

Stellungnahme

zum Mobile Commerce

08.11.2013

Seite 1

Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. vertritt mehr als 2.000 Unternehmen, davon über 1.200 Direktmitglieder mit etwa 140 Milliarden Euro Umsatz und 700.000 Beschäftigten. Hierzu zählen Anbieter von Software & IT-Services, Telekommunikations- und Internetdiensten, Hersteller von Hardware und Consumer Electronics sowie Unternehmen der digitalen Medien. Der BITKOM setzt sich insbesondere für eine Modernisierung des Bildungssystems, eine innovationsorientierte Wirtschaftspolitik und eine moderne Netzpolitik ein.

Am 22. Oktober 2013 hat die Projektgruppe „Mobile Endgeräte“ der Länderarbeitsgemeinschaft Verbraucherschutz der Verbraucherschutzministerkonferenz der Länder eine Anhörung zum Thema Mobile Commerce veranstaltet. BITKOM erlaubt sich, mit dem vorliegenden Positionspapier die Fragestellungen der Projektgruppe auch schriftlich zu kommentieren.

Bundesverband
Informationswirtschaft,
Telekommunikation und
neue Medien e.V.

Albrechtstraße 10 A
10117 Berlin-Mitte
Tel.: +49.30.27576-0
Fax: +49.30.27576-400
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org

1 Vorbemerkungen

BITKOM begrüßt die Konsultation der Länder über Fragestellungen des elektronischen Geschäftsverkehrs, das speziell über mobilen Endgeräten abgewickelt wird.

BITKOM erachtet die gegenwärtige üppige Regelungsdichte und –tiefe der Informationspflichten, insbesondere mit Blick auf die Darstellung der Informationen, als „lose-lose-Situation“, die weder für die Verbraucher noch für die Anbieter Vorteile bringt. Das Umsetzungsgesetz für die Verbraucherrechterichtlinie (Richtlinie 2011/83/EU) wurde in Deutschland im Sommer 2013 verabschiedet. Die neuen Regelungen werden EU-weit ab dem 13. Juni 2014 gelten. Derzeit läuft die praktisch-technische Umsetzung dieser Bestimmungen. Da die Verbraucherrechterichtlinie einem Vollharmonisierungsansatz folgt, ist eine abweichende nationale Regelung im Anwendungsbereich der Richtlinie nicht möglich – mit Ausnahme des durch die einzelnen Öffnungsklauseln den Mitgliedstaaten eingeräumten Spielraums. Perspektivische Überlegungen für Änderungen der Bestimmungen im Anwendungsbereich der Richtlinie sollten daher auf EU-Ebene angeregt werden.

BITKOM ist gerne bereit, den Austausch zur Vereinfachung der (Darstellung der) Informationspflichten im mobilen Geschäftsverkehr mit der Politik und Vertretern der Verbraucherschutzorganisationen konstruktiv weiterzuführen.

Adél Holdampf-Wendel
Bereichsleiterin
Medien- und Netzpolitik,
Wettbewerbs- und Verbraucherrecht
Tel. +49. 30. 27576-221
Fax +49. 30. 2757651-221
a.holdampf@bitkom.org

Präsident

Prof. Dieter Kempf

Hauptgeschäftsführer

Dr. Bernhard Rohleder

2 Widerrufsrecht für Apps

Derzeit besteht für den reinen einmaligen Download einer App kein Widerrufsrecht, da sich die App aufgrund ihrer Beschaffenheit nicht zur Rücksendung eignet (§ 312d Abs. 4 Nr. 1 BGB). Denn eine per Download gelieferte App möglicherweise auch nach Rückgabe weiterbenutzt werden kann, also im Falle eines Widerrufs nicht rückstandslos zurückgegeben werden könnte.

Wird über die App ein kostenpflichtiges Dauerschuldverhältnis mit wiederkehrenden Leistungen und Zahlungen begründet (z.B. ein Abo über wiederkehrende Stauinfos/Wetterinfos), müsste ein Widerrufsrecht bestehen.

In Bezug auf das Gewährleistungsrecht besteht rechtlich bei kostenpflichtigen Apps keine Besonderheit im Vergleich zu sonstiger Softwareüberlassung. Bei Mängeln gelten die Gewährleistungsregeln des Kaufrechts. Die Nacherfüllung kann durch Bereitstellung einer neuen App oder durch ein fehlerbeseitigendes Update erfolgen.

Ein über die bisherigen Regelungen hinausgehendes Widerrufsrecht für Apps und sonstige digitale Inhalte, die nicht auf körperlichen Datenträgern geliefert werden, **ist aus Sicht des BITKOM nicht erforderlich**. "Apps" sind kein neues Phänomen, sondern lediglich eine neue Bezeichnung für Software, vorrangig auf mobilen Geräten.

Das Widerrufsrecht im Fernabsatz dient dazu, jedem Verbraucher zu ermöglichen, eine Ware auf dieselbe Art und Weise zu prüfen wie in einem Ladengeschäft (vgl. Erwägungsgrund 14 der Fernabsatzrichtlinie – Richtlinie 97/7/EG). Bei digitalen Gütern (darunter auch verkörpert, die in einem Ladengeschäft verkauft werden) liegt es aber in der Natur der Sache, dass eine Prüfungsmöglichkeit vor Ort im Sinne einer sinnlichen Wahrnehmung nicht gegeben ist. Dies gilt nicht nur für Software, sondern beispielsweise auch für Musik oder Filme. In App Stores gibt es dagegen umfangreiche Beschreibungen, Bewertungen und Rezensionen von anderen Nutzern, Screenshots, teilweise auch Videos, anhand derer die Nutzer sich einen guten Eindruck verschaffen können. Ein Widerrufsrecht für solche digitalen Güter, darunter auch Apps, würde daher zu einer nicht gerechtfertigten Besserstellung des stationären gegenüber dem Fernabsatzhandel führen.

Es sprechen zudem folgende Gesichtspunkte gegen die Einführung eines Widerrufsrechts für Apps, auch in Gestalt z.B. von einem verbindlichen 15-Minuten-Testzugang, wie er derzeit z.B. im Google Play Store auf freiwilliger Basis angeboten wird:

Zunächst bestehen **diverse Missbrauchsrisiken**. So könnten Nutzer Apps zur Lösung einzelner Aufgaben (beispielsweise Apps zum „Scannen“ von Dokumenten mittels der Fotokamera des Geräts, Apps zu einmalig stattfindenden Events, nach denen das Widerrufsrecht ausgeübt werden könnte), erwerben und anschließend die Bestellung innerhalb einer solchen Testzeitspanne widerrufen. Der Kunde hat dann aus dem eigentlichen Wert bereits den Nutzen gezogen.

Darüber hinaus **würde das Raubkopieren von Apps deutlich erleichtert werden**, indem ein Vervielfältigungsstück jeder App zunächst kostenfrei heruntergeladen werden könnte. Dies würde Anbieter dazu bringen, stärker auf für den Verbraucher häufig umständliche und auch sonst nachteilige technische Schutzmaßnahmen („DRM“) zu setzen, um der stark erhöhten Missbrauchsgefahr entgegen zu wirken.

Ein bekannter App Store bietet inzwischen trotz dieser Bedenken eine 15-Minuten-Testphase als kundenfreundlichen Kompromiss an, da die weit überwiegende Mehrzahl der Rückgaben nach Erfahrung des Anbieters in diesem Zeitraum erfolgte. Im Falle einer gesetzlichen Verpflichtung wäre ein Anbieter aber nicht in der Lage, im verhältnismäßig jungen mobilen Markt flexibel mit Missbrauchsszenarien umzugehen.

Die unterschiedlichen App Store Ausgestaltungen zeigen gerade, dass der Markt dynamisch auf Verbraucherinteressen eingeht. Ein realitätsfernes Widerrufsrecht von 7 Tagen führte in Taiwan bereits dazu, dass die entgeltpflichtigen Apps in dieser Region nicht mehr verfügbar gemacht werden konnten. Wo dies sinnvoll ist, bieten Spieleentwickler auch kostenlose Versionen mit eingeschränktem Funktionsumfang oder der Möglichkeit zu In-App-Erweiterungen an. Eine gesetzliche Verpflichtung zu einer Demoversion würde jedoch dazu führen, dass bestimmte Apps aufgrund dieser zusätzlichen Verpflichtung nicht mehr in Deutschland angeboten werden (könnten).

Auch müssten mögliche Rückgaben aufgrund eines Widerrufsrechts in der **Preisgestaltung für Apps berücksichtigt werden, was das Preisniveau insgesamt anheben würde** und somit nachteilig für Verbraucher wäre. Bisher werden die meisten Apps zu sehr geringen Preisen angeboten.

Im Ergebnis würde die Einführung zusätzlicher Regularien also zu einem schlechteren Angebot für den Nutzer führen.

Den dargestellten Missbrauchsszenarien, insbesondere in Bezug auf nicht autorisierte Kopien, ist der Gesetzgeber bei „herkömmlichen“, auf einem Datenträger verkörperten digitalen Inhalten begegnet, indem er das Widerrufsrecht bei „Audio- oder Videoaufzeichnungen oder Software, die vom Verbraucher entsiegelt worden sind“ (Art. 6 Abs. 3 Fernabsatzrichtlinie, zukünftig in Art. 16 lit. i) Verbraucherrechterichtlinie – Richtlinie 2011/83/EU) ausgeschlossen hat. Es erschließt sich nicht, weshalb von dieser Wertung bei Apps abgewichen werden sollte.

Diese Position steht im Übrigen im Einklang mit der Verbraucherrechterichtlinie des europäischen Gesetzgebers (s. die Art. 16 lit. m) sowie deren innerstaatliche Umsetzung in § 356 Abs. 5 n.F. BGB), die unter der Voraussetzung der Einhaltung bestimmter Informationspflichten statt einer Überregulierung einen realitätsgerechten faktischen Ausschluss des Widerrufsrechts für digitale Inhalte – darunter auch Apps – vorgesehen hat (die Ausgestaltung wird mit Inkrafttreten der deutschen Umsetzung am 13.06.2014 zusammen fallen). Dabei wurde bewusst auf eine Voll- statt die bisherige Mindestharmonisierung gesetzt, um den grenzüberschreitenden Handel auch zugunsten der Verbraucher zu erleichtern. Es würde einen Rückschritt für den darstellen, wenn wiederum eine Vielzahl an unterschiedlichen Regulierungen an den Nutzer- und Anbieterinteressen vorbei abgebildet werden müssten.

3 Darstellung von Informationspflichten, Datenschutzbedingungen und AGB auf mobilen Endgeräten

Die begrenzte Darstellbarkeit von Informationspflichten, Datenschutzbedingungen und AGB stellt aufgrund der derzeitigen gesetzlichen Ausgestaltung die Anbieter vor Herausforderungen und führt oft zu Nachteilen für Verbraucher. Diese „lose-lose“-Situation lässt sich an folgendem Beispiel illustrieren: Es ist unklar, ob der „unmittelbaren Erreichbarkeit“ der Pflichtangaben nach § 5 TMG nur dann Genüge getan ist, wenn diese sich aus jeder Navigationsebene und/oder aus jeder Bildschirmansicht einer App oder mobilen Website aufrufen lassen müssen. Nimmt man dies an, hätte dies beispielsweise bei Online-Spielen, die dafür konzipiert sind, den zur Verfügung stehenden Display-Platz so effektiv wie möglich auszunutzen, zur Folge, dass ständig ein Link mit den

Verweis auf das Impressum vorgehalten werden müsste. Dabei wird der Nutzer die entsprechenden Angaben vernünftigerweise im Hauptmenü bzw. auf der Startseite der App oder der mobilen Webseite suchen (und finden).

Die Frage, wie sich Regeldichte und -tiefe mit der Aufnahmefähigkeit von Verbrauchern besser in Einklang bringen lässt, betrifft sämtliche Vertragsabschlüsse im B2C-Bereich, nicht nur online, spitzt sich aber im Mobile-Commerce angesichts der eingeschränkten Platzverhältnisse zu. Im Mobile Commerce-Bereich weist Art. 8 Abs. 4 Verbraucherrechterichtlinie (innerstaatlich umgesetzt in Art. 246a §§ 3 und 4 n.F. EGBGB) den ersten Schritt in die richtige Richtung, indem er die Anzahl der unmittelbar zur Verfügung zu stellenden **Pflichtinformationen im Fernabsatz bei Mobilgeräten jedenfalls einschränkt und bezüglich der übrigen Informationen die Möglichkeit eröffnet, diese „in geeigneter Weise“ – also z.B. durch Angabe einer gebührenfreien Telefonnummer oder eines Hypertext-Links – zu erteilen.**¹

Ähnliche (und weitergehende) Erleichterungen wären auch in anderen Bereichen, die die Art, wie Informationspflichten darzustellen sind, wünschenswert. Hingegen wurden in Deutschland zuletzt im Rahmen der Button-Lösung zum 01.08.2012 als Vorgriff zur Verbraucherrechterichtlinie die Informationspflichten ausgeweitet. Der Fokus sollte aber – ausgerichtet an dem Leitbild eines aufgeklärten und informierten Verbrauchers – auf die für den Nutzer bzw. die Kaufentscheidung wesentlichen Angaben gelegt werden; diese sollten dem Nutzer prägnant zur Verfügung gestellt werden, mit der Möglichkeit des elektronischen Verweises (Link o.ä.) auf weitere Angaben, die für den durchschnittlichen Nutzer für die Kaufentscheidung oder die Entscheidung zur Nutzung eines mobilen Angebots eine untergeordnete Rolle spielen.

Gesetzlich verpflichtende optische Darstellungen mittels Symbolen halten wir für wenig sinnvoll, da dies aufgrund der Dynamik des Mobile-Commerce- bzw. E-Commerce-Marktes insgesamt ein ständiges „Hinterherlaufen“ des Gesetzgebers hinter neuen technischen Entwicklungen zur Folge hätte und zudem neue technische Möglichkeiten des Online-Einkaufs nicht hinreichend berücksichtigt werden könnten. Zudem sind Symbole nicht zwingend selbsterklärend, so dass bei ihrer Einführung und Bekanntmachung eine auf Sprache basierte Erklärung unerlässlich erscheint. App Stores operieren heute typischerweise international, verschiedene optische Symbole für verschiedene Länder würden ein einheitliches Angebot faktisch unmöglich machen und Angebote für den deutschen Markt wiederum verzögern oder verteuern. Auch hier zeigt sich, dass sich die jeweiligen App Stores durch das prominentere Abfragen von Einwilligungen vor Installation, teils auch mit Symbolen, verbraucherfreundlich entwickeln. Anstrengungen zur Vereinfachung von bspw. Datenschutzerklärungen wurden von Anbietern unternommen, die aber nicht überall auf ein positives Echo stoßen.

Im Übrigen ist wiederum darauf hinzuweisen, dass die Informationspflichten durch die Verbraucherrechterichtlinie vollharmonisiert worden sind, so dass dem nationalen Gesetzgeber kein eigener Normsetzungsspielraum, z.B. in Bezug auf die Verpflichtung zur Nutzung von Symbolen als Darstellung von Informationspflichten, verbleibt.

¹ Vgl. Erwägungsgrund 36 der Verbraucherrechterichtlinie und Gesetzesbegründung zu Art. 246a §§ 3 und 4 EGBGB (S.124 des Regierungsentwurfs Bundesrat Drucksache 817/12).

Eine mit den Informationspflichten verbundene Anwendungsfrage ist die Bestimmung der Verbraucherrechterichtlinie über die **Pflicht des Unternehmers, die Vertragsinhalte auf einem dauerhaften Datenträger zu bestätigen** (Art. 8 Abs. 7 Verbraucherrechterichtlinie; innerstaatlich umgesetzt in § 312f Abs. 2 n.F. BGB). Dieser fordert, dass spätestens bei der Lieferung der Ware oder bevor mit der Ausführung der Dienstleistung begonnen wird, die Informationen auf einem dauerhaften Datenträger zur Verfügung zu stellen sind.

Die in Art. 8 Abs. 4 Verbraucherrechterichtlinie (innerstaatlich umgesetzt in Art. 246a §§ 3 und 4 n.F. EGBGB) vorgesehenen Erleichterungen der Darstellungsvorgaben für Fälle, in denen nur begrenzter Raum oder begrenzte Zeit zur Verfügung steht, werden dadurch relativiert.

Zwar stimmt BITKOM der in der Verbraucherrechterichtlinie ausgeführten Intention zu, dass der Verbraucher die Möglichkeit haben soll, die Vertragsinhalte nach Vertragsschluss einsehen und diese so lange speichern zu können, wie es für den Schutz seiner Interessen in den Beziehungen zum Unternehmer erforderlich ist. Allerdings birgt eine zu restriktive Auslegung des „Zur-Verfügung-Stellens“ gemäß § 312f Abs. 2 n.F. BGB die Gefahr, dass wesentliche Vorteile des Geschäftsmodells des Bereitstellens von Downloads oder Streaming digitaler Inhalte durch diese Regelung erschwert oder gar gänzlich konterkariert werden.

Es ist dem Geschäftsmodell des Angebots von Downloads oder Streaming digitaler Inhalte gerade inhärent, dass die Übermittlung der digitalen Inhalte unmittelbar im Anschluss an die entsprechende Vertragserklärung des Verbrauchers beginnt. Der Verbraucher ist es bereits heute weitgehend gewohnt und erwartet, dass die Übertragung digitaler Inhalte wie beispielsweise Apps, e-Books, Spiele, Musik, Videos, Texte, etc. im Rahmen des Downloads oder Streamings ohne jegliche Zeitverzögerung beginnt. Gerade dies ist einer der wesentlichen Vorteile dieser Art der Übermittlung digitaler Inhalte, welche Downloads und Streaming für den Verbraucher gegenüber der Übermittlung auf einem körperlichen Datenträger wie CD, CD-Rom, DVD, Blue-Ray, etc. bequemer, schneller und kostengünstiger macht. Eine Vorschrift, die von dem Unternehmer die Übermittlung der Vertragsinhalte und relevanten Bestätigungen an den Verbraucher auf einem dauerhaften Datenträger vor Beginn der Übermittlung, also z.B. des Downloads der digitalen Inhalte verlangt, kann bei restriktiver Auslegung des „Zur-Verfügung-Stellens“ gemäß § 312f Abs. 2 n.F. BGB den Unternehmer dazu zwingen, den Beginn der Bereitstellung der digitalen Inhalte an den Verbraucher künstlich zu verzögern – und dies nur zwecks Übermittlung von Informationen, über die der Verbraucher bereits vor Vertragsschluss ohnehin informiert wurde. **Es sollte daher aus Sicht des BITKOM in der Praxis nicht darauf ankommen, dass der dauerhafte Datenträger bereits vor Beginn der Übermittlung der digitalen Inhalte tatsächlich in den Machtbereich des Verbrauchers gelangt ist; ein Absenden der Vertragsinhalte sollte ausreichen.**

Außerdem wäre in diesem Zusammenhang hilfreich, die Anwendung des Geltungsbereiches des dauerhaften Datenträgers auf sogenannte fortschrittliche Webseiten zu erweitern. Beim Abschluss elektronischer Fernabsatzverträge, insbesondere über digitale Inhalte, die vorwiegend über App-Stores in mobilen Endgeräten angeboten werden, ist die Information des Ver-

brauchers in Textform über die herkömmlichen in der Gesetzesbegründung² beispielhaft genannten Wege USB-Stick, CD-ROM, Speicherkarten, Festplatten und E-Mails nicht praktikabel und oft auch technisch nicht möglich.

Nach dem Stand der Technik sind bereits heute Gestaltungen von sogenannten fortgeschrittenen Internet-Webseiten möglich, die es dem Verbraucher ermöglichen, im Sinne der Definition eine Erklärung jederzeit während eines zweckgerichteten Zeitraums wiederzugeben.

BITKOM verweist in diesem Zusammenhang auf ein Urteil des EFTA Gerichtshofes³, in welchem exakt diese Thematik behandelt wurde:

Demnach können fortgeschrittene Internet-Websites einen sicheren Speicherbereich für einzelne Nutzer enthalten, auf welchen mittels Benutzernamen und Passwort zugegriffen werden kann. Vorausgesetzt, dass dieses Verfahren zur Speicherung von Informationen jede Möglichkeit der Änderung durch den Anbieter ausschließt, sei diese Art von Speicher mit der eigenen Festplatte des Nutzers vergleichbar. Der einzige Unterschied bestehe darin, dass der Verbraucher die Informationen aus der Ferne über das Internet abrufen kann. Der EFTA-Gerichtshof war der Ansicht, dass diese Unterkategorie einer fortgeschrittenen Internet-Website das Kriterium der Gewährleistung einer unveränderten Wiedergabe erfüllt, welche erforderlich ist, damit von einem dauerhaften Datenträger gesprochen werden kann.

Wenn auch die Begründung der Richtlinie mit dem Wort „beispielsweise“ (Erwägungsgrund 23) und die des Gesetzesentwurfs (§ 126b n.F. BGB) mit dem Wort „insbesondere“ signalisiert, dass über die aufgezählten Medien noch andere denkbar sind, wäre eine künftige Präzisierung wie folgt in Art. 2 Nr. 10 Verbraucherrechterichtlinie sowie in § 126b BGB hilfreich:

„[...] Ein dauerhafter Datenträger ist jedes Medium *unabhängig vom Ort seiner Verkörperung oder Speicherung*, das

1. es dem Empfänger ermöglicht, eine auf dem *Medium* befindliche an ihn persönlich gerichtete Erklärung so aufzubewahren, *abzurufen* oder zu speichern, dass sie ihm während eines für ihren Zweck angemessenen Zeitraums zugänglich ist, und
2. geeignet ist, die Erklärung unverändert wiederzugeben.“

Durch die Ersetzung des Wortes „Datenträger“ durch „Medium“ entfällt der Eindruck, dass es sich bei einem Datenträger eher um etwas Haptisches handeln dürfte. Somit wird die Norm dem normalen Sprachgebrauch, der eine Webseite – oder schon eine bereits eindeutig als davon umfasst vorgesehene E-Mail – nicht als Datenträger bezeichnen würde, angeglichen.

Zusammenfassend möchten wir darauf hinweisen, dass perspektivische Überlegungen für Änderungen der Bestimmungen im Anwendungsbereich der Verbraucherrechterichtlinie auf EU-Ebene angeregt werden sollen. eCommerce und

² Vgl. Erwägungsgrund 23 der Verbraucherrechterichtlinie und Gesetzesbegründung zu § 126b BGB (S.70 des Regierungsentwurfs Bundesrat Drucksache 817/12).

³ EFTA-Gerichtshof Urteil vom 27.01.2010, E-4/09 Internet-Website als „dauerhafter Datenträger“ JurPC Web-Dok. 27/2010, Abs. 1 – 81

mCommerce wachsen immer stärker zusammen. Aufgrund der begrenzten Displaygröße beim mCommerce wird Unterscheidungs- oder Anpassungsbedarf weiterhin zur Erfüllung der Informationspflichten bestehen.

Die Unternehmen sind derzeit gefordert, einen Spagat zu machen, indem sie sich einerseits um eine einfachere und verständlichere Sprache bei den Informationspflichten zu verwenden bemühen, andererseits aber sämtliche aus Gesetzen und Rechtsprechung stammenden Anforderungen erfüllen müssen - in einer Weise, die im Falle einer Abmahnung auch vor Gerichten standhalten.

Bei allen künftigen Lösungen soll daher die Rechtssicherheit für die Anbieter gewährleistet werden, indem eventuelle Vereinfachungen (z.B. Mittels Symbole oder Muster) auf EU-Ebene gesetzlich verankert werden, die gegenwärtigen gesetzlichen Anforderungen ersetzen können und nicht als zusätzliche Verpflichtungen eingeführt werden. In diesem Zusammenhang kann Selbstregulierung für die flexiblere und praxisnähere Konkretisierung der Informationspflichten ein sinnvolles Instrument darstellen, soweit dafür der Gesetzgeber klare Rahmenbedingungen und Anreize für die Beteiligung der Wirtschaftsakteure schafft.

4 Gütesiegel und sonstiges

Zur Schaffung von Gütesiegeln kann eine Selbstverpflichtung ein sinnvolles Instrument darstellen, insoweit dafür der Gesetzgeber klare Rahmenbedingungen und Anreize für die Beteiligung der Wirtschaftsakteure schafft. Die Entwicklung der Kriterien für ein Gütesiegel im Rahmen einer Selbstverpflichtung, das Zertifizierungsverfahren und die Ausübung der Aufsichtsfunktionen durch das Selbstregulierungsgremium sind nämlich mit hohen Kosten verbunden.

Innerhalb des gesetzlichen Rahmens können sich Unternehmen auf freiwilliger Basis in einer konkretisierenden Selbstverpflichtung beteiligen. Die Einhaltung der unter einer Selbstverpflichtung sorgfältig definierten, transparenten Kriterien können durch den Gütesiegelanbieter kontrolliert werden.

In Bezug auf das altersgerechte Herunterladen von Apps möchten wir auf **bereits existierende technische Jugendschutz-Lösungen hinweisen, welche die altersgerechte Internetnutzung auf mobilen Endgeräten ermöglichen** (z.B. die Apps Vodafone Child Protect⁴ oder FragFINN⁵). Zum Thema technischen Jugendschutz bietet die Initiative „Sicher online gehen“ einen umfassenden Überblick⁶. Die vom Bund, den Ländern und der Wirtschaft getragene Initiative setzt sich - mit einem Schwerpunkt auf technischem Jugendmedienschutz - das Ziel, den Kinderschutz im Internet voranzubringen. BITKOM unterstützt die Initiative als Partner.

⁴ <http://www.vodafone.de/privat/apps-und-fun/childprotect.html>

⁵ <http://www.fragfinn.de/kinderliste/eltern/kinderschutz/app.html>

⁶ http://dialog-internet.de/web/msjugendschutzprogramme/projekt/artikel/-/asset_publisher/5LgP/content/welche-weiteren-moeglichkeiten-gibt-es
<http://www.klicksafe.de/themen/technische-schutzmassnahmen/jugendschutzfilter/ueberblick-ueber-existierende-technische-filtersysteme/>