

ZA4810

**Flash Eurobarometer 224
(Business Attitudes Towards
Cross-border Sales and Consumer Protection)**

**Country Specific Questionnaire
Germany**

FL224

Final Questionnaire for Flash Eurobarometer 2008: B2C Cross Border Sales and consumer protection

INTRODUCTION / RESPONDENT SELECTION / SCHEDULING

Hallo/guten Tag/guten Abend, mein Name ist _____ vom IFAK-Institut. Wir führen eine Meinungsumfrage für die Europäische Kommission unter Entscheidungsträgern in Unternehmen durch. Die Umfrage dauert ungefähr 10 Minuten.

INTERVIEWER: FALLS DER NAME IM FELD „PROVIDED BY THE COMPANY“ AUFTAUCHT, DIESEN NAMEN VERWENDEN. ANSONSTEN DEN ENTSPRECHENDEN NAMEN AUS DEM FELD „ORIGINAL SAMPLE“ AUSWÄHLEN.

Kann ich bitte mit (NAME) sprechen?

FALLS KEIN NAME IM SAMPLE ANGEZEIGT, VORLESEN

Kann ich bitte mit dem Entscheidungsträger in Ihrem Unternehmen sprechen, der für die Vertriebs- oder Marketingentscheidungen einschließlich rechtlicher Aspekte verantwortlich ist?

INTERVIEWER: WENN IM SAMPLE DER ANSPRECHPARTNER NICHT GENANNT IST, VERSUCHEN SIE DEN HAUPTENTSCHEIDUNGSTRÄGER ZU ERREICHEN. DIES KANN SEIN: DER GESCHÄFTSFÜHRER, DER MARKETING MANAGER ODER EINE ANDERE FÜR DEN VERTRIEB VERANTWORTLICHE PERSON, DIE AUCH FÜR RECHTLICHE ASPEKTE ZUSTÄNDIG IST.

00 - Passender Gesprächspartner am Telefon SKIP SC1
01 - Entscheidungsträger verfügbar SKIP SC1

Rückruf: -----

02 - Termin für einen Rückruf vereinbaren (Verwenden Sie diesen Code in dem Fall, dass Sie nicht den Entscheidungsträger erreicht haben sondern nur eine Sekretärin, den Empfang oder einen Kollegen etc. oder falls Sie die Person und/oder Kompetenz nicht feststellen konnten.)

03 - Ansprechpartner weder jetzt noch später erreichbar, anderer passender Gesprächspartner vorhanden

04 - Person ist nicht zuständig

05 - Vom Vorzimmer verweigert - WEICHE VERWEIGERUNG

Kein Rückruf: -----

06 - Ansprechpartner während der Feldzeit nicht erreichbar, kein anderer Ansprechpartner verfügbar

07 - Verweigert vom Ansprechpartner - HARTE VERWEIGERUNG

08 - Sprachbarriere

09 - Kann Name und Adresse des Entscheidungsträgers nicht ermitteln

10 - Unternehmen ist in Liquidation.

VORLESEN, WENN DER ANSPRECHPARTNER DEN SIE ERREICHEN EINE ANDERE PERSON ALS DIE ZUERST KONTAKTIERTE IST.:

Hallo/guten Tag/guten Abend, mein Name ist _____ vom IFAK-Institut. Wir führen eine Meinungsumfrage für die Europäische Kommission unter Entscheidungsträgern in Unternehmen durch. Die Umfrage dauert ungefähr 10 Minuten.

(ALLEN VORLESEN)

SC1. Diese Studie ist Teil einer EU-weiten Untersuchung. Sie erhebt die Meinung von Entscheidungsträgern zu grenzüberschreitendem Handel mit Konsumenten und, mehr spezifisch, über die rechtlichen Bestimmungen zu Verträgen mit Endverbrauchern und ihre Rolle im grenzüberschreitenden Handel. Dieses Interview dauert ungefähr 10 Minuten. Alle Antworten werden natürlich streng vertraulich behandelt. Würden Sie mir bitte mit Ihren Antworten helfen?

- 01 - Stimmt zu, Befragung jetzt beginnen
- 02 - Stimmt zu, Befragung zu einem späteren Zeitpunkt

Rückruf:-----

03 - Ansprechpartner weder jetzt noch später erreichbar, anderer passender Gesprächspartner vorhanden

(NAMENS SCREENING)

04 - Person nicht zuständig für diese Themen (NAMENS SCREENING)

Kein Rückruf:-----

04 - Ansprechpartner während der Feldzeit nicht erreichbar, kein anderer Ansprechpartner verfügbar

05 - Verweigert vom Ansprechpartner

06 - Sprachbarriere

07 - Kann Name und Adresse des Entscheidungsträgers nicht ermitteln

08 - Unternehmen ist in Liquidation.

SC3. Welche Position haben Sie im Unternehmen?

- 1 - Geschäftsführer, Generaldirektor usw.
- 2 - Marketing Manager
- 3 - hauptsächlich rechtlicher Berater
- 4 - anderer Entscheidungsträger mit Verantwortung im Vertrieb

Termin Bildschirm WENN DER GEEIGNETE ENTSCHEIDUNGSTRÄGER ERREICHT WURDE

Können Sie mir bitte die Telefonnummer geben, unter der ich Sie zurückrufen kann?

TELEFONNUMMER: _____

Könnten Sie mir bitte Ihren Namen nennen?: _____

Und welchen Titel haben Sie?: _____

Welche Zeit würden Sie für einen Rückruf bevorzugen? (JJMMTTSSMM)

Vielen Dank für Ihre Hilfe. Wir werden wie vereinbart auf Sie zurückkommen.

INTRO FOR THE NEXT CALL BACK

Hallo/guten Tag/guten Abend, mein Name ist _____ vom IFAK-Institut. Bei unserem letzten Telefonat haben Sie diesen Termin für einen Rückruf vorgeschlagen, damit wir die Meinungsumfrage der Europäischen Kommission unter Entscheidungsträgern in Unternehmen durchführen können. Können wir mit der Befragung beginnen?

1 - Ja

2- neuen Termin vereinbaren

Termin Bildschirm FALLS PASSENDE PERSON NICHT ERREICHT

Könnten Sie mir bitten den Namen der entsprechenden Person nennen?:

Und welchen Titel hat er/sie _____

Könnten Sie mir bitte die Telefonnummer geben, unter der ich ihn / sie zurückrufen kann?

TELEFONNUMMER: _____

Wann soll ich zurückrufen, um den Entscheidungsträger zu sprechen? (JJMMTTSSMM)

DEMOGRAPHIE / SCREENER

- D1. Lassen Sie mich mit ein paar allgemeinen Fragen zu Ihrem Unternehmen beginnen. Wie viele Beschäftigte hat Ihr Unternehmen?

- weniger als 100
- 10-49.....1
- 50-249.....2
- 250-499.....3
- 500 und mehr4
- [Weiß nicht / keine Antwort].....9

WENN WENIGER ALS 10, BEDANKEN UND BEENDEN

- ZIP. Sagen Sie mir bitte die Postleitzahl Ihres Unternehmens:

- D2. Verkauft Ihr Unternehmen direkt an den Endverbraucher, also an private Haushalte?

- Ja1
- Nein2
- [Weiß nicht / keine Antwort].....9

WENN NICHT "JA" BEDANKEN UND BEENDEN

- D4. Außer Deutschland, in wie vielen EU-Ländern haben Sie Niederlassungen oder Verkaufsstellen?

- EINTRAGEN: Länder (0 - 26)
- [Weiß nicht / keine Antwort]..... 99

- D5. NICHT FRAGEN, WIRD AUS DATENBANK ÜBERNOMMEN:
NACE Code der Hauptaktivität des Unternehmens

- D6. NICHT FRAGEN, WIRD AUS DATENBANK ÜBERNOMMEN:
NUTS Region des Unternehmens(NUTS 2 level)

HAUPTINTERVIEW

Q1. Nutzen Sie irgendeinen der folgenden Absatzkanäle für den Einzelhandel?

(NUR EINE ANTWORT JE ZEILE)

- Ja 1
- Nein 2
- [Weiß nicht / keine Antwort]..... 9

- a) e-Commerce / Internet 1 2 9
- b) Mailorder (per Post) 1 2 9
- c) TV-Shopping / Call-Center (z.B. Telefonverkauf und Verkauf über Shopping-Kanäle im TV, aber kein eCommerce) 1 2 9
- d) Verkauf über Vertreter beim Kunden zu Hause 1 2 9
- e) Direktverkauf im Einzelhandel (z.B. Ladenlokale) ... 1 2 9

ASK ALL

Q2. Außer Deutschland, in wie viele Länder vermarkten / verkaufen Sie aktiv an Endverbraucher?

(VORLESEN – NUR EINE ANTWORT ERLAUBT)

- EINTRAGEN: Länder (0 - 26)
- [Weiß nicht / keine Antwort]..... 99

FRAGEN, WENN Q1e) = 1

Q3. Welcher Prozentsatz des Gesamtwertes Ihrer EINZELHANDELSVERKÄUFE IN LADENGESCHÄFTEN wird schätzungsweise mit Kunden aus anderen EU-Ländern gemacht, die ihren Urlaub oder einen Einkaufstrip in Deutschland verbringen?

-%
- [NICHT ZUTREFFEND - kein Einzelhandel über Ladengeschäfte]..... 998
- [Weiß nicht / keine Antwort]..... 999

ASK ALL

Q4. In wie vielen EU-Sprachen sind Sie augenblicklich in der Lage, mit Endkunden Geschäfte zu tätigen?

(VORLESEN – NUR EINE ANTWORT ERLAUBT)

- nur in deutscher Sprache]..... 01
- EINTRAGEN: Sprachen (02 -98)
- [Weiß nicht / keine Antwort]..... 99

I GRENZÜBERSCHREITENDER VERTRIEB

Q5 Nach unserer Definition ist grenzüberschreitender Vertrieb der Verkauf über Telefon, per Post, über das Internet oder durch Vertreter beim Endkunden zu Hause, in einem anderen EU-Mitgliedsland als dem Land des Verkäufers. Der Ursprung des verkauften Produkts spielt dabei keine Rolle. Ausschlaggebend ist, dass der Endkunde zum Zeitpunkt des Geschäfts Bewohner eines anderen EU-Mitgliedslandes als der Verkäufer ist. Käufe in Ladengeschäften durch Menschen aus anderen EU-Ländern, die sich im Urlaub befinden oder einen Shopping-Trip machen, gelten nicht als grenzüberschreitender Verkauf.

. In wie viele EU-Länder verkaufen Sie zur Zeit grenzüberschreitend an Endverbraucher?

(VORLESEN – NUR EINE ANTWORT ERLAUBT)

- Ich verkaufe ausschließlich an
Kunden in Deutschland 00
- EINTRAGEN: .. Länder (01 - 26)
- [Weiß nicht / keine Antwort]..... 99

IF Q5 < > 0

D3 Welche der folgenden Produktkategorien ist bei Ihrem grenzüberschreitenden Vertrieb die größte?

- PKW, Kraftfahrzeuge und Kraftfahrzeugteile 01
- Möbel, Einrichtung02
- Haushaltsgeräte03
- Elektrogeräte.....04
- Bücher und audiovisuelle Materialien...05
- Bekleidung und Accessoires06
- Gesundheits- und Beauty-Produkte.....07
- Nahrungsmittel und Getränke08
- Andere Produktkategorien.....09\
- Nichts von diesen10
- Verkäufe nichts von alledem11
- [Weiß nicht / keine Antwort].....99

Q6-Q8 ROTIEREN

FRAGEN, WENN Q1 a) = 1 & (ANTWORT IN Q5 ZWISCHEN 01 UND 26 IST).

Q6. Welcher Prozentsatz des Gesamtwertes Ihrer E-COMMERCE/INTERNET-VERKÄUFE geht schätzungsweise an Endkunden, die in anderen EU-Ländern leben?

-%
- TRIFFT NICHT ZU, kein Internet Verkauf 998
- [Weiß nicht / keine Antwort]..... 999

FRAGEN, WENN Q1 b) ODER c) = 1 IST & (ANTWORT IN Q5 ZWISCHEN 01-26 IST)

Q7. Welcher Prozentsatz des Gesamtwertes Ihrer MAILORDER- oder TELEFONVERKÄUFE geht schätzungsweise an Endkunden, die in anderen EU-Ländern leben?

-%

-[NICHT ZUTREFFEND - keine Mailorder oder
Telefonverkäufe]..... 998

-[Weiß nicht / keine Antwort]..... 999

FRAGEN, WENN Q1 d) = 1 IST & (ANTWORT IN Q5 ZWISCHEN 01-26 IST)

Q8. Welcher Prozentsatz des Gesamtwerts der Verkäufe, die IHRE VERTRETER bei Endkunden zu Hause tätigen, entfällt schätzungsweise auf Besuche bei Endkunden, die in anderen EU-Ländern leben?

-%

-[NICHT ZUTREFFEND - kein Vertrieb über Vertreter] 998

-[Weiß nicht / keine Antwort]..... 999

FRAGEN, WENN Q1 a) ODER b) OR c) ODER d) = 1 & (ANTWORT IN FRAGE Q5 ZWISCHEN 01 und 26 IST) .

Q9. Nun einmal alles zusammengefasst, können Sie schätzen, welcher Prozentsatz Ihrer gesamten Verkäufe an Endkunden über Post, Telefon, eCommerce oder Besuch von Verkäufern beim Kunden zu Hause, grenzüberschreitende Verkäufe zu anderen EU-Ländern sind?

-%

- [NICHT ZUTREFFEND - kein Fernabsatz an Endkunden in anderen EU-Ländern]..... 998

- [Weiß nicht / keine Antwort]..... 999

II. HEMMNISSE FÜR DEN GRENZÜBERSCHREITENDEN B2C HANDEL

Q10.

[WENN Q5=0 VORLESEN]

Sie haben vorhin gesagt, dass Sie ausschließlich an Kunden in Deutschland verkaufen. Ich würde Sie gerne zu Ihrer Meinung über Probleme fragen, denen Sie sich als Unternehmer gegenüber sehen können, wenn Sie Ihre Produkte grenzüberschreitend vermarkten oder verkaufen würden.

[WENN ANTWORT IN Q5 ZWISCHEN 01-26 VORLESEN:]

Basierend auf Ihrer Erfahrung, wenn es um grenzüberschreitenden Vertrieb und Vermarktung geht, hätte ich gerne Ihre Meinung zur Wichtigkeit einiger rechtlicher Unterschiede beim Verbraucherschutz in der EU.

[AN ALLE]

Wenn Sie an Konsumenten in anderen EU-Ländern über Telefon, Post, eCommerce oder Vertreterbesuche zu Hause verkaufen, müssen Sie bestimmten rechtlichen Vorschriften nachkommen, mit denen Endverbrauchertransaktionen im Land Ihres Kunden geregelt sind. Diese Vorschriften können vom deutschen Recht abweichen und zusätzliche Kosten auslösen. Dies können Kosten für entsprechende rechtliche Beratung, Veränderungen der Marketing-Materialien oder Verträge sein oder, im Fall, dass Sie den rechtlichen Vorschriften nicht nachkommen, die Kosten für mögliche Rechtsstreitigkeiten.

Ich werde Ihnen nun einige dieser rechtlichen Unterschiede vorlesen. Wie bedeutend sind diese als Hemmnis für den grenzüberschreitenden Vertrieb? Um Missverständnisse zu vermeiden, werde ich Ihnen zu jedem Faktor eine kurze Erklärung geben.

(VORLESEN – NUR EINE ANTWORT JE ITEM – A-G ROTIEREN)

- Sehr bedeutendes Hemmnis1

- Einigermassen bedeutendes Hemmnis 2

- Kein bedeutendes Hemmnis3

- Überhaupt kein Hemmnis.....4
- [Überhaupt kein Interesse an grenzüberschreitendem Verkauf]8
- [Weiß nicht / keine Antwort]9

A – Unterschiede in der Dauer der Widerrufsfrist 1 2 3 4 8 9

Wenn Produkte an einen Endverbraucher über Telefon, Post, eCommerce oder über Vertreter zu Hause verkauft werden, hat der Konsument das Recht, seine Meinung zu ändern und sich innerhalb einer gewisse Zeitspanne vom Kaufvertrag zurückzuziehen. Konsumenten in manchen Ländern haben mehr Zeit, die Ware an Sie zurückzuschicken als in anderen Ländern - von 7 Arbeitstagen bis zu 14 Kalendertagen.

B – Unterschiede bei den Informationen, die dem Konsumenten gegeben werden müssen..... 1 2 3 4 8 9

Wenn Sie an Endverbraucher in anderen EU-Ländern über Telefon, Post, eCommerce oder Vertreterbesuche zu Hause verkaufen, müssen Sie dem Kunden bestimmte Informationen vor dem oder zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses geben. Der Inhalt (z.B. dass Sie immer Ihre Adresse angeben müssen), das Timing und das Format dieser Informationen können Änderungen erfordern, je nach Land des Kunden.

C – Unterschiede im Fall, dass es versäumt wurde, Informationen weiterzugeben..... 1 2 3 4 8 9

Die Konsequenzen für den Fall, dass Sie es versäumen, den Informationspflichten nachzukommen, sind in der EU unterschiedlich geregelt. In einigen Ländern können die Verbraucher vertragliche Mittel haben, (z.B. können sie das Recht haben den Vertrag einseitig zu beenden) während

sie in anderen EU-Ländern diese Rechte nicht haben.

D–Unterschiede in der Weise, wie

Verbraucher ihr Recht auf

Vertragswiderruf ausführen können..... 1 2 3 4 8 9

In manchen Ländern können die Verbraucher wählen, auf welche Weise sie Ihnen Bescheid geben (z.B. durch eine email oder durch Rücksenden der Ware) wenn Sie den Vertrag widerrufen, während sie in anderen verpflichtet sind, einen bestimmten Weg zu verwenden, z.B. ein Einschreiben.

E–Unterschiede in der Behandlung der Kosten für den Rückversand

..... 1 2 3 4 8 9

Abhängig vom Land ist es Ihnen erlaubt, von den Kunden Gebühren für den Fall eines Vertragswiderrufs zu erheben (z.B. die Kosten für den Rückversand der Ware), in anderen nicht.

F–Unterschiede in der Definition von Lieferung 1 2 3 4 8 9

Abhängig vom Land gilt eine Ware zu unterschiedlichen Zeitpunkten als an den Kunden geliefert (z.B. bei physischer Übergabe der Ware oder wenn sie ihm in Ihrem Unternehmen zur Verfügung gestellt wird). Diese Unterschiede können für Sie Konsequenzen in Bezug darauf bedeuten, wer die Kosten im Falle von Zerstörung oder Beschädigung der Ware trägt.

G–Unterschiede in den Mitgliedsländern in ihrer Gesetzgebung in

Bezug auf Güter, die nicht in Übereinstimmung mit dem

Verbrauchervertrag sind 1 2 3 4 8 9

Zum Beispiel haben Konsumenten in manchen EU-Ländern mehr Zeit als in anderen, um zu verlangen, dass Sie die Ware reparieren, ersetzen oder den Preis

reduzieren, wenn die Ware nicht
in Übereinstimmung mit dem
Vertrag ist.

Q11.

[WENN Q5=0 VORLESEN]

Nun hätte ich gerne Ihre Meinung zu einigen anderen Hemmnissen, denen Sie als Unternehmer sich gegenüber sehen können, wenn Sie grenzüberschreitend in der EU vermarkten oder verkaufen.

[WENN ANTWORT IN Q5 ZWISCHEN 01-26 VORLESEN:]

Basierend auf Ihren Erfahrungen mit grenzüberschreitendem Vermarkten und Verkaufen hätte ich gerne Ihre Ansicht zur Bedeutung einiger weiterer praktischer Hemmnisse.

Bitte sagen Sie mir, wie bedeutend die folgenden Hemmnisse für den grenzüberschreitenden Verkauf sind.

(VORLESEN – NUR EINE ANTWORT JE ZEILE)

- sehr bedeutend.....1
- eher bedeutend2
- eher unbedeutend3
- völlig unbedeutend4
- [Überhaupt kein Interesse an grenzüberschreitendem Verkauf]8
- [Weiß nicht / keine Antwort]9

- a) Zusatzkosten für die Einhaltung unterschiedlicher nationaler Steuervorschriften (Umsatzsteuer etc.)1 2 3 4 9
- b) Zusatzkosten für die Befolgung unterschiedlicher nationaler Gesetzgebungen zur Regelung von Geschäften mit Endverbrauchern1 2 3 4 9
- c) Höhere Kosten für grenzüberschreitende Lieferung im Vergleich zu inländischen Lieferungen1 2 3 4 9
- d) Potenziell höhere Kosten für die Lösung von Beschwerden und Konflikten im grenzüberschreitenden verglichen mit dem inländischen Handel1 2 3 4 9
- e) Potenziell höhere Kosten durch Risiko von Betrug und ausbleibender Zahlung im grenzüberschreitenden Handel verglichen mit dem inländischen1 2 3 4 9

- f) Potenziell höhere Kosten für die
Sicherstellung eines effizienten After-Sales-
Service im grenzüberschreitenden Handel
verglichen mit dem inländischen.....1 2 3 4 9
- g) Zusatzkosten, die aus Sprachunterschieden
resultieren1 2 3 4 9

III. MASSNAHMEN, UM GRENZÜBERSCHREITENDEN B2C HANDEL ZU ERLEICHTERN

Q12 Wenn die gesetzlichen Vorschriften zur Regulierung von
Geschäften mit Endverbrauchern in allen 27 Mitgliedsstaaten der
EU gleich wären, denken Sie, dass der Level Ihrer
grenzüberschreitenden Verkäufe

(VORLESEN – NUR EINE ANTWORT ERLAUBT)

- stark zunehmen würde..... 4
- ein wenig zunehmen würde3
- ein wenig abnehmen würde2
- stark abnehmen würde1
- [unverändert bleiben würde]8
- [Weiß nicht / keine Antwort]9

- Q13 Wenn die gesetzlichen Vorschriften zur Regelung von Geschäften mit Endverbrauchern in allen 27 Mitgliedsstaaten der EU gleich wären, in wie viele Länder wären Sie dann interessiert, grenzüberschreitend an Endverbraucher zu verkaufen?

(VORLESEN –NUR EINE ANTWORT ERLAUBT)

- keins, wir haben kein Interesse
an grenzüberschreitendem Handel 1
- ein Land 2
- zwei oder drei EU-Länder 3
- vier bis zehn EU-Länder 4
- mehr als 10 EU-Länder 5
- [Weiß nicht / keine Antwort]..... 9

- Q14 Wissen Sie, wo Sie relevante Informationen über Regelungen zum Verbraucherschutz in anderen EU-Ländern finden können?

(VORLESEN –NUR EINE ANTWORT ERLAUBT)

- Ja 1
- [Ja, hat speziell das Europäische
Verbraucherzentrum erwähnt]..... 2
- Nein 3
- [Weiß nicht / keine Antwort]..... 9

- Q15 Lassen Sie uns das Thema ein wenig wechseln. Ich habe, bevor wir zum Ende des Interviews kommen, noch vier weitere kurze Fragen zu Ihrer Meinung zu inländischen Verbraucherschutzthemen.

Wie gut sind Sie über Ihre rechtlichen Verpflichtungen gegenüber Verbrauchern durch Verbraucherschutzbestimmungen in Ihrem Land informiert?

(VORLESEN -NUR EINE ANTWORT ERLAUBT)

- Voll informiert 1
- Gut informiert 2
- Nicht gut informiert oder 3
- Überhaupt nicht informiert? 4
- [Weiß nicht / keine Antwort]..... 9

- Q16 Ich möchte Sie nun noch zu Streitigkeiten mit Verbrauchern in Deutschland befragen, unabhängig davon, ob es um

grenzüberschreitenden Handel oder normalen Verkauf geht. Haben Sie schon einmal sogenannte alternative Konfliktlösungsmöglichkeiten (z.B. Arbitratoren, Ombudsmänner oder andere außergerichtliche Konfliktlösungsverfahren) genutzt um Streitigkeiten mit Endverbrauchern zu lösen?

(VORLESEN – NUR EINE ANTWORT ERLAUBT)

- Nein und ich kenne auch keine dieser Mechanismen..... 1
- Nein aber ich kenne solche außergerichtlichen Konfliktlösungsmechanismen..... 2
- Ja und ich habe solche außergerichtlichen Konfliktlösungsmechanismen schon genutzt 3
- Ja, ich nutze solche Mechanismen regelmäßig 4
- [Weiß nicht / keine Antwort]..... 9

Q19. In bezug auf die Produktsicherheit, ist in den letzten 12 Monaten irgendeines der folgenden Dinge in Ihrem Unternehmen geschehen?

Denken Sie im Augenblick bitte nicht an Lebensmittel

- Ja 1
- Nein 2
- [Weiß nicht / keine Antwort] 9

- a)Sie erhielten Beschwerden von Kunden über die Sicherheit eines Produktes, das Sie verkaufen 1 2 9
- b)Die Sicherheit irgendeines der Produkte die Sie verkauften wurde von Behörden überprüft1 2 9
- c)Irgendeines der Produkte die Sie verkauften wurde zurückgerufen oder aus dem Handel genommen 1 2 9
- d)Als Einzelhändler haben Sie irgendeinen Test durchgeführt um sicherzustellen, dass irgendeines der von Ihnen verkauften Produkte sicher ist 1 2 9
- e)Andere Massnahmen (spontane Nennung) 1 2 9

Q20. Wenn Sie einmal an alle Non-food Produkte denken, die zur Zeit auf dem deutschen Markt Verkauft werden, denken Sie persönlich, dass

- im Wesentlichen sind alle Produkte
sicher 1
- eine kleine Anzahl Produkte ist nicht
sicher, oder 2
- eine erhebliche Zahl von Produkten ist
unsicher? 3
- [Weiß nicht / keine Antwort] 9