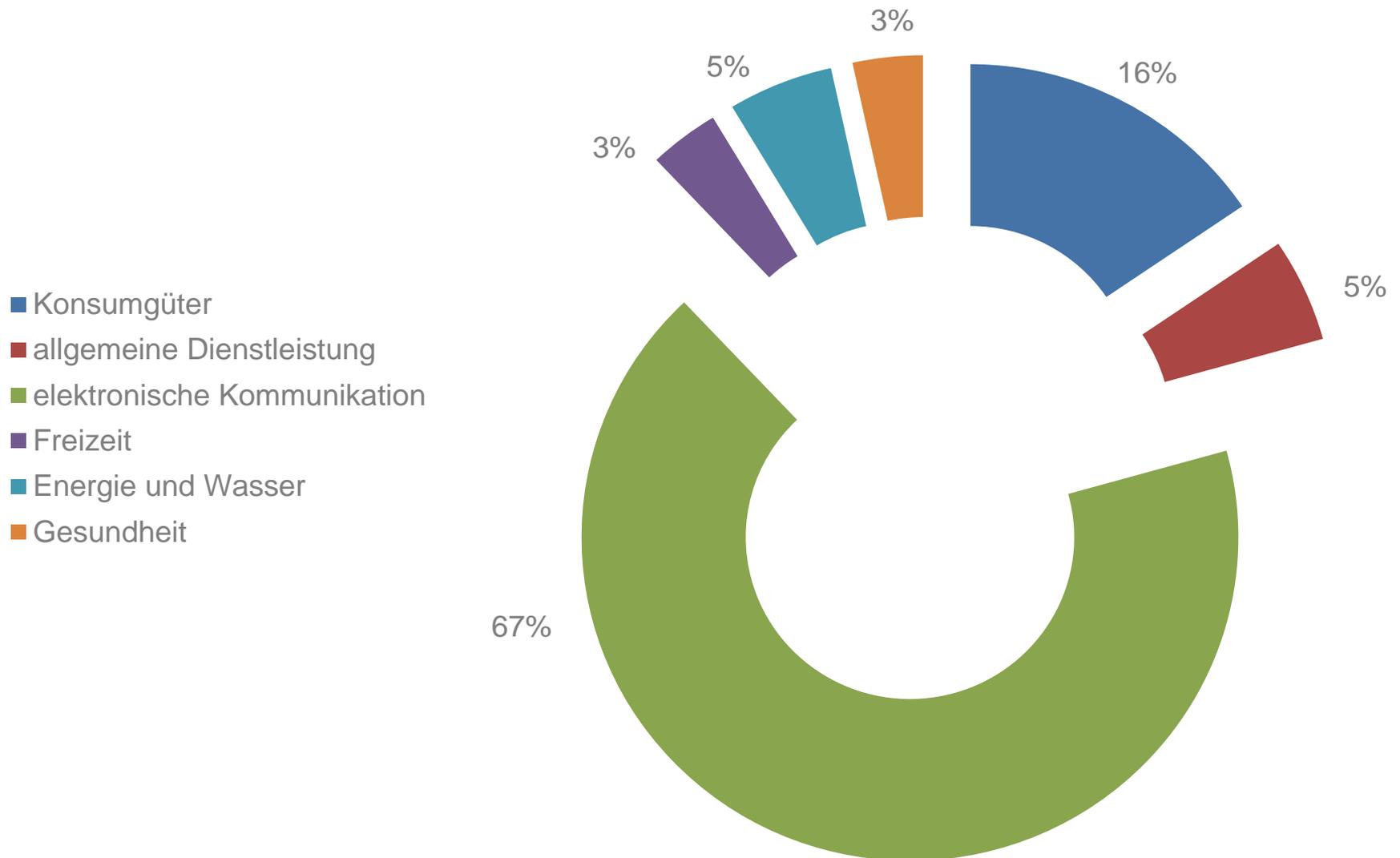
Aktivitäten der Verbraucher nach Rechtsberatung



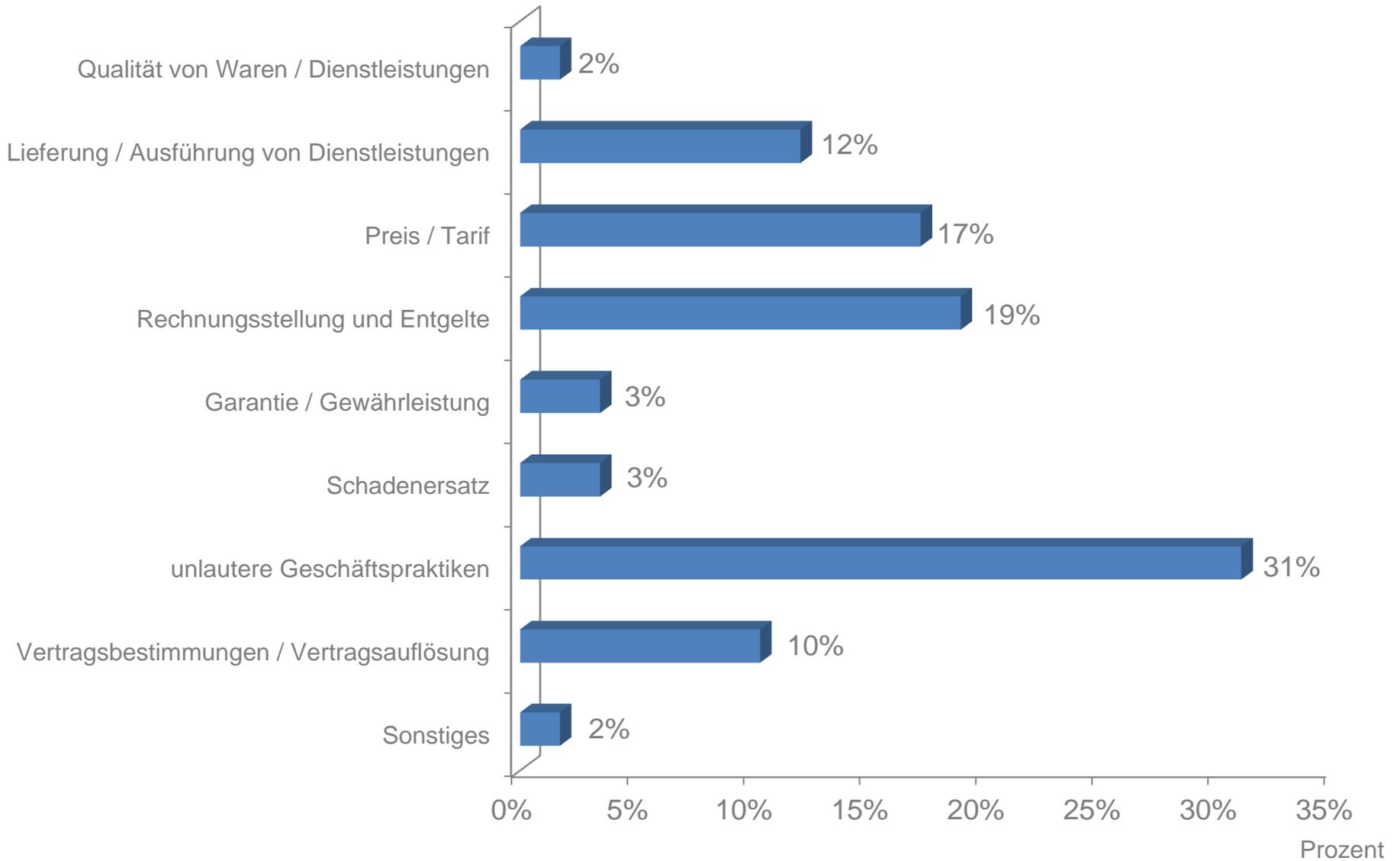
Notwendigkeit einer Folgeberatung



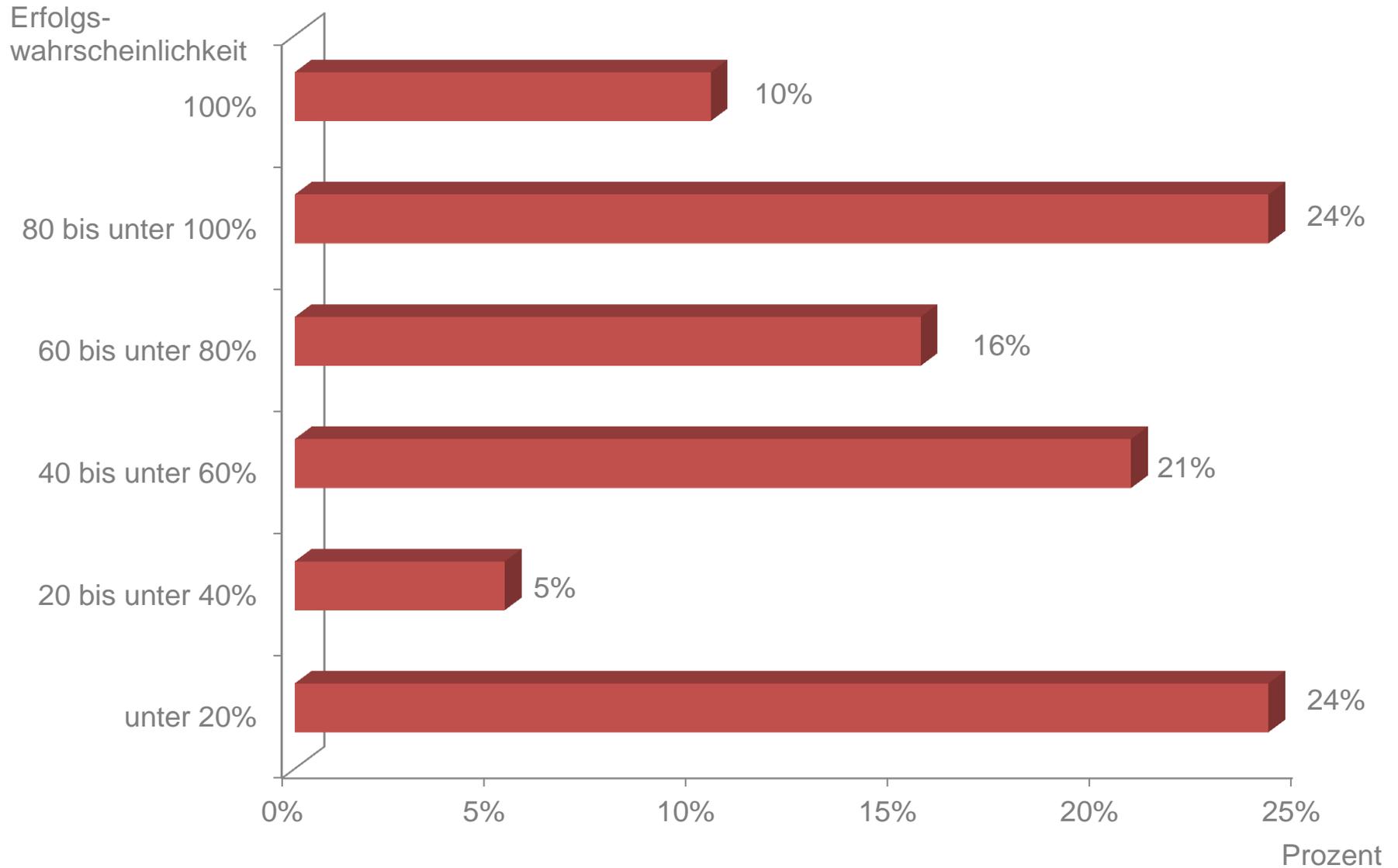
Beratungsbereiche



Beschwerdegründe

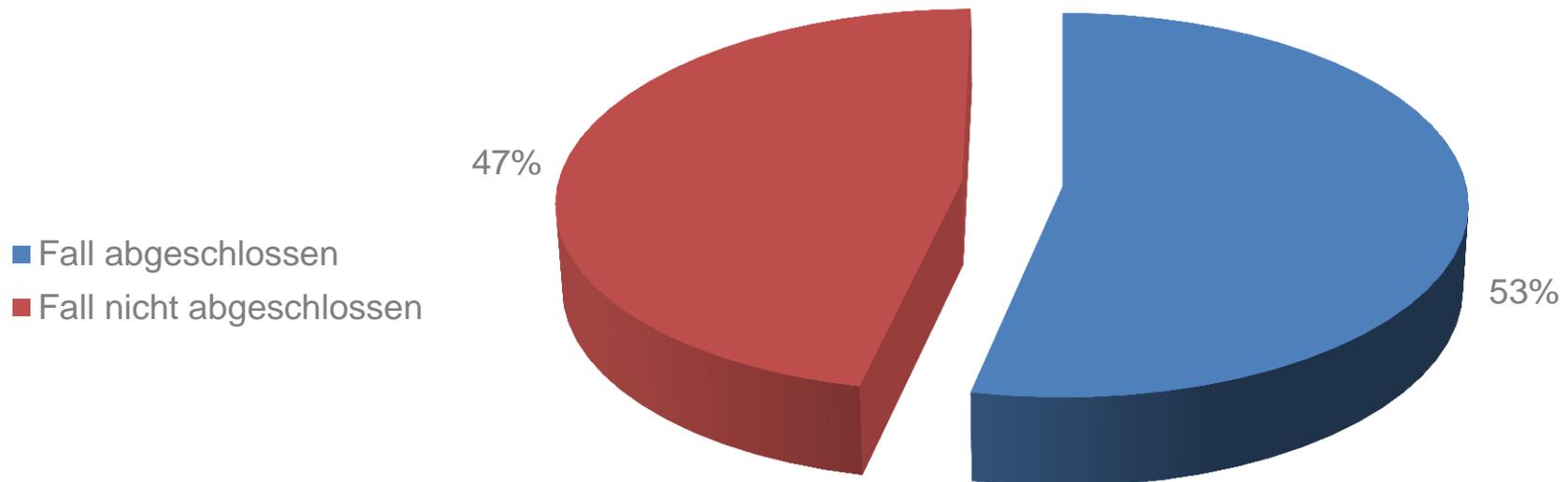


Erfolgswahrscheinlichkeiten der Rechtsberatung

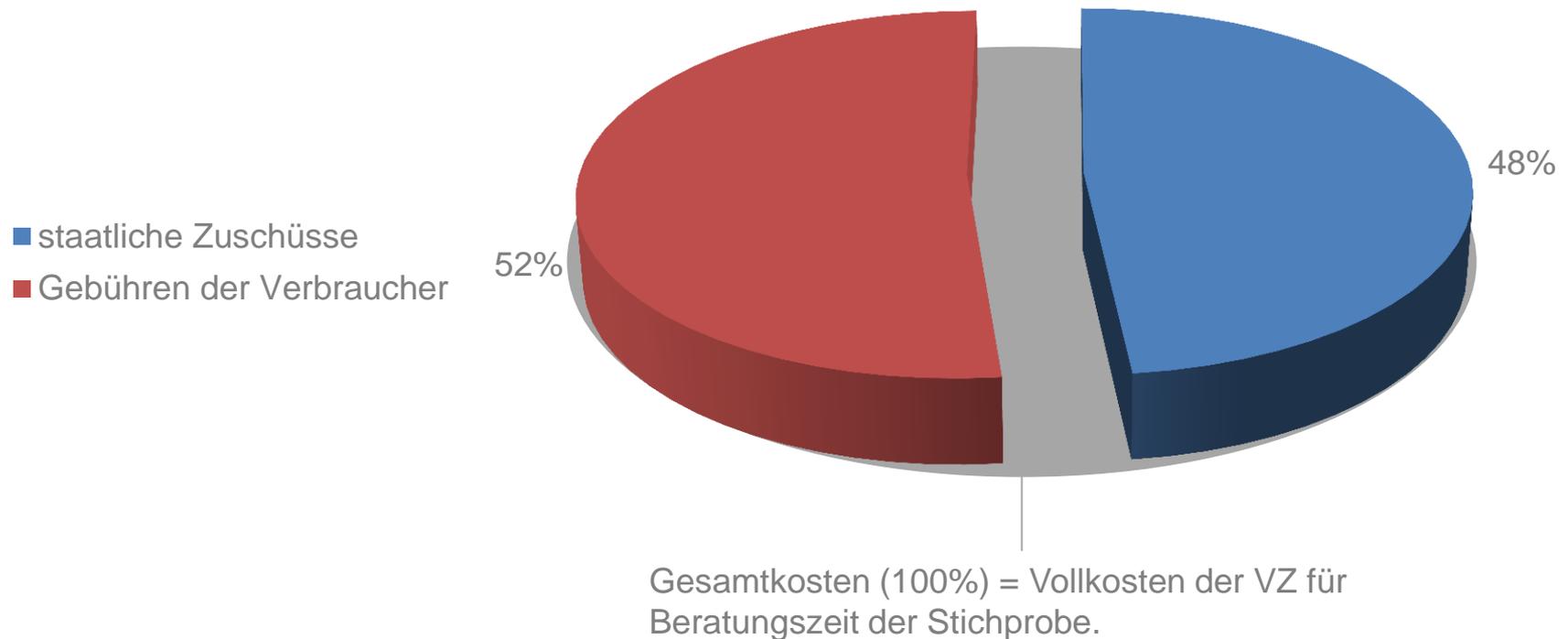


Anteil abgeschlossener Fälle

- 6 bis 8 Wochen nach Beratung -



Anteil staatlicher Zuwendungen an Gesamtkosten der allgemeinen Rechtsberatung



Nutzen der allgemeinen Rechtsberatung

- alternative Perspektiven -

Kosten-Nutzen-Relation*1

$$\text{Nutzen pro Euro I} = \frac{\text{Streitwert} * \text{Erfolgswahrscheinlichkeit}}{\text{Vollkosten der VZ}}$$

Multiplikatoreffekt staatlicher Gelder*2

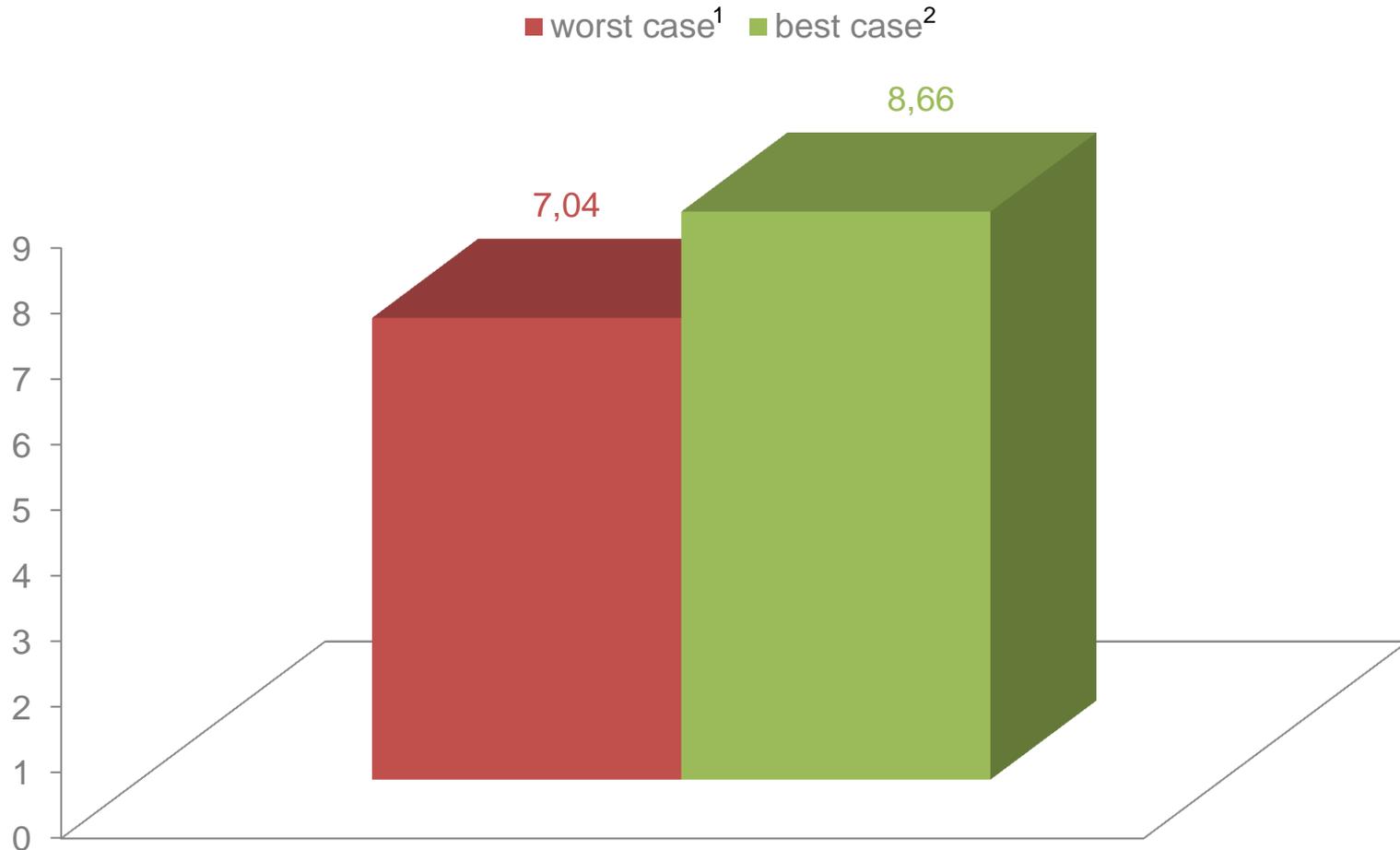
$$\text{Nutzen pro Euro II} = \frac{\text{Streitwert} * \text{Erfolgswahrscheinlichkeit}}{\text{Vollkosten der VZ} - \text{Gebühren Verbraucher}}$$

*1 Nutzen pro Euro I wird in dieser Studie verstanden als der relativierte Streitwert im Verhältnis zu den Kosten der Verbraucherzentrale für die allgemeine Rechtsberatung.

*2 Nutzen pro Euro II wird in dieser Studie verstanden als der relativierte Streitwert im Verhältnis zu den Kosten der Verbraucherzentrale unter Berücksichtigung der von den Verbrauchern bezahlten Gebühren.

Nutzenfaktor der allgemeinen Rechtsberatung

– Verhältnis Nutzen / Kosten (arithmetisches Mittel) –

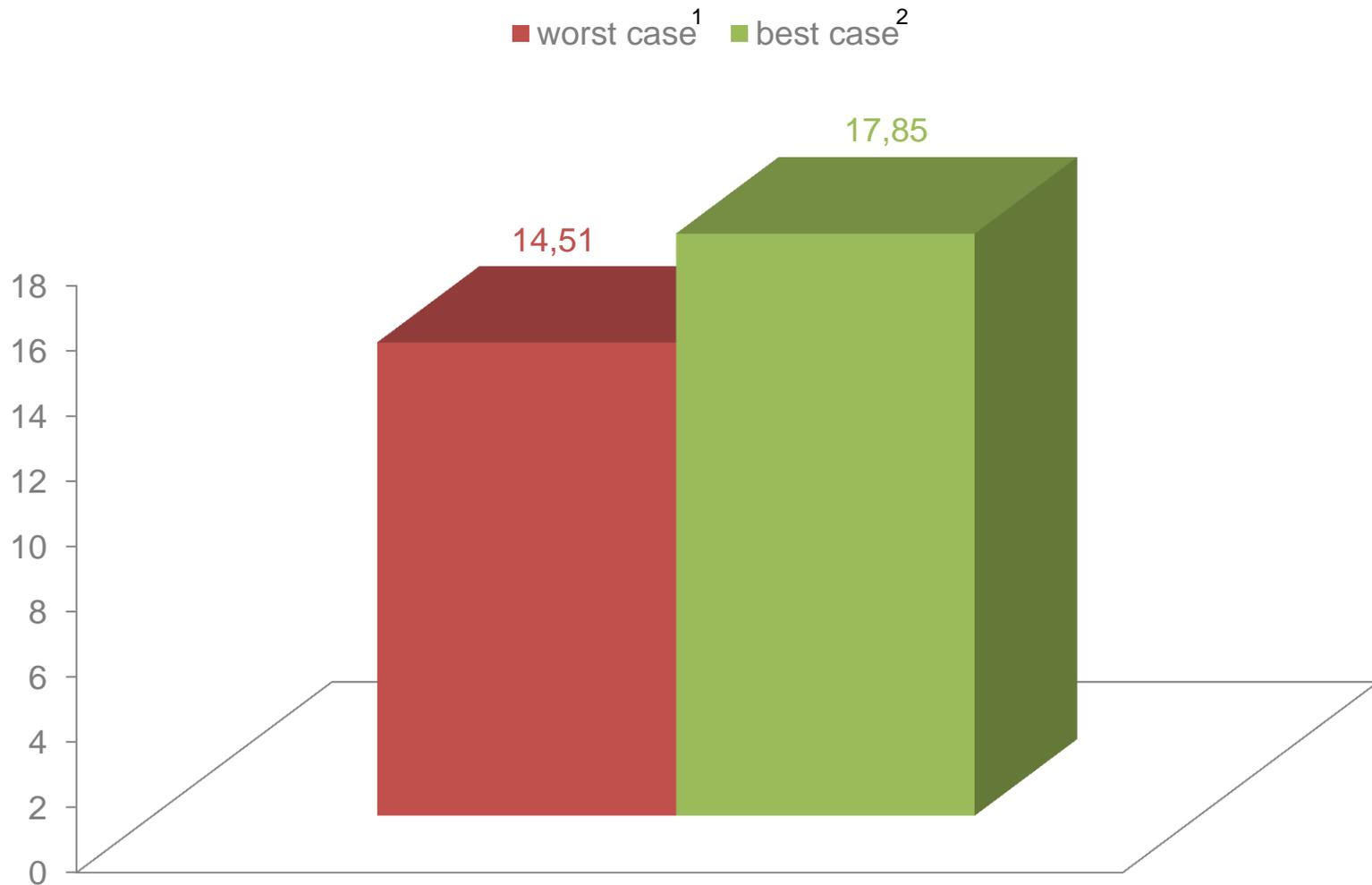


¹ Worst case: Berechnung des Nutzens mit unterer Grenze der durch den Berater angegebenen Eintrittswahrscheinlichkeit.

² Best case: Berechnung des Nutzens mit oberer Grenze der durch den Berater angegebenen Eintrittswahrscheinlichkeit.

Multiplikatoreffekt staatlicher Gelder bei der Rechtsberatung

– Verhältnis Nutzen / staatliche Subventionen (arithmetisches Mittel) –



¹ Worst case: Berechnung des Nutzens mit unterer Grenze der durch den Berater angegebenen Eintrittswahrscheinlichkeit.

² Best case: Berechnung des Nutzens mit oberer Grenze der durch den Berater angegebenen Eintrittswahrscheinlichkeit.

Fazit

Die allgemeine Verbraucherberatung stiftet ein Vielfaches an Nutzen im Verhältnis zum notwendigen Aufwand an Kosten und staatlicher Subventionen.