



INSTITUT FÜR ANGEWANDTE
VERBRAUCHERFORSCHUNG e.V.

Befragung deutscher Verbraucher am Grenzübergang Frankfurt (Oder)

Eine Untersuchung im Auftrage der
Verbraucherzentrale Brandenburg

Köln, September 2004

INSTITUT FÜR ANGEWANDTE
VERBRAUCHERFORSCHUNG (IFAV)
Aachener Str. 1089
D- 50858 Köln
Telefon: (02234) 4077-0
Telefax: (02234) 4077-22
www.ifav.de
E-Mail: ifav.mail@ifav.de

Inhalt

1. Einleitung.....	3
2. Methode der Untersuchung.....	3
3. Ergebnisse.....	4
3.1. Woher kommen die Grenzgänger ?.....	4
3.2. Wie hoch sind die Haushalts-Nettoeinkommen der Grenzgänger ?.....	5
3.3. Wie viele Grenzgänger kaufen etwas in Polen ?.....	6
3.4. Wo kaufen deutsche Verbraucher in Polen ?.....	7
3.5. Was kaufen deutsche Verbraucher in Polen ?.....	8
3.6. Wie bezahlen deutsche Verbraucher ihren Einkauf in Polen ?.....	9
3.7. Wie oft kommen deutsche Verbraucher zum Einkauf nach Polen ?.....	10
3.8. Warum kommen deutsche Verbraucher zum Einkauf nach Polen ?.....	11
3.9. Wie beurteilen deutsche Verbraucher die Angebotssituation in Polen ?.....	12
3.10. Welche Dienstleistungen haben deutsche Verbraucher in Polen schon in Anspruch genommen ?.....	14
3.11. Welche Dienstleistungen würden deutsche Verbraucher in Zukunft in Polen nachfragen ?.....	15
3.12. Hatten deutsche Verbraucher schon einmal Probleme beim Einkauf in Polen ?.....	16
3.13. Wünschen deutsche Verbraucher Unterstützung durch eine Beratungsstelle zu Fragen des Einkaufs in Polen ?.....	17
3.14. Was soll eine Beratungsstelle neben der Hilfe bei Reklamationen noch bieten ?	18
4. Zusammenfassung	19
Tabellenanhang	21
Fragebogen	32

1. Einleitung

Nach dem Beitritt Polens zur Europäischen Union ist beim Grenzübertritt an der deutsch-polnischen Grenze weitgehend die selbe Normalität wie an anderen Grenzen zwischen EU-Staaten eingetreten. Auch wenn es hier nach wie vor Kontrollen gibt, so ist die Situation nicht mit den Verhältnissen in den neunziger Jahren zu vergleichen, als man beim Grenzübertritt teilweise lange Wartezeiten in Kauf nehmen musste.

Die unkomplizierte Ein- und Ausreise wird mittlerweile in erheblichem Umfang zum Einkauf im Nachbarland genutzt. Die Tendenz dazu hatte sich schon lange vor dem EU-Beitritt Polens abgezeichnet und war seinerzeit Anlass für die Verbraucherzentrale Brandenburg, zu den speziellen Problemen, die beim Einkauf in Polen auftreten können, beratend und informierend tätig zu werden. Begleitend zu diesen Aktivitäten hatte das IFAV bereits im Jahr 1996 für die Verbraucherzentrale Brandenburg eine Verbraucherbefragung an der Grenze durchgeführt.

Inzwischen haben sich die Anforderungen durch die neuen Rahmenbedingungen weiter entwickelt. Die Besucherströme und der Austausch von Waren und Dienstleistungen wachsen stetig. Die Verbraucherarbeit muss versuchen, auf die Entwicklungen der Märkte und die Nachfrage der Verbraucher mit neuen Angeboten zu reagieren.

2. Methode der Untersuchung

In einer neuen Befragung sollten unter den veränderten Rahmenbedingungen aktuelle Daten zum Einkaufsverhalten deutscher Verbraucher in der Grenzregion gewonnen werden. Zwischen dem 26. und 28. August 2004 wurden 500 Verbraucherinnen und Verbraucher befragt, die aus Polen zurückkehrten.

Die Befragten wurden von Mitarbeitern des IFAV nach dem Zufallsprinzip ausgewählt. 400 Interviews wurden mit aus Polen zurückkehrenden Fußgängern auf der Stadtbrücke in Frankfurt/Oder durchgeführt. Weiterhin wurden 100 Deutsche befragt, die von einer Tankstelle neben dem größten offenen Markt in Słubice mit dem Pkw zurückfuhr. Während im Jahr 1996 überwiegend Autofahrer angesprochen werden konnten, die im Bereich der Stadtbrücke im Stau an der Grenze warten mussten und wegen der ohnehin notwendigen Wartezeit eine hohe Bereitschaft zur Beteiligung an der Befragung aufwiesen, war dieses Verfahren unter den heutigen Bedingungen nicht mehr durchführbar.

Der Fragebogen wurde mit der Verbraucherzentrale Brandenburg abgestimmt. Nach Möglichkeit wurden Fragen aus der 1996er Befragung beibehalten, um die Ergebnisse gegebenenfalls vergleichen zu können. Allerdings muss hierbei berücksichtigt werden, dass bei einigen Fragestellungen die unterschiedlichen Stichprobenstrukturen (1996 überwiegend Autofahrer / 2004 überwiegend Fußgänger) Einfluss auf die Ergebnisse haben können.

Die ausführlichen Ergebnisse sind im Tabellenteil zusammengestellt. Über die wichtigsten Punkte wird nachfolgend verbal und grafisch berichtet.

3. Ergebnisse

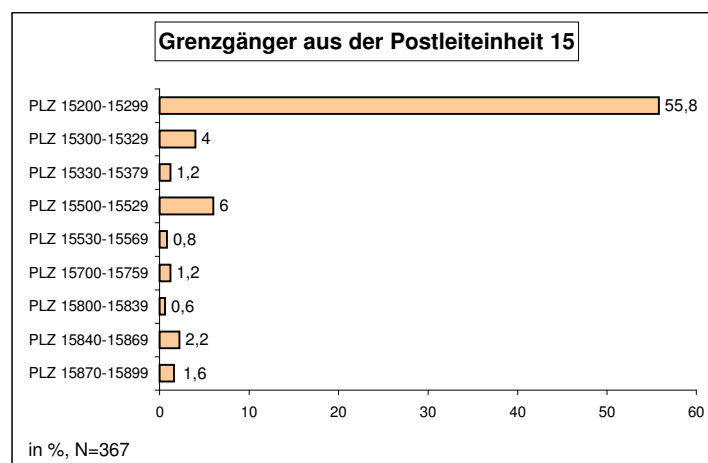
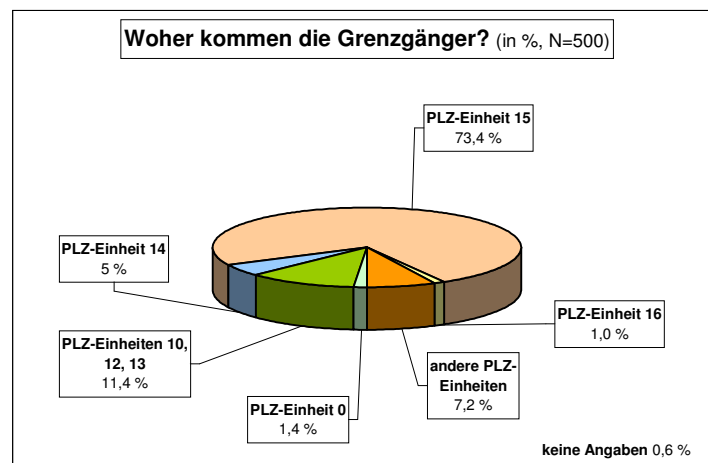
3.1. Woher kommen die Grenzgänger ?

Fast drei Viertel der Befragten (73,4 %) wohnen im Postleitzahlbereich 15. Wenn man diesen Bereich näher untergliedert, sieht man, dass 55,8 % der kontaktierten Verbraucherinnen und Verbraucher aus der Stadt Frankfurt/Oder und ihrer unmittelbaren Umgebung kommen.

Von etwas größerer Bedeutung sind ferner die Einwohner aus Berlin mit einem Anteil von 11,4 % innerhalb dieser Stichprobe.

Die übrigen Postleitzahlbereiche sind nur mit jeweils geringen Anteilen vertreten. Allerdings fällt trotzdem auf, dass in Frankfurt/Oder Besucher aus ganz Deutschland anzutreffen sind, wenn auch nur in sehr geringer Zahl.

Offensichtlich hat der innerstädtische Grenzübergang vor allem für den "kleinen Grenzverkehr" sowie für den regionalen Ost-West-Verkehr größere Bedeutung. Schon aus den nördlich und südlich angrenzenden Postleitzahlbereichen 16 (im Norden) und 03 (im Süden) sind nur wenige Besucher vorhanden. Wahrscheinlich nutzen die meisten Bewohner dort für Fahrten nach Polen andere Grenzübergänge. Die mittlerweile verbesserten Verkehrswege sorgen anscheinend für eine breitere Streuung der Verkehrsströme.

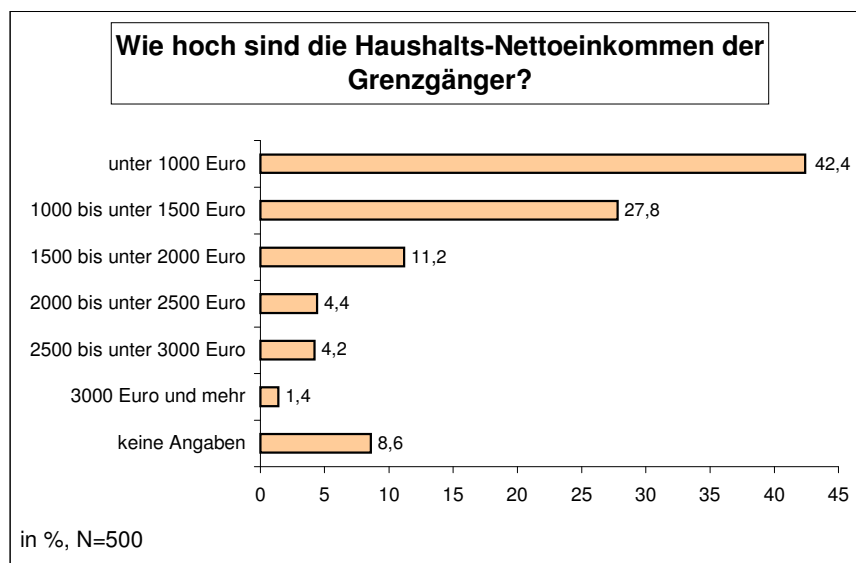


3.2. Wie hoch sind die Haushalts-Nettoeinkommen der Grenzgänger ?

Fragen nach dem Haushalts-Nettoeinkommen sind immer problematisch. Der Anteil derjenigen, die darüber keine Auskunft geben wollten, liegt bei dieser Befragung zwar mit 8,6 % nicht einmal übermäßig hoch, aber dennoch ist der Wahrheitsgehalt der Antworten auf die entsprechende Frage schwierig einzuschätzen.

Der weitaus größte Teil der Befragten (42,4 %) ordnete sich der geringsten Einkommenskategorie (unter 1000 Euro) zu. Weitere 27,8 % gaben an, über monatlich 1000 bis unter 1500 Euro zu verfügen. Die höheren Einkommenskategorien waren nur gering vertreten.

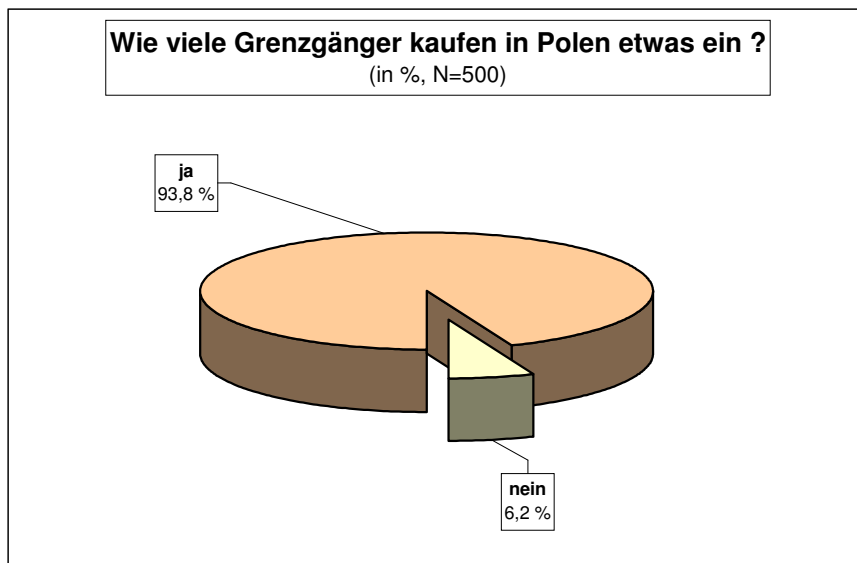
In diesem Zusammenhang ist die Altersstruktur der Befragten zu beachten. Etwa zwei Drittel der Kontaktpersonen gehören Altersklassen über 40 an: 19,2 % sind 41 bis 50 Jahre, ebenfalls 19,2 % sind 51 bis 60 Jahre, 28,8 % sind über 60. Es ist daher zu vermuten, dass viele Rentner und Arbeitslose in der Stichprobe vertreten sind, zumal dieser Personenkreis wahrscheinlich mehr Zeit als die Berufstätigen für Besuche in Polen aufbringen kann. Damit korrespondiert auch, dass drei Viertel der Befragten angeben, in Ein- oder Zwei-Personen-Haushalten zu leben.



3.3. Wie viele Grenzgänger kaufen etwas in Polen ?

Mit 93,8 % liegt der Anteil derjenigen, die den Besuch in Polen für irgendwelche Besorgungen genutzt haben, noch höher als bei der Befragung des Jahres 1996, als dies für 92,1 % der Befragten zutraf.

Alle Befragten mit drei und mehr Personen im Haushalt haben den Besuch in Polen für Einkäufe genutzt. Die vereinzelt Äußerungen, man habe heute nichts gekauft, beschränken sich also auf wenige Personen aus Ein- oder Zwei-Personen-Haushalten.

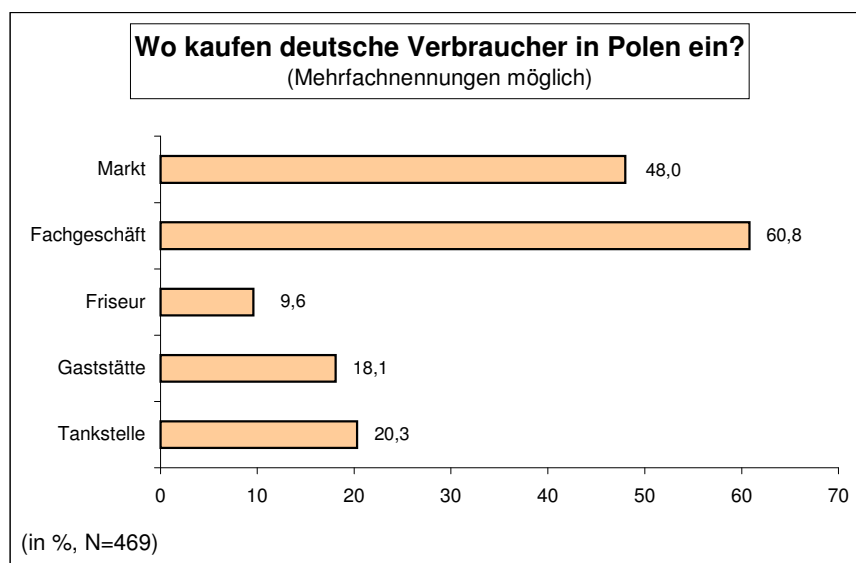


3.4. Wo kaufen deutsche Verbraucher in Polen ?

Bei der Frage nach der Einkaufsstätte hat sich gegenüber der Befragung des Jahres 1996 eine gravierende Änderung ergeben. Damals hatten 74,0 % der Käufer in Polen auf einem Markt eingekauft und nur 32,4 % in einem Fachgeschäft. Heute sind es nur noch 48,0 % auf dem Markt, der damit zwar immer noch eine erhebliche Bedeutung als Einkaufsstätte aber auch eine abnehmende Tendenz aufweist. Dagegen hat sich der Anteil derjenigen, die in einem Fachgeschäft gekauft haben mit 60,8 % gegenüber 1996 nahezu verdoppelt.

Aus diesen Zahlen werden die veränderten Angebotsstrukturen in Polen erkennbar. Fachgeschäfte sind zahlreicher, vielfältiger und wichtiger geworden. Möglicherweise treten auch einige Anbieter, die früher offene Marktstände unterhielten, jetzt mit kleinen stationären Einzelhandelsgeschäften in Erscheinung.

Andere Einkaufsorte, die explizit erfragt wurden, haben ebenfalls eine gewisse Bedeutung. Bemerkenswert ist, dass heute 9,6 % der Rückkehrer an der Grenze angaben, in Polen beim Friseur gewesen zu sein. 1996 waren es nur 2,1 %. Für die ebenfalls für Besucher aus Deutschland wichtigen Gaststätten (18,1 %) und Tankstellen (20,3 %) liegen keine Vergleichswerte aus der früheren Befragung vor. Die exakte Größenordnung, die sich für die Antwort "Tankstelle" ergibt, ist wegen der nur geringen Einbeziehung von Autofahrern nicht aussagekräftig.



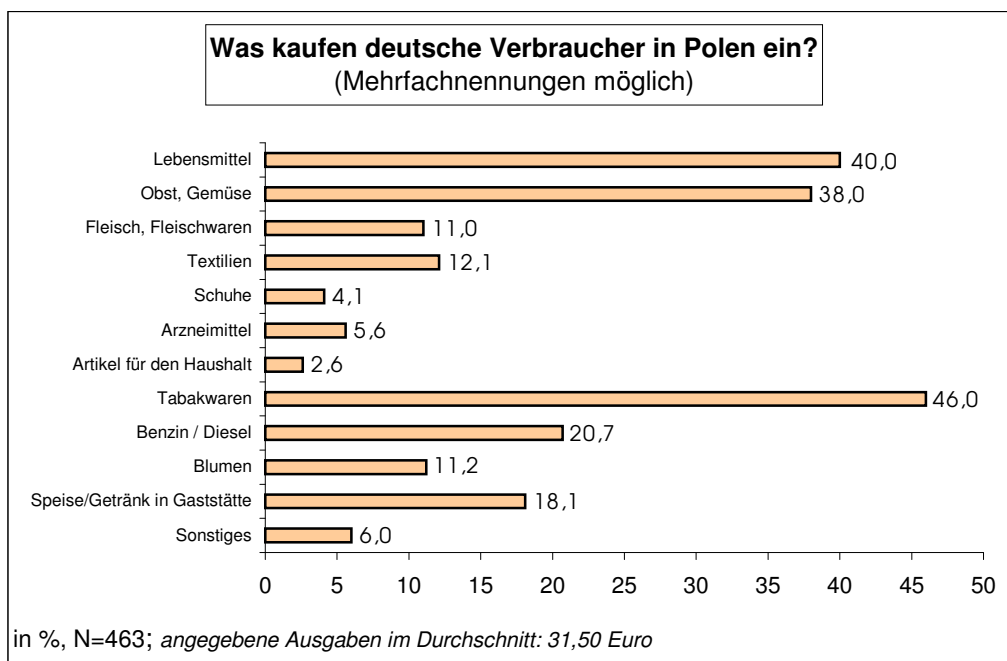
3.5. Was kaufen deutsche Verbraucher in Polen ?

Die größte Bedeutung für deutsche Verbraucher hat nach wie vor der Kauf von Nahrungs- und Genussmitteln. 46,0 % haben am Befragungstag angegeben, Tabakwaren in Polen gekauft zu haben. Die Werte für Lebensmittel (40,0 %) und Obst und Gemüse (38,0 %) liegen nur geringfügig darunter.

Wichtig ist daneben auch das Tanken, das allerdings im Rahmen dieser Befragung, die sich hauptsächlich an Fußgänger wandte, in seiner tatsächlichen quantitativen Bedeutung nicht erfasst werden konnte. Es gibt aber offensichtlich viele Deutsche, die nur zum Tanken und eventuell noch zum Zigarettenkauf nach Polen kommen.

Die Palette der weiteren Dinge, die genannt wurden, ist äußerst vielfältig und zeigt, dass viele andere Artikel ebenfalls bedeutsam sind, auch wenn sie nicht die hohen Anteile erreichen. Die Ergebnisse zeigen aber ein höheres Maß an Differenzierung gegenüber der älteren Befragung. Es gibt neben den traditionell nachgefragten Produkten wie Tabakwaren, Kraftstoff und frischen Lebensmitteln immer mehr weitere Produkte, die zumindest von einigen deutschen Verbrauchern gekauft werden.

Die Ausgabenhöhe der Käufe am Befragungstag schwankt zwischen 1 und 500 Euro. Im Durchschnitt gab jeder, der in Polen gekauft hat, 31,50 Euro dort aus.

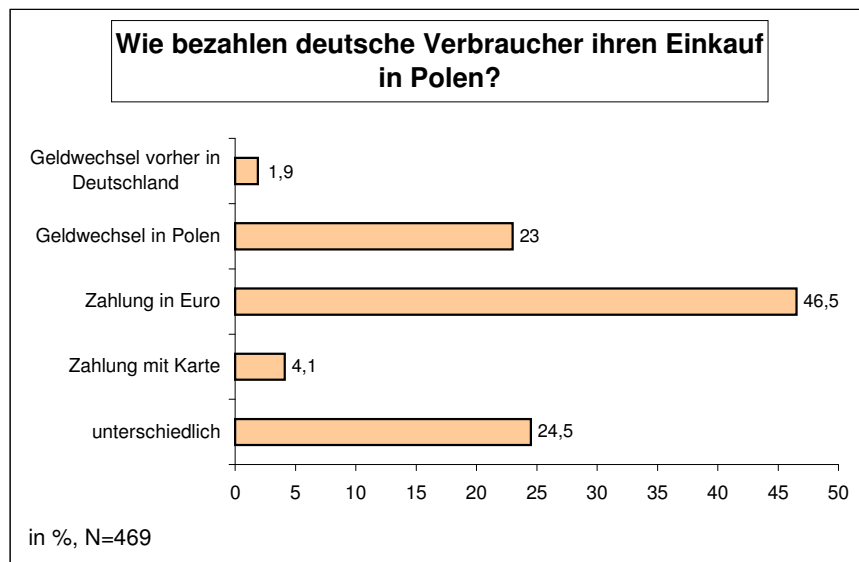


3.6. Wie bezahlen deutsche Verbraucher ihren Einkauf in Polen ?

Auch die Art des Bezahlens in Polen ist im Vergleich zu früher durch größere Vielfalt gekennzeichnet. 24,5 % der Befragten handhaben Fragen des Geldwechsels und des Bezahleins individuell unterschiedlich je nach Einkaufsstätte. 1996 war dies nur bei 1,8 % der befragten Personen der Fall.

Während 1996 63,9 % der Deutschen in Polen in deutscher Währung (damals DM) zahlten, begleichen heute nur 46,5 % den Rechnungsbetrag in Euro. Weitere 23,0 % wechseln vor dem Einkauf in einer Bank oder Wechselstube in Polen. 1996 waren es 33,9 %.

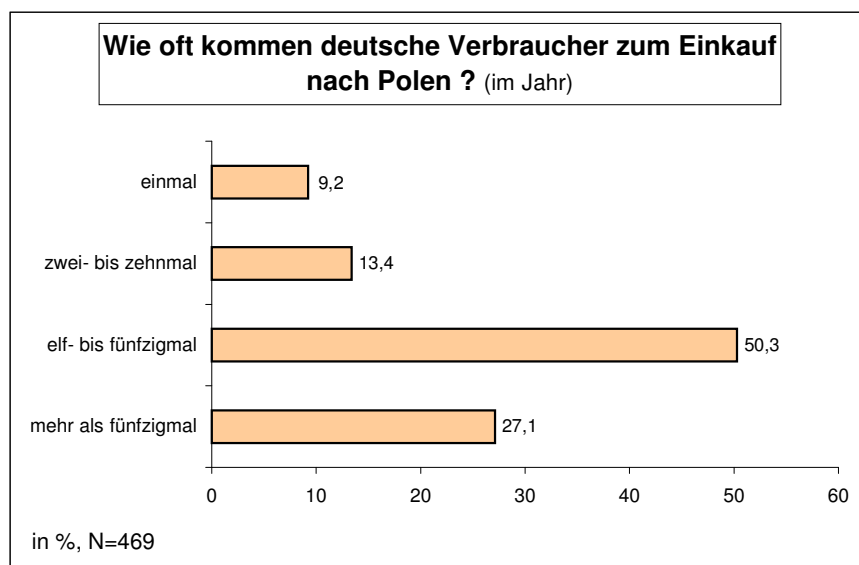
Der hohe Anteil derjenigen, die die Zahlung unterschiedlich handhaben, dürfte ein Indiz für die gewachsene Flexibilität beim Einkauf im Ausland sein. Die Verbraucher handhaben die verschiedenen Währungen zunehmend nicht nach einem einheitlichen Schema sondern so, wie es ihnen im jeweiligen Fall günstig erscheint.



3.7. Wie oft kommen deutsche Verbraucher zum Einkauf nach Polen ?

Die Einkaufstätigkeit Deutscher in Polen hat, wie nicht anders zu erwarten war, deutlich zugenommen. Bei der jetzigen Befragung haben 77,4 % der Interviewpartner gesagt, dass sie mehr als zehnmal im Jahr zum Einkauf nach Polen kommen. Der entsprechende Wert für 1996 lautete 48,7 %.

Mehr als ein Viertel der Befragten (27,1 %) kauft nahezu jede Woche in Polen ein. Diese Zahlen verdeutlichen, welche immense Bedeutung der Einkaufstourismus mittlerweile erlangt hat. Nachdem der Grenzübertritt kein Problem mehr ist und hierfür keine längeren Wartezeiten einkalkuliert werden müssen, wird immer häufiger von der Möglichkeit des Einkaufs im Nachbarland Gebrauch gemacht.

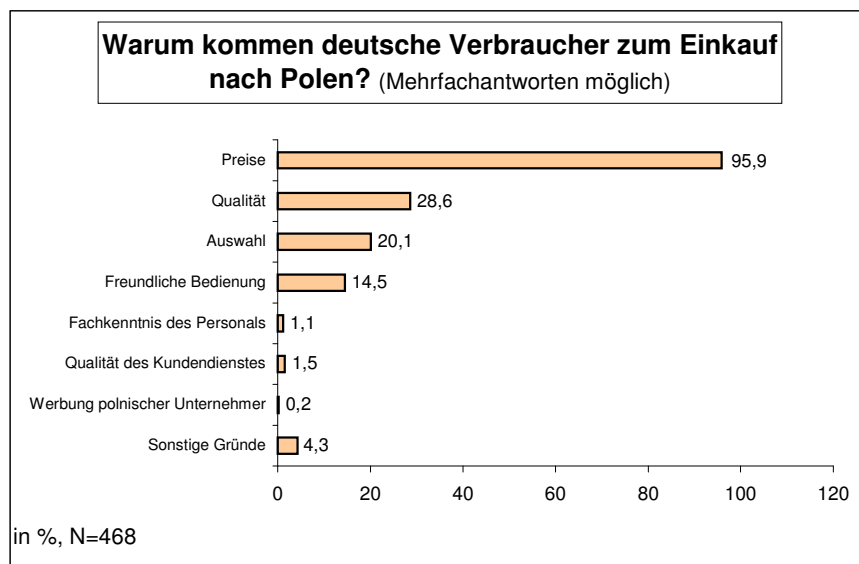


3.8. Warum kommen deutsche Verbraucher zum Einkauf nach Polen ?

Das dominierende Motiv für den Einkauf in Polen ist nach wie vor der günstige Preis. Schon 1996 nannten 91,4 % der Befragten den Preis als wichtigsten Einkaufsgrund. Bei der aktuellen Befragung liegt dieser Anteil sogar bei 95,9 %.

Zu beachten ist aber auch der Zuwachs der Nennungen bei dem Kriterium Qualität. Hier hat sich der Anteil der Antworten gegenüber 1996 von damals 14,9 % auf jetzt 28,6 % nahezu verdoppelt.

Ferner sind auch die Gründe "Auswahl" und "Freundliche Bedienung" in ihrer Bedeutung leicht gestiegen. Insgesamt hat also die positive Einschätzung der Vorteile eines Einkaufs in Polen noch zugenommen.



3.9. Wie beurteilen deutsche Verbraucher die Angebotssituation in Polen ?

Auch aus einigen weiteren Fragen wird die meist positive Einschätzung der Angebotssituation in Polen recht deutlich. Die Befragten sollten auf einer Skala von 1 bis 6 angeben, wie sie einen bestimmten Aspekt des Angebotes in Polen im Vergleich zur Situation in Deutschland beurteilen. Dabei bedeutet 1 "sehr viel besser als in Deutschland" und 6 "sehr viel schlechter als in Deutschland".

Natürlich gab es je nach den individuellen Erfahrungen, die der einzelne Verbraucher eventuell gemacht hat, teilweise ziemlich unterschiedliche Einschätzungen bezüglich einzelner Aspekte. Die ausführlichen Tabellen geben hierüber nähere Auskunft. Ein recht zuverlässiger Indikator für die Gesamteinschätzung zu einem Aspekt ist der Mittelwert, der sich aus den Einzelbeurteilungen von 1 bis 6 für den jeweiligen Einzelaspekt ergibt.

Besonders positiv werden, wie nicht anders zu erwarten war, mit einem Mittelwert von 1,7 (zum Vergleich 1996: 1,9) die "Preise der Produkte" eingeschätzt. Das heißt die Befragten tendieren klar zu der Einschätzung, dass die Preise der Produkte in Polen besser oder sogar sehr viel besser seien als in Deutschland.

Die Einschätzung der "Preise für Dienstleistungen" ist mit 2,2 im Vergleich zu 1996 konstant geblieben.

Auch die "Auswahl bzw. Reichhaltigkeit des Angebotes" wird mit 3,1 genau so bewertet wie 1996. Im allgemeinen werden hierbei keine wesentlichen Unterschiede gegenüber dem Angebot in Deutschland gesehen.

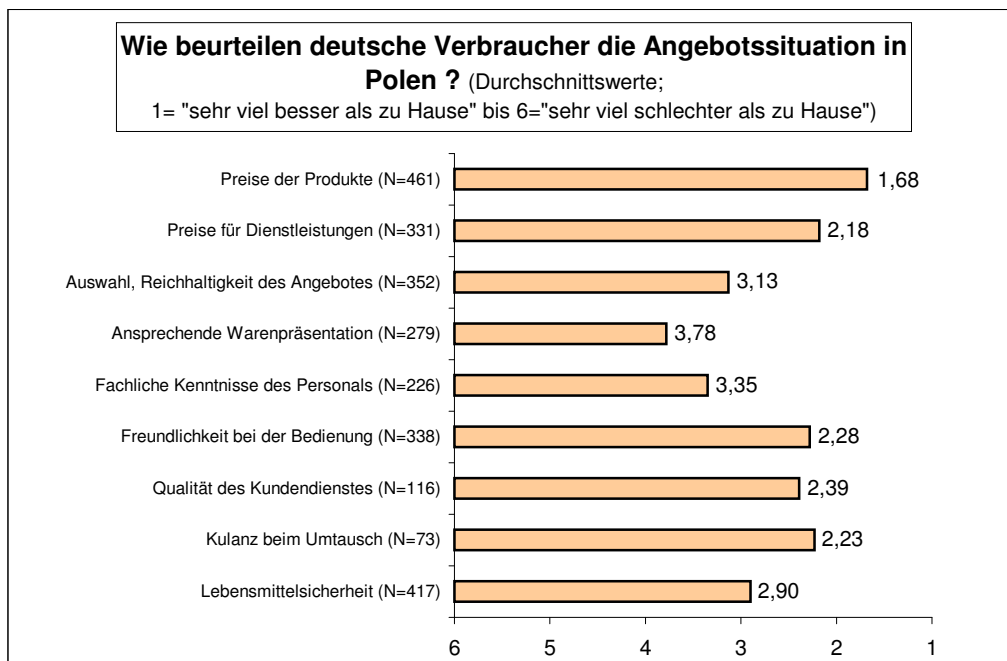
Der Aspekt "ansprechende Warenpräsentation" wird mit einem Durchschnittswert von 3,8 (1996: 3,7) eher im negativen Bereich angesiedelt und noch etwas kritischer gesehen als bei der früheren Befragung.

Die "fachlichen Kenntnisse des Personals" werden mit 3,4 ebenfalls im Mittelmaß gesehen, aber besser als 1996, als sich hierfür nur ein Mittelwert von 3,6 ergab.

Die Freundlichkeit der Bedienung in Polen wird mit 2,3 etwas besser als in Deutschland eingeschätzt. Sie ist gegenüber 1996 (2,2) nahezu unverändert.

Eine deutliche Steigerung wird bei der "Qualität des Kundendienstes" registriert. Der Mittelwert der 1996 Befragung (2,9) wurde jetzt mit 2,4 klar übertroffen.

Eine weitere deutliche Verbesserung wird bei der Einschätzung der "Kulanz beim Umtausch" festgestellt. Heute ergibt sich ein Mittelwert von 2,2. 1996 waren es noch 2,7.



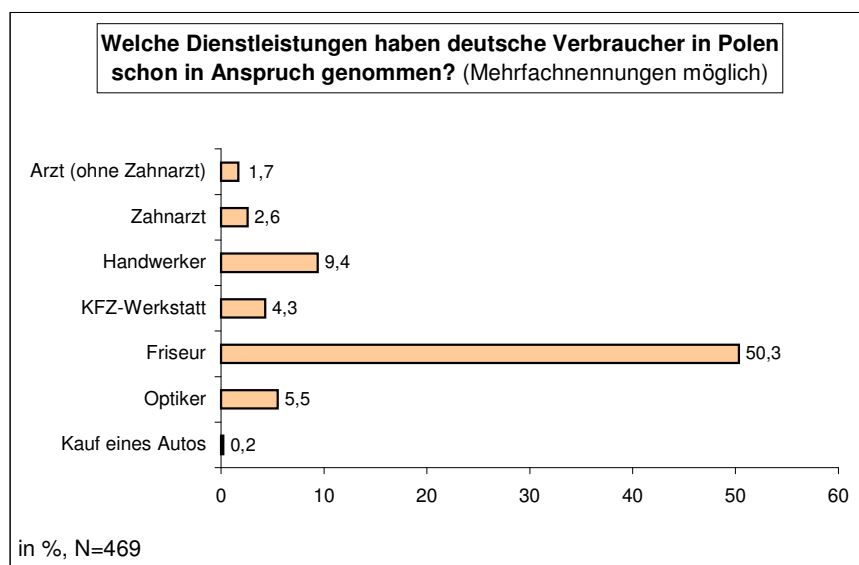
Einschränkend ist zu diesen Berechnungen darauf hinzuweisen, dass viele Interviewpartner mangels eigener Erfahrung zu einzelnen Punkten keine Beurteilungen abgeben wollten.

Eine zusätzliche Frage, die 1996 nicht gestellt wurde, betraf die Einschätzung bezüglich der Lebensmittelsicherheit in Polen im Vergleich zu der in Deutschland. Insgesamt tendieren die Verbraucherinnen und Verbraucher dazu, der Lebensmittelproduktion in Polen etwas mehr Vertrauen zu schenken als der in Deutschland. Der Mittelwert beträgt 2,9. Einzelne Äußerungen zeigten jedoch, dass diese scheinbar positive Einschätzung vor allem durch die erhebliche Skepsis gegenüber der deutschen Lebensmittelsicherheit hervorgerufen wird. Viele glauben, dass in Polen weniger Chemie eingesetzt wird und dass die Kontrollen strenger seien als in Deutschland. Es gibt aber auch völlig konträre Meinungsäußerungen.

3.10. Welche Dienstleistungen haben deutsche Verbraucher in Polen schon in Anspruch genommen ?

Schon bei der Frage nach der aktuellen Besorgung in Polen wurde relativ häufig ein Friseurbesuch erwähnt. Auf die Frage, welche Dienstleistung schon einmal in Polen in Anspruch genommen wurde, nannten sogar 50,3 % einen Besuch beim Friseur. Andere Dienstleistungen, nach denen gefragt wurde, haben nur relativ geringe Bedeutung. Immerhin hatten aber schon 9,4 % mit einem polnischen Handwerker Kontakt.

Vergleichswerte aus der früheren Befragung liegen nicht vor, da diese Frage damals nicht gestellt wurde.



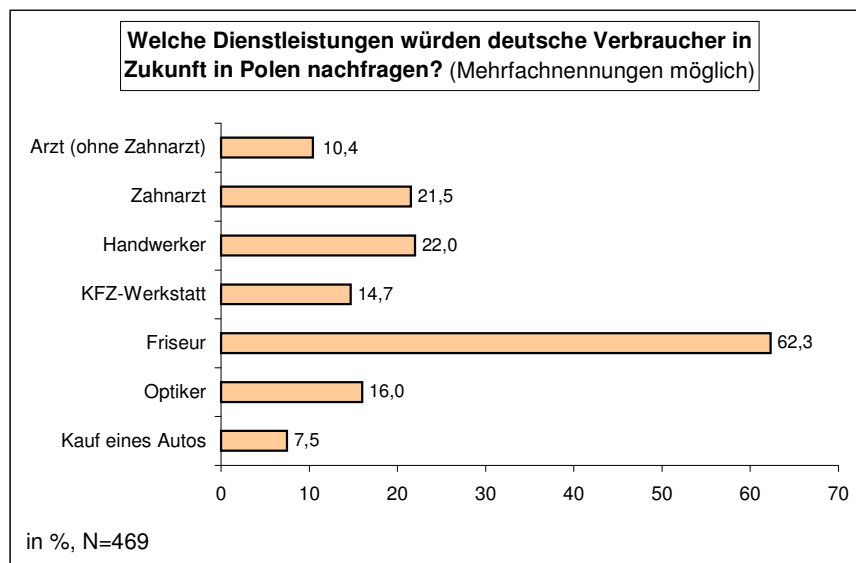
3.11. Welche Dienstleistungen würden deutsche Verbraucher in Zukunft in Polen nachfragen ?

Auch die folgende Frage wurde in den Fragenkatalog der aktuellen Untersuchung neu aufgenommen.

Die Antworten zeigen eine hohe prinzipielle Bereitschaft der deutschen Verbraucherinnen und Verbraucher, Dienstleistungen in Polen nachzufragen. Unproblematisch scheint in jedem Falle aus der Sicht der Mehrheit ein Friseurbesuch in Polen. 62,3 % würden dies in Zukunft tun.

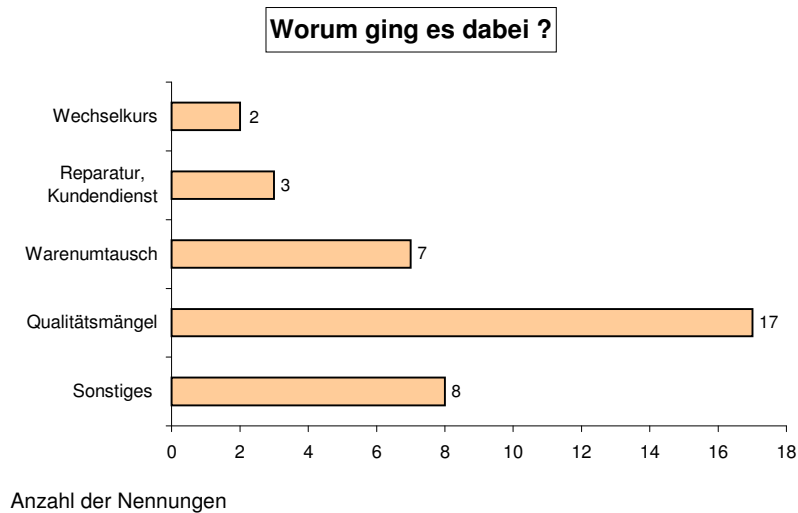
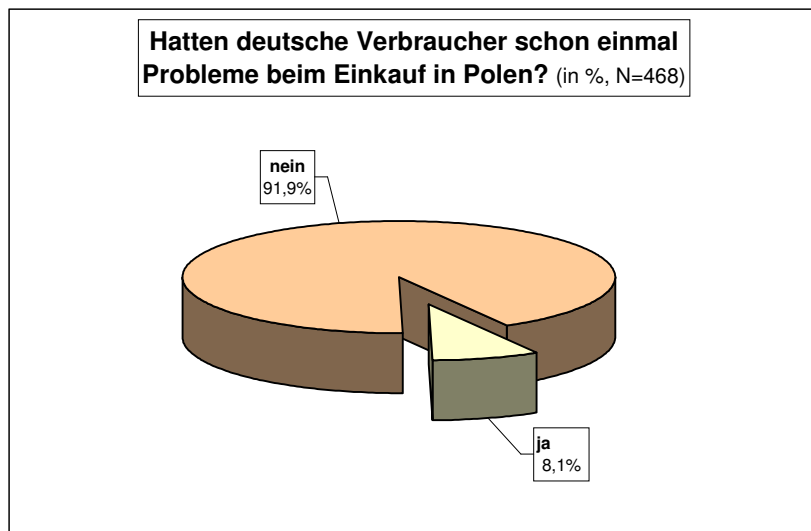
Andere Leistungen sind zwar nur für Minderheiten interessant, die Größenordnungen sind aber trotzdem beachtlich. 22,0 % der Befragten würden einen polnischen Handwerker beauftragen und 21,5 % würden in Polen zum Zahnarzt gehen, wobei hierzu oft auf die erheblichen Kosten in Deutschland hingewiesen wurde. Auch Optiker (16,0 %), KFZ-Werkstätten (14,7 %) und Ärzte (10,4 %) in Polen wären für viele Deutsche akzeptabel.

Dagegen besteht bezüglich eines Autokaufs in Polen eine erhebliche Skepsis. Nur für 7,5 % wäre das eine interessante Alternative zum Kauf in Deutschland. Aus den meisten Reaktionen war ein erhebliches Unbehagen spürbar.



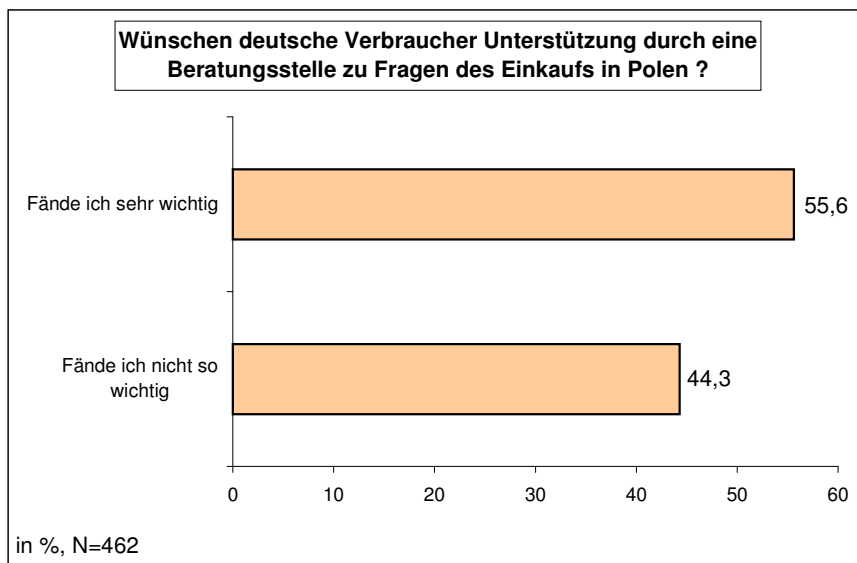
3.12. Hatten deutsche Verbraucher schon einmal Probleme beim Einkauf in Polen ?

Nur ein geringer Anteil (8,1 %) von Verbrauchern hatte schon einmal Ärger mit Einkäufen oder Dienstleistungen in Polen. Der Vergleichswert für 1996 betrug 10,6 %. Am häufigsten traten Probleme aufgrund von Qualitätsmängeln auf.



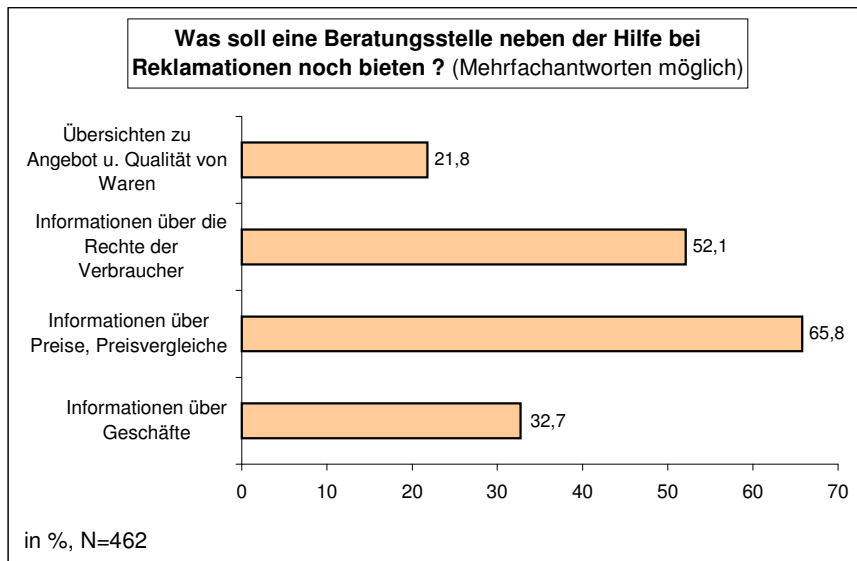
3.13. Wünschen deutsche Verbraucher Unterstützung durch eine Beratungsstelle zu Fragen des Einkaufs in Polen ?

Nur 8,1 % der befragten Käufer haben sich über ihre Rechte beim Kauf in Polen oder bezüglich einer dort in Anspruch genommenen Dienstleistung informiert. Es besteht demnach ein erhebliches Informationsdefizit. Daher überrascht es nicht, dass eine deutliche Mehrheit der Verbraucherinnen und Verbraucher eine Beratungsstelle zu grenzüberschreitenden Fragen sehr begrüßen würde. 55,6 % würden sich die Unterstützung durch eine solche Beratungsstelle wünschen. 1996 lag der entsprechende Wert nur bei 42,2 %.



3.14. Was soll eine Beratungsstelle neben der Hilfe bei Reklamationen noch bieten ?

Auf die Frage, welche Informationen eine Beratungsstelle neben der Hilfe bei Reklamationen vor allem bieten sollte, nannten 65,8 % die Information über Preise bzw. die Bereitstellung von Preisvergleichen. Große Bedeutung hat ferner die Information über die Rechte der Verbraucher. Diesen Aspekt nannten 52,1 %.



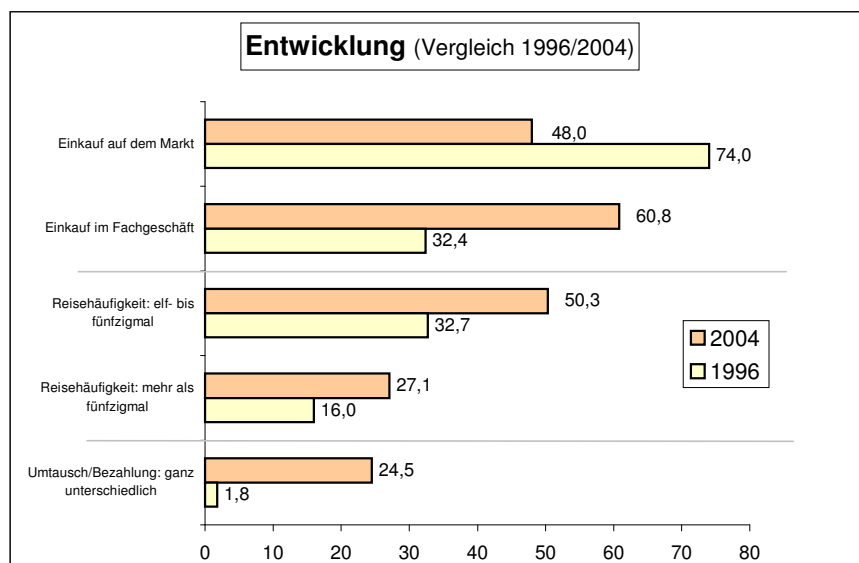
4. Zusammenfassung

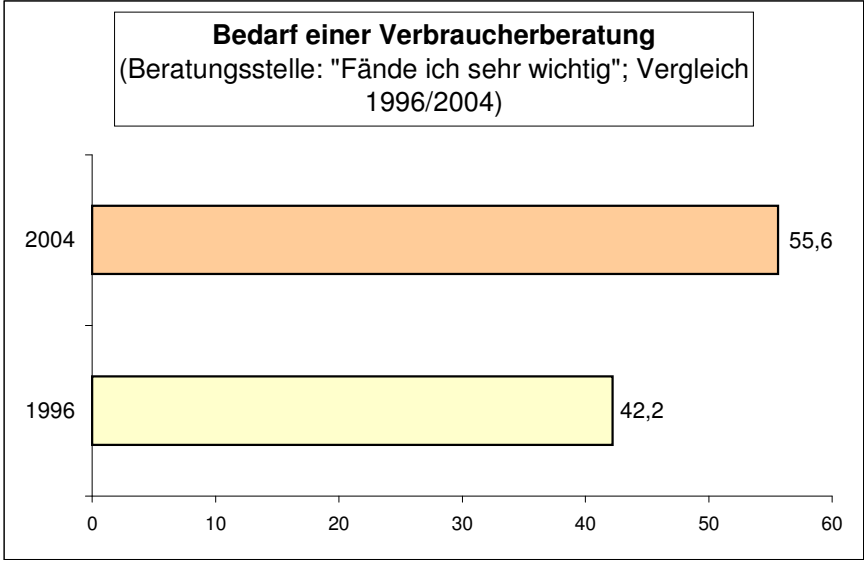
Die Befragungsergebnisse zeigen recht deutlich, welche Dynamik sich an der deutsch-polnischen Grenze entwickelt hat. Der EU-Beitritt Polens hat die ohnehin schon rasanten Fortschritte weiter beschleunigt.

Das Einkaufsverhalten der deutschen Verbraucher hat sich im Vergleich zu früher stark gewandelt. Waren es früher hauptsächlich die offenen Märkte, die ihren Reiz auf die Besucher aus Deutschland ausübten, so ist es heute noch mehr die Vielfalt der Geschäftslandschaft in Polen. Auch das Dienstleistungsangebot wird zunehmend interessant.

Zum Dienstleistungsangebot enthielt die aktuelle Befragung einige Aspekte, die in der Untersuchung aus dem Jahre 1996 noch nicht enthalten waren. Es stellte sich heraus, dass viele Deutsche den entsprechenden Angeboten in Polen offen und interessiert gegenüberstehen.

Besonders aufschlussreich ist daneben der Vergleich der aktuellen Befragungsergebnisse mit der früheren Untersuchung. Die nachfolgend dargestellten speziellen Einzelergebnisse lassen hinsichtlich der Vielfalt der besuchten Einkaufsorte, der Einkaufshäufigkeit und hinsichtlich des Umgangs mit den unterschiedlichen Währungen viel mehr Flexibilität als in früheren Jahren erkennen. Folgerichtig zeigt der Vergleich auch eine gegenüber früher verstärkte Nachfrage nach Information durch eine Verbraucherberatungsstelle.





Tabellenanhang

Befragung deutscher Verbraucher, die aus Polen zurückkehren,
am Grenzübergang Frankfurt (Oder)

Frage 1: Haben Sie bei Ihrem heutigen Besuch in Polen etwas eingekauft ... ?

	Anzahl	%
ja	469	93,8
nein	31	6,2
Summe	500	100

Frage 2: Wo haben Sie den Kauf getätigt ... ?
(Mehrfachnennungen möglich)

	Anzahl	%
Markt	225	48,0
Fachgeschäft	285	60,8
Friseur	45	9,6
Arzt	0	0,0
Gaststätte	85	18,1
Tankstelle	95	20,3
anderswo	0	0,0

Summe der gültigen Fälle 469
Summe der fehlenden Fälle ("keine Angaben") 0

Frage 3: Wieviel Euro (Zloty) haben Sie heute dafür ausgegeben ?
Angaben in PLN wurden in Euro umgerechnet

	Anzahl	%
bis 10 Euro	168	36,1
11 bis 25 Euro	142	30,5
26 bis 50 Euro	81	17,4
51 bis 100 Euro	52	11,2
101 bis 250 Euro	19	4,1
mehr als 250 Euro	3	0,6
Summe	465	100

Mittlerer Wert	31,50	Euro
Niedrigster Wert	1	Euro
Höchster Wert	500	Euro
Summe der Nennungen	465	

Frage 4: Was haben Sie heute eingekauft ?
(Mehrfachnennungen möglich)

	Anzahl der Nennungen	% der Nennungen
Lebensmittel	185	40
Obst, Gemüse	176	38
Fleisch, Fleischwaren	51	11
Bio-Lebensmittel	1	0,2
Textilien	56	12,1
Schuhe	19	4,1
Sportartikel	3	0,6
Arzneimittel	26	5,6
CD's, Platten, Kassetten	1	0,2
Video-Kassetten, DVD's	3	0,6
Computer/Computer-Zubehör	0	0
Artikel für den Haushalt	12	2,6
Autozubehör	2	4
Glas, Keramik	4	0,9
Korbwaren	0	0
Kinderbedarfsartikel	1	0,2
Tabakwaren	213	46
Benzin / Diesel	96	20,7
Blumen	52	11,2
Speise/Getränk in Gaststätte	84	18,1
Sonstiges	13	2,8

Summe der gültigen Fälle 463
Summe der fehlenden Fälle ("keine Angaben") 6

Frage 5: Wie häufig im Jahr nutzen Sie die Möglichkeiten in Polen für solche Besorgungen ?

	Anzahl	%
einmal	43	9,2
zwei- bis zehnmal	63	13,4
elf- bis fünfzigmal	236	50,3
mehr als fünfzigmal	127	27,1
Summe	469	100

Mittlerer Wert	45,27	... mal im Jahr
Niedrigster Wert	1	... mal im Jahr
Höchster Wert	365	... mal im Jahr
Summe der Nennungen	469	

Frage 6: Welche sind für Sie die wichtigsten Gründe für den Einkauf in Polen ?
(Mehrfachnennungen möglich)

	Anzahl	%
Preise	449	95,9
Qualität	134	28,6
Auswahl	94	20,1
Freundliche Bedienung	68	14,5
Fachkenntnis des Personals	5	1,1
Qualität des Kundendienstes	7	1,5
interessante Werbung polnischer Unternehmer	1	0,2
Sonstige Gründe	20	4,3

Summe der gültigen Fälle 468
Summe der fehlenden Fälle ("keine Angaben") 1

Frage 7: Wie würden Sie die Angebote bzw. die Angebotssituation in Polen im Vergleich zu den heimischen beurteilen ?
(Sie können Noten von 1 bis 6 vergeben. Dabei bedeutet 1 "sehr viel besser als zu Hause" und 6 "sehr viel schlechter als zu Hause"):

Preise der Produkte	Anzahl	%
sehr viel besser als zu Hause	186	40,3
viel besser als zu Hause	241	52,3
etwas besser als zu Hause	31	6,7
etwas schlechter als zu Hause	2	0,4
viel schlechter als zu Hause	1	0,2
sehr viel schlechter als zu Hause	0	0
Summe	461	100
Durchschnitt	1,68	

Preise für Dienstleistungen	Anzahl	%
sehr viel besser als zu Hause	72	21,8
viel besser als zu Hause	157	47,4
etwas besser als zu Hause	81	24,5
etwas schlechter als zu Hause	14	4,2
viel schlechter als zu Hause	6	1,8
sehr viel schlechter als zu Hause	1	0,3
Summe	331	100
Durchschnitt	2,18	

Auswahl, Reichhaltigkeit des Angebotes	Anzahl	%
sehr viel besser als zu Hause	11	3,1
viel besser als zu Hause	121	34,4
etwas besser als zu Hause	94	26,7
etwas schlechter als zu Hause	76	21,6
viel schlechter als zu Hause	39	11,1
sehr viel schlechter als zu Hause	11	3,1
Summe	352	100
Durchschnitt	3,13	

Ansprechende Warenpräsentation	Anzahl	%
sehr viel besser als zu Hause	5	1,8
viel besser als zu Hause	47	16,8
etwas besser als zu Hause	64	22,9
etwas schlechter als zu Hause	80	28,7
viel schlechter als zu Hause	53	19
sehr viel schlechter als zu Hause	30	10,8
Summe	279	100
Durchschnitt	3,78	

Fachliche Kenntnisse des Personals	Anzahl	%
sehr viel besser als zu Hause	2	0,9
viel besser als zu Hause	59	26,1
etwas besser als zu Hause	80	35,4
etwas schlechter als zu Hause	48	21,2
viel schlechter als zu Hause	18	8
sehr viel schlechter als zu Hause	19	8,4
Summe	226	100
Durchschnitt	3,35	

Freundlichkeit bei der Bedienung	Anzahl	%
sehr viel besser als zu Hause	51	15,1
viel besser als zu Hause	201	59,5
etwas besser als zu Hause	47	13,9
etwas schlechter als zu Hause	27	8
viel schlechter als zu Hause	4	1,2
sehr viel schlechter als zu Hause	8	2,4
Summe	338	100
Durchschnitt	2,28	

Qualität des Kundendienstes	Anzahl	%
sehr viel besser als zu Hause	13	11,2
viel besser als zu Hause	69	59,5
etwas besser als zu Hause	18	15,5
etwas schlechter als zu Hause	11	9,5
viel schlechter als zu Hause	2	1,7
sehr viel schlechter als zu Hause	3	2,6
Summe	116	100
Durchschnitt	2,39	

Kulanz beim Umtausch	Anzahl	%
sehr viel besser als zu Hause	20	27,4
viel besser als zu Hause	32	43,8
etwas besser als zu Hause	12	16,4
etwas schlechter als zu Hause	4	5,5
viel schlechter als zu Hause	3	4,1
sehr viel schlechter als zu Hause	2	2,7
Summe	73	100
Durchschnitt	2,23	

Frage 8: Wie groß ist Ihr Vertrauen in die Lebensmittelsicherheit der Erzeugnisse aus Polen im Vergleich zu Erzeugnissen aus Deutschland ?
(Sie können Noten von 1 bis 6 vergeben. Dabei bedeutet 1 "sehr viel mehr Vertrauen in Erzeugnisse aus Polen" und 6 "sehr viel weniger Vertrauen"):

	Anzahl	%
sehr viel mehr Vertrauen ...	51	12,2
viel mehr Vertrauen ...	138	33,1
etwas mehr Vertrauen ...	95	22,8
etwas weniger Vertrauen ...	81	19,4
viel weniger Vertrauen ...	40	9,6
sehr viel weniger Vertrauen ...	12	2,9
Summe	417	100
Durchschnitt	2,9	

Frage 9: Unabhängig von Ihrem heutigen Besuch in Polen: Bitte sagen Sie, ob Sie die folgenden Leistungen schon einmal in Polen in Anspruch genommen haben:
(Mehrfachnennungen möglich)

	Anzahl	%	N
Arzt (ohne Zahnarzt)	8	1,7	469
Zahnarzt	12	2,6	
Handwerker	44	9,4	
KFZ-Werkstatt	20	4,3	
Friseur	236	50,3	
Optiker	26	5,5	
Kauf eines Autos	1	0,2	

Frage 10: Welche der folgenden Leistungen würden Sie in Polen künftig in Anspruch nehmen ?
(Mehrfachnennungen möglich)

	Anzahl	%	N
Arzt (ohne Zahnarzt)	49	10,4	469
Zahnarzt	101	21,5	
Handwerker	103	22	
KFZ-Werkstatt	69	14,7	
Friseur	292	62,3	
Optiker	75	16	
Kauf eines Autos	35	7,5	

Frage 11: Haben Sie persönlich schon einmal Ärger mit Ihren Einkäufen oder Dienstleistungen in Polen gehabt ?

	Anzahl	%
ja	38	8,1
nein	430	91,9
Summe	468	100

Frage 12: Falls ja: Worum ging es dabei ?
(Mehrfachnennungen möglich)

	Anzahl	%
Wechselkurs	2	5,4
Reparatur, Kundendienst	3	8,1
Warenumtausch	7	18,9
Qualitätsmängel	17	45,9
Gewährleistungsansprüche	0	0
Garantieleistungen	0	0
Sonstiges	8	21,6

Liste

Summe der gültigen Fälle 463
Summe der fehlenden Fälle ("keine Angaben") 6

Frage 13: Haben Sie sich bei den aufgetretenen Problemen durchsetzen können oder ist Ihnen das nicht gelungen ?

	Anzahl	%
Ich konnte mich durchsetzen	18	47,4
Es ist mir nicht gelungen	20	52,6
Summe	38	100

Frage 14: Haben Sie sich darüber informiert, wie Ihre Rechte bei einem Kauf oder der Inanspruchnahme einer Dienstleistung in Polen sind ?

	Anzahl	%
ja	38	8,1
nein	431	91,9
Summe	469	100

Frage 15: Wenn ja, wie oder wo haben Sie sich informiert ?

	Anzahl
Freunde und Verwandte	3
Jurastudium	2
Internet	5
Polizei	1
Verbraucherberatung	3
Zeitung	13
Zeitung/Internet	1
Zeitung/Kollegen	1
Zoll	7

Frage 16: Halten Sie eine Beratungsstelle für erforderlich, in der Verbraucher bei Schwierigkeiten mit Geschäften oder Dienstleistungsbetrieben in Polen Rat und Unterstützung finden können ?

	Anzahl	%
Fände ich sehr wichtig	257	55,6
Fände ich nicht so wichtig	205	44,3
Summe	462	

Frage 17: Eine Beratungsstelle sollte nicht nur bei Reklamationen helfen, sondern auch dazu beitragen, dass man eine bessere Wahl treffen kann. Was wäre dazu nach Ihrer Meinung besonders wichtig ?
(Mehrfachnennungen möglich)

	Anzahl	%
Informationen über Geschäfte	108	32,7
Informationen über Preise, Preisvergleiche	217	65,8
Informationen über die Rechte der Verbraucher	172	52,1
Übersichten zu Angebot u. Qualität von Waren	72	21,8
Sonstiges	0	0

Summe der gültigen Fälle 330
Summe der fehlenden Fälle ("keine Angaben") 139

Frage 18: Wenn Sie im Nachbarland einkaufen:
Wie machen Sie es dann mit dem Geld ?

	Anzahl	%
Geldwechsel vorher in Deutschland	9	1,9
Geldwechsel in Polen	108	23
Zahlung in Euro	218	46,5
Zahlung mit Karte	19	4,1
unterschiedlich	115	24,5
Summe	469	

Fragen zur Person

Geschlecht

	Anzahl	%
männlich	280	56
weiblich	220	44
Summe	500	

Alter

	Anzahl	%
bs 20 Jahre	38	7,6
21 bis 30 Jahre	72	14,4
31 bis 40 Jahre	53	10,6
41 bis 50 Jahre	96	19,2
51 bis 60 Jahre	96	19,2
60 bis 65 Jahre	72	14,4
über 65 Jahre	72	14,4
keine Angaben	1	0,2
Summe	500	

Haushalts-Nettoeinkommen

	Anzahl	%
unter 1000 Euro	212	42,4
1000 bis unter 1500 Euro	139	27,8
1500 bis unter 2000 Euro	56	11,2
2000 bis unter 2500 Euro	22	4,4
2500 bis unter 3000 Euro	21	4,2
3000 Euro und mehr	7	1,4
keine Angaben	43	8,6
Summe	500	

Haushaltsgröße

	Anzahl	%
1 Person	166	33,2
2 Personen	207	41,4
3 Personen	71	14,2
4 Personen	35	7
5 und mehr Personen	20	4
keine Angaben	1	0,2
Summe	500	

Postleitzahl des Wohnortes

	Anzahl	%
PLZ-Einheit 0	7	1,4
PLZ-Einheit 2	6	1,2
PLZ-Einheit 3	8	1,6
PLZ-Einheit 4	2	0,4
PLZ-Einheit 5	5	1
PLZ-Einheit 6	3	0,6
PLZ-Einheit 7	4	0,8
PLZ-Einheit 8	2	0,4
PLZ-Einheit 9	3	0,6
PLZ-Einheit 10	18	3,6
PLZ-Einheit 12	29	5,8
PLZ-Einheit 13	10	2
PLZ-Einheit 14	25	5
PLZ-Einheit 15	367	73,4
PLZ-Einheit 16	5	1
PLZ-Einheit 19	3	0,6
keine Angaben	3	0,6
Summe	500	

Postleitzahl des Wohnortes

	Anzahl	%
PLZ-Einheit 0	7	1,4
PLZ-Einheiten 10, 12, 13	57	11,4
PLZ-Einheit 14	25	5
PLZ-Einheit 15	367	73,4
PLZ-Einheit 16	5	1
andere PLZ-Einheiten	36	7,2
keine Angaben	3	0,6
Summe	500	

Wohnort in der PLZ-Einheit 15

	Anzahl	%
PLZ 15200-15299	279	55,8
PLZ 15300-15329	20	4
PLZ 15330-15379	6	1,2
PLZ 15500-15529	30	6
PLZ 15530-15569	4	0,8
PLZ 15700-15759	6	1,2
PLZ 15800-15839	3	0,6
PLZ 15840-15869	11	2,2
PLZ 15870-15899	8	1,6
andere PLZ-Einheiten	130	26
keine Angaben	3	0,6
Summe	500	

Fragebogen



IFAV – Institut für angewandte Verbraucherforschung
Aachener Str. 1089, 50858 Köln, Tel.: 02234-4077-0, Fax: 02234-4077-22, E-Mail: ifav.mail@ifav.de, Internet: www.ifav.de

**Befragung deutscher Verbraucher, die aus Polen zurückkehren, am Grenzübergang
Frankfurt/Oder:**

1. Haben Sie bei Ihrem heutigen Besuch in Polen etwas eingekauft oder von dem Angebot an Dienstleistungen Gebrauch gemacht ?

- (1) ja
 (2) nein (weiter mit Frage 19.)

2. Wo haben Sie den Kauf getätigt oder die Dienstleistung in Anspruch genommen ?
(Mehrfachnennungen möglich)

- (1-1) Markt
 (2-1) Fachgeschäft
 (3-1) Friseur
 (4-1) Arzt
 (5-1) Gaststätte (Restaurant, Cafe, Imbiss)
 (6-1) Tankstelle
 (7-1) anderswo

3. Wieviel Euro (Zloty) haben Sie heute dafür ausgegeben ?

(a)..... Euro / (b)..... Zloty

4. Was haben Sie heute eingekauft ? (Mehrfachnennungen möglich)

- (1-1) Lebensmittel
 (2-1) Obst, Gemüse
 (3-1) Fleisch, Fleischwaren
 (4-1) Bio-Lebensmittel
 (5-1) Textilien
 (6-1) Schuhe
 (7-1) Sportartikel
 (8-1) Arzneimittel
 (9-1) CD's, Platten, Kassetten
 (10-1) Video-Kassetten, DVD's
 (11-1) Computer/Computer-Zubehör
 (12-1) Artikel für den Haushalt
 (13-1) Autozubehör
 (14-1) Glas, Keramik
 (15-1) Korbwaren
 (16-1) Kinderbedarfsartikel
 (17-1) Tabakwaren
 (18-1) Benzin / Diesel
 (19-1) Blumen
 (20-1) Speise/Getränk in Gaststätte
 (21-1) Sonstiges

5. Wie häufig im Jahr nutzen Sie die Möglichkeiten in Polen für solche Besorgungen ?

Etwa –mal im Jahr

6. Welche sind für Sie die wichtigsten Gründe für den Einkauf in Polen ? (Mehrfachnennungen möglich)

- (1-1) Preise
- (2-1) Qualität
- (3-1) Auswahl
- (4-1) Freundliche Bedienung
- (5-1) Fachkenntnis des Personals
- (6-1) Qualität des Kundendienstes
- (7-1) interessante Werbung polnischer Unternehmer
- (8-1) Sonstige Gründe

7. Wie würden Sie die Angebote bzw. die Angebotssituation in Polen im Vergleich zu den heimischen beurteilen ? (Sie können Noten von 1 bis 6 vergeben. Dabei bedeutet 1 "sehr viel besser als zu Hause" und 6 "sehr viel schlechter als zu Hause"):

- (1) Preise der Produkte:
1 2 3 4 5 6
- (2) Preise für Dienstleistungen
1 2 3 4 5 6
- (3) Auswahl, Reichhaltigkeit des Angebotes
1 2 3 4 5 6
- (4) Ansprechende Warenpräsentation
1 2 3 4 5 6
- (5) fachliche Kenntnisse des Personals
1 2 3 4 5 6
- (6) Freundlichkeit bei der Bedienung
1 2 3 4 5 6
- (7) Qualität des Kundendienstes
1 2 3 4 5 6
- (8) Kulanz beim Umtausch
1 2 3 4 5 6

8. Wie groß ist Ihr Vertrauen in die Lebensmittelsicherheit der Erzeugnisse aus Polen im Vergleich zu Erzeugnissen aus Deutschland ? (Sie können Noten von 1 bis 6 vergeben. Dabei bedeutet 1 "sehr viel mehr Vertrauen in Erzeugnisse aus Polen" und 6 "sehr viel weniger Vertrauen"):

- 1 2 3 4 5 6

9. Unabhängig von Ihrem heutigen Besuch in Polen: Bitte sagen Sie, ob Sie die folgenden Leistungen schon einmal in Polen in Anspruch genommen haben: (Mehrfachnennungen möglich)

- (1-1) Arzt (ohne Zahnarzt)
- (2-1) Zahnarzt
- (3-1) Handwerker
- (4-1) KFZ-Werkstatt
- (5-1) Friseur
- (6-1) Optiker
- (7-1) Kauf eines Autos

10. Welche der folgenden Leistungen würden Sie in Polen künftig in Anspruch nehmen ? (Mehrfachnennungen möglich)

- (1-1) Arzt (ohne Zahnarzt)
- (2-1) Zahnarzt
- (3-1) Handwerker
- (4-1) KFZ-Werkstatt
- (5-1) Friseur
- (6-1) Optiker
- (7-1) Kauf eines Autos

11. Haben Sie persönlich schon einmal Ärger mit Ihren Einkäufen oder Dienstleistungen in Polen gehabt ?

- (1) ja
- (2) nein (weiter mit Frage 14)

12. Falls ja: Worum ging es dabei ? (Mehrfachnennungen möglich)

- (1-1) Wechselkurs
- (2-1) Reparatur, Kundendienst
- (3-1) Warenumtausch
- (4-1) Qualitätsmängel
- (5-1) Gewährleistungsansprüche
- (6-1) Garantieleistungen
- (7-1) Sonstiges:

13. Haben Sie sich bei den aufgetretenen Problemen durchsetzen können oder ist Ihnen das nicht gelungen ?

- (1) Ich konnte mich durchsetzen
- (2) Es ist mir nicht gelungen

14. Haben Sie sich darüber informiert, wie Ihre Rechte bei einem Kauf oder der Inanspruchnahme einer Dienstleistung in Polen sind ?

- (1) ja
- (2) nein (weiter mit Frage 16.)

15. Wenn ja, wie oder wo haben Sie sich informiert ?

.....

16. Halten Sie eine Beratungsstelle für erforderlich, in der Verbraucher bei Schwierigkeiten mit Geschäften oder Dienstleistungsbetrieben in Polen Rat und Unterstützung finden können ?

- (1) Fände ich sehr wichtig
- (2) Fände ich nicht so wichtig
- (3) Wäre eigentlich überflüssig

17. Eine Beratungsstelle sollte nicht nur bei Reklamationen helfen, sondern auch dazu beitragen, dass man eine bessere Wahl treffen kann. Was wäre dazu nach Ihrer Meinung besonders wichtig ? (Mehrfachnennungen möglich)

- (1-1) Informationen über Geschäfte
- (2-1) Informationen über Preise, Preisvergleiche
- (3-1) Informationen über die Rechte der Verbraucher
- (4-1) Übersichten zu Angebot u. Qualität von Waren
- (5-1) Sonstiges:

18. Wenn Sie im Nachbarland einkaufen: Wie machen Sie es dann mit dem Geld ? (nur eine Antwortmöglichkeit)

- (1) Wechsle vorher bei einer Bank in Deutschland
- (2) Wechsle bei einer Bank in Polen
- (3) Lasse im Geschäft umrechnen und zahle in Euro
- (4) Zahle mit Scheck oder Kreditkarte
- (5) Ganz unterschiedlich

Nun möchte ich bitte noch einige Auskünfte zu Ihrer Person:

19. Geschlecht

- (1) männlich
- (2) weiblich

20. Wie alt sind Sie ?

.....Jahre

21. Haushalts-Nettoeinkommen:

- (1) unter 1000 Euro
- (2) 1000 bis unter 1500 Euro
- (3) 1500 bis unter 2000 Euro
- (4) 2000 bis unter 2500 Euro
- (5) 2500 bis unter 3000 Euro
- (6) 3000 Euro und mehr

22. Haushaltsgröße

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

23. Postleitzahl Ihres Wohnortes:

.....

Wir danken Ihnen für ihre Auskünfte

Datum: August 2004