

# Stellungnahme

zum Entwurf des NRW Positionspapiers  
„Verbraucherschutz 4.0“

20.02.2017

Seite 1

Bitkom vertritt mehr als 2.400 Unternehmen der digitalen Wirtschaft, davon 1.600 Direktmitglieder. Sie erzielen mit 700.000 Beschäftigten jährlich Inlandsumsätze von 140 Milliarden Euro und stehen für Exporte von weiteren 50 Milliarden Euro. Zu den Mitgliedern zählen 1.000 Mittelständler, mehr als 300 Start-ups und nahezu alle Global Player. Sie bieten Software, IT-Services, Telekommunikations- oder Internetdienste an, stellen Hardware oder Consumer Electronics her, sind im Bereich der digitalen Medien oder der Netzwirtschaft tätig oder in anderer Weise Teil der digitalen Wirtschaft. 79 Prozent der Unternehmen haben ihren Hauptsitz in Deutschland, weitere 9 Prozent kommen aus Europa, 8 Prozent aus den USA. 4 Prozent stammen aus Asien, davon die meisten aus Japan. Bitkom fördert die digitale Transformation der deutschen Wirtschaft und setzt sich insbesondere für eine innovative Wirtschaftspolitik, eine Modernisierung des Bildungssystems und eine zukunftsorientierte Netzpolitik ein.

Das Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen hat bereits während seines turnusmäßigen Vorsitzes der Verbraucherschutzministerkonferenz im Jahr 2016 das Thema „Verbraucherrechte im digitalen Zeitalter“ als Schwerpunkt gesetzt. Aus Sicht des Ministeriums bedarf es eines zeitgemäßen Konzeptes für einen modernen und vorsorgenden Verbraucherschutz. Das Ministerium hat daher den Entwurf eines Positionspapiers mit dem Titel „Verbraucherschutz 4.0“ erarbeitet, das eine erste Orientierung bieten soll, wie ein wirkungsvoller Verbraucherschutz im digitalen Zeitalter ausgestaltet werden könnte. Bitkom bedankt sich für die Möglichkeit der Teilnahme an der Konsultation. Zum Entwurf möchten wir gern wie folgt Stellung beziehen:

## I. Zur Einleitung

Bereits der erste Satz der Einleitung macht deutlich, in welche Richtung der Entwurf des Positionspapiers geht. Hier ist von „Herausforderungen und Risiken“ der zunehmend digitalisierten Welt die Rede. Im gesamten Entwurf ist der Grundton kritisch bis warnend, als wäre die Digitalisierung vor allem ein Risiko. Dieser Wahrnehmung der Digitalisierung als Gefahr möchte Bitkom entschieden entgegenreten. Richtig ist, dass das Alltagsleben der Menschen, unsere Wirtschaft und unser Arbeitsleben bereits heute zunehmend durch die Digitalisierung geprägt werden. Dass die Bürgerinnen und Bürger digitale Dienste und Produkte so zahlreich und so begeistert nut-

Bundesverband  
Informationswirtschaft,  
Telekommunikation  
und Neue Medien e.V.

**Marie-Teresa Weber**  
**Bereichsleiterin**  
**Verbraucherrecht & Medienpolitik**  
T +49 30 27576-221  
mt.weber@bitkom.org

Albrechtstraße 10  
10117 Berlin

Präsident  
Thorsten Dirks

Hauptgeschäftsführer  
Dr. Bernhard Rohleder

## Stellungnahme zum NRW Positionspapier Verbraucherschutz 4.0

Seite 2|14

zen und diese aus ihrem Leben nicht mehr wegzudenken sind, dürfte die Frage beantworten, ob die Menschen in Deutschland die durch die Digitalisierung hervorgerufenen Veränderungen wirklich wollen. Tatsächlich nutzen Verbraucher die Vorteile der digitalen Welt viel und gern. Dies zeigen die Ergebnisse von repräsentativen Umfragen. Insgesamt haben 98 Prozent aller Internetnutzer ab 14 Jahren in den vergangenen 12 Monaten online etwas gekauft. Kundenbewertungen sind für Verbraucher das wichtigste Entscheidungskriterium beim Online-Shopping. Zwei Drittel der Befragten (65 Prozent) nutzen Kundenbewertungen in Online-Shops als Entscheidungshilfe vor dem Kauf von Produkten. Damit landen die Online-Rezensionen noch vor Preisvergleichsseiten (51 Prozent) und persönlichen Gesprächen mit Freunden, Familie und Kollegen (50 Prozent). Beispielsweise im Strommarkt nutzen Verbraucher gern Vergleichsportale. Drei Viertel (72 Prozent) der Internet-Nutzer haben sich schon einmal online über Strompreise informiert oder dort Preisvergleiche vorgenommen. Smartphones gehören in allen Altersgruppen zum Alltagsleben der Verbraucher dazu: 67 Prozent der Smartphone-Nutzer sagen: „Smartphones sind für mich eine große Erleichterung im Alltag.“ 61 Prozent erklären sogar: „Ich kann mir ein Leben ohne Smartphone nicht mehr vorstellen.“ Fast drei von zehn Deutschen ab 65 (28 Prozent) nutzen bereits ein internetfähiges Mobiltelefon. Dabei sagt die Hälfte (50 Prozent) der Senioren, dass Smartphones für sie eine große Erleichterung im Alltag sind. Jeder Vierte (25 Prozent) erklärt sogar, dass er sich ein Leben ohne Smartphone nicht mehr vorstellen kann. Und mehr als jeder Fünfte (22 Prozent) findet, dass ihn das Smartphone anderen Menschen näher bringt.

Teilweise werden in der Einleitung Behauptungen aufgestellt, die nicht belegt werden und auch nicht belegbar sind. Beispielsweise heißt es im Papier „das Informationsverhalten der Verbraucherinnen und Verbraucher [habe sich] mit der Digitalisierung völlig verändert, weil immer mehr auf Berichterstattungen im Internet zurückgegriffen [werde], anstatt sich über Zeitungen oder Fernsehen zu informieren.“ Einer jüngsten Bitkom-Umfrage zufolge informieren sich die bei weitem meisten Menschen jedoch weiterhin in den klassischen Medien über das aktuelle Geschehen. An der Spitze steht mit Abstand das Fernsehen. 92 Prozent aller Bundesbürger informieren sich im TV über die aktuelle Nachrichtenlage. 72 Prozent nutzen Tageszeitungen und 69 Prozent hören Radio-Nachrichten. 68 Prozent nutzen das persönliche Gespräch mit Familie, Freunden oder Bekannten. Das Internet liegt in der Gesamtbevöl-

<sup>1</sup> <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Aus-Online-Shopping-wird-Mobile-Shopping.html>.

<sup>2</sup> <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Kundenbewertungen-sind-wichtigste-Kaufhilfe.html>.

<sup>3</sup> <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Bundesbuenger-wuenschen-sich-innovative-Strom-Angebote.html>.

<sup>4</sup> <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Umsatz-mit-Smartphones-knackt-10-Milliarden-Marke.html>.

<sup>5</sup> <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Smartphones-sind-fuer-viele-Senioren-unverzichtbar.html>.

## Stellungnahme zum NRW Positionspapier Verbraucherschutz 4.0

Seite 3|14

kerung als Informationsquelle mit 63 Prozent auf Platz fünf. In der jüngeren (14 bis 29 Jahre) und mittleren Altersgruppe (30 bis 49 Jahre) schiebt sich das Internet in der Rangfolge der wichtigsten Informationsquellen hinter das Fernsehen auf Platz zwei. Wer sich im Internet informiert, steuert zuallererst die Nachrichtenseiten der Printmedien an (79 Prozent). Es folgen TV-Sender (69 Prozent), die Startseiten von E-Mail- bzw. Internet-Providern wie T-Online oder Web.de (67 Prozent) sowie die Nachrichtenangebote von Radiosendern (27 Prozent). Die klassischen Medien sind die erste Anlaufstelle für Nachrichten im Internet und haben demnach nach wie vor eine enorme Reichweite. Lediglich jeder Fünfte (20 Prozent) nutzt soziale Netzwerke wie Facebook, Twitter oder Xing sowie Messenger wie WhatsApp, um sich über das aktuelle Geschehen zu informieren. Die Umfrage stützt damit Ergebnisse bereits bekannter Studien, wonach das Fernsehen immer noch die meist genutzte Informationsquelle ist.

Später heißt es in der Einleitung, „große Unternehmen konnten daher faktisch und ohne demokratische Legitimation einen unverrückbaren Rahmen für den digitalen Alltag der Verbraucherinnen und Verbraucher schaffen, [...]“. Zunächst brauchen Unternehmen im Gegensatz zu Staaten keine demokratische Legitimation. Sie sind vielmehr Subjekt staatlicher Regulierung und Träger von Grundrechten. Die vom Bitkom vertretenen Unternehmen sind an deutsche beziehungsweise an europäische Gesetze gebunden wie jedes andere Unternehmen auch. In Europa und in Deutschland werden durch den demokratisch legitimierte Gesetzgeber die Regeln gesetzt, in deren Rahmen Unternehmen ihre Geschäfte machen. Was die Digitalisierung hieran geändert haben soll, ist nicht ersichtlich. Für die daran anknüpfende Behauptung, dass Verbraucher den angesprochenen Rahmen „bei kritischer Betrachtung zunehmend als unfair und wenig selbstbestimmt empfinden“, gibt es ebenfalls keine Belege. Bitkom wünscht sich eine sachlichere Herangehensweise an die Thematik. Eine Diskussion über mögliche Änderungen in der Regulierung der digitalen Wirtschaft sollte nicht auf Grundlage von Behauptungen geführt werden, für die es keine wissenschaftlichen Nachweise gibt.

### **II. Zum Abschnitt: „Digitale Konsumbedingungen dürfen Verbraucherinnen und Verbraucher im Vergleich zur analogen Welt nicht schlechter stellen“**

Digitale Konsumbedingungen stellen Verbraucher im Vergleich zur analogen Welt keinesfalls schlechter. Vielmehr schafft die Digitalisierung neue Produkte, neue Dienste und vor allem neue Vergleichsmöglichkeiten. Wer diese nicht nutzen möchte, steht nicht schlechter als früher, die analoge Welt steht ihm jederzeit weiterhin offen. Der digitale Produkte und Dienste ablehnende Verbraucher hat lediglich auf-

<sup>6</sup> <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Bitkom-mahnt-zu-Besonnenheit-im-Umgang-mit-Fake-News.html>.

## Stellungnahme zum NRW Positionspapier Verbraucherschutz 4.0

Seite 4|14

grund einer freiwilligen Entscheidung dann eben die vielen Vorteile nicht, die digitale Dienste bieten. Er verzichtet auf Schnelligkeit, auf im Alltag praktische Hilfsmittel wie Fahrkartenkauf-Apps, Routenplaner oder Live-Video-Telefonie.

Anstatt die nicht mögliche Nutzung von Streamingdiensten im Ausland oder die nicht bestehende Möglichkeit des Weiterverschicken von E-Books als bösen Willen der Unternehmen darzustellen, lohnt es sich die hinter diesen Entscheidungen stehenden Gründe zu erklären. Dass Musiktitel, Filme oder Serien eines abonnierten Streamingdienstes im Urlaub im Ausland nicht abgerufen werden können, hat urheberrechtliche Gründe. Die Lizenzen für das Musikstück bzw. für den Film oder die Serie werden territorial vergeben und liegen für das Ausland oft schlicht nicht vor, weshalb der Dienst im Urlaub nicht genutzt werden kann. Diesem Problem hat sich die Politik jedoch bereits angenommen. Mit der kurz vor der Verabschiedung stehenden Portabilitätsverordnung soll die zeitlich begrenzte Nutzung solcher Dienste im Ausland zukünftig unter bestimmten Voraussetzungen möglich sein.

### **III. Zum Abschnitt: „Entscheidungshilfen im digitalen Konsumalltag müssen verbraucherfreundlich ausgestaltet sein“**

Vergleichs- und Bewertungsportale helfen Verbrauchern auf einfache Art, Ihre Konsumentscheidungen fundierter zu treffen. Das Recht des unlauteren Wettbewerbs setzt den rechtlichen Rahmen für die Portale. Eine darüberhinausgehende Neugestaltung des Rechtsrahmens ist aus Sicht des Bitkom nicht notwendig.

### **IV. Zum Abschnitt: „Der technischen Überlegenheit der Anbieterseite ist mit gesetzlichen Grenzen zu begegnen und es sind faire Rahmenbedingungen zu schaffen“**

Laut dem Entwurf werden „digitale Geschäftsmodelle maßgeblich von der Anbieterseite gesteuert.“ Dass sich Unternehmer Produkte und Dienstleistungen einfallen lassen, die bei Verbrauchern gut ankommen und daher auf Abnehmer stoßen, hierfür die Bedingungen, auch den Preis festsetzen, also „das Geschäftsmodell steuern“, ist keine Besonderheit der Digitalbranche, sondern im Geschäftsleben üblich.

Ohne Daten ist die Erbringung vieler der bei Verbrauchern beliebten Dienste schlicht nicht möglich. Ohne meine Daten kann der Routenplaner mir nicht sagen, wie ich von A nach B komme und das Navigationssystem kann mir nicht vorhersagen, wo auf meinem Weg Staugefahr ist. Ohne meine Daten kann das Soziale Netzwerk mir nicht den Kontakt mit meinen ebenfalls dort angemeldeten Bekannten ermöglichen. Die Daten ermöglichen viele der Funktionen von heute wie selbstverständlich genutzten Diensten.

## Stellungnahme zum NRW Positionspapier Verbraucherschutz 4.0

Seite 5|14

Der Thesentext spricht sich dafür aus, dass Online-Anbieter die in die Preisgestaltung einfließenden Faktoren offenlegen sollen. Dies ist im stationären Handel heute an keiner Stelle vorgesehen. Kein Supermarkt, kein Autohändler muss erklären, warum der Preis wie hoch ist, welche Zusammensetzung darin steckt usw. Es ist unklar, warum dies nun im Online-Handel der Fall sein sollte. Neue Rahmenbedingungen sollten die Digitalisierung ermöglichen und kanalisieren, und sie nicht von vornherein nur negativ sehen.

### **V. Zum Abschnitt: „Für einheitliche Regelungen im EU-Binnenmarkt sorgen“**

Bitkom setzt sich wie die Autoren des Entwurfs für eine Harmonisierung des Verbraucherschutzrechts in der Europäischen Union ein. Von harmonisierten Regeln profitieren Verbraucher wie Unternehmen gleichermaßen.

#### **1. Zur Forderung: „Faire Preise auch im Online-Handel - Ein Preis muss für alle Kunden gelten“**

Die Forderung, dass alle Kunden darauf vertrauen können sollen, von ein- und demselben Anbieter auch den gleichen Preis angeboten zu bekommen, ist im Online-Handel genauso unbegründet wie im klassischen Offline-Handel. Sie geht an den Prinzipien eines marktwirtschaftlichen Systems, in dem Angebot und Nachfrage den Preis bestimmen, vorbei. Verbraucher konnten auch im vordigitalen Zeitalter nicht jede einzelne Berechnung und jeden Faktor kennen, der zu dem am Ende ausgewiesenen Preis für ein Produkt führte. Algorithmen ändern an dieser Berechnungsgrundlage nichts, sie führen nur zu einem schnelleren Berechnungsvorgang. Es ist nicht ersichtlich, warum ein Händler verpflichtet werden muss, jeden Aspekt der Preisgestaltung nachvollziehbar (und haftungssicher) zu erläutern. Dies ist auch im stationären Einzelhandel nicht der Fall und würde zu einer systematischen Benachteiligung des Online-Handels führen. Die Digitalisierung schafft für preisbewusste Verbraucher sogar nie dagewesene Transparenz von Preisen, die Verbraucher besser als je zuvor vergleichen können. Dadurch kann das Gefühl entstehen, der als undurchsichtig empfundenen Preisbildung stärker als früher ausgesetzt zu sein. Tatsächlich hat der Verbraucher früher die Preise im Nachbarort oder im übernächstgelegenen Reisebüro schlicht nicht gekannt. Ob der ihm angebotene Preis in dem Ladengeschäft oder bei dem Dienstleister, den er zufällig aufgesucht hat, der günstigste war oder nicht, war ihm unbekannt. Dass Preisdiskriminierung, also die grundlose Ungleichbehandlung von Verbrauchern, im Internet verstärkt auftritt, ist bisher noch in keiner bekannten Studie nachgewiesen worden. Das Verbraucherschutzministerium NRW organisierte im Rahmen seines Vorsitzes der Verbraucherschutzministerkonferenz zum Thema Preisdynamik und Preisindividualisierung ein Verbändegespräch am 24. November

## Stellungnahme zum NRW Positionspapier Verbraucherschutz 4.0

Seite 6|14

2016. Die dazu eingeladenen Experten gaben an, keine Preisdiskriminierung im Markt feststellen zu können.

Gründe für unterschiedliche Preise können in aufgebrauchten Kontingenten eines bestimmten Preissegments liegen oder darin, dass der Marktpreis insgesamt gesunken sind, die Preise der Konkurrenz also in durch die Digitalisierung möglicher Schnelligkeit wiedergespiegelt werden. Wie im Entwurf richtig angemerkt, kann es bei der Frage der Gleichbehandlung bei der Preisgestaltung nur darum gehen, ob eine sachliche Rechtfertigung für die Ungleichbehandlung vorliegt. Nur, wenn dies nicht der Fall ist, liegt eine Diskriminierung vor.

### 2. **Zur Forderung: „Profitable Diskriminierung unterbinden - Staatsangehörigkeit oder Wohnort darf bei Angeboten keine Rolle spielen“**

Die Ungleichbehandlung von Kunden aufgrund ihrer Nationalität ist bereits nach aktuellem EU-Recht verboten. Dass der aktuell in Brüssel diskutierte Entwurf einer Geoblocking-Verordnung dies noch einmal konkretisiert, ist zu begrüßen. Dass für alle Verbraucher in der EU grundsätzlich die gleichen Vertragsbedingungen und Preise gelten sollen, ist jedoch eine an der Realität vorbeigehende Forderung. Die Lebenshaltungskosten sind in München und Bremerhaven, in Mailand oder im italienischen Süden genauso wenig vergleichbar wie in Dänemark oder Tschechien. Die Preise an den genannten Orten variieren daher entsprechend der Kaufkraft. Der Entwurf der Geoblocking-Verordnung verbietet daher folgerichtig nicht die unterschiedliche Preisgestaltung von an unterschiedliche Märkte gerichteten Angeboten.

Audiovisuelle Dienste sind aus guten Gründen aus dem Anwendungsbereich der geplanten Geoblocking-Verordnung ausgenommen worden. Das Urheberrecht sieht in Europa territorial zu vergebende Lizenzen vor. Diensteanbieter können aus Gründen des Urheberrechts ihre Dienste nicht für Märkte anbieten, in denen sie die urheberrechtlichen Lizenzen nicht haben. Dieser Fakt kann nicht über den Umweg der Geoblocking-Verordnung geändert werden.

Der grenzüberschreitende Versandhandel ist nicht vom Anwendungsbereich der geplanten Geoblocking-Verordnung ausgenommen worden. Händler werden laut dem Verordnungsentwurf lediglich nicht verpflichtet, ein Produkt auch ins Ausland zu versenden. Zum Vertragsabschluss zu gleichen Konditionen sind sie jedoch verpflichtet.

## Stellungnahme zum NRW Positionspapier Verbraucherschutz 4.0

Seite 7|14

### 3. Zur Forderung: „Zugriff auf Werke und Inhalte digitaler Medien bei Auslandsaufenthalten ermöglichen“

Die angesprochene Portabilitätsverordnung wird den Verbrauchern in der EU bei grenzüberschreitenden zeitlich begrenzten Reisen die Nutzung ihrer Onlineinhalte unter bestimmten Voraussetzungen ermöglichen. Dies ist grundsätzlich im Rahmen des aktuell zur Diskussion stehenden klar umgrenzten Anwendungsbereichs zu begrüßen.

### 4. Zur Forderung: „Bezahlung mit Daten anstatt Geld begrenzen- Allgemeines Koppelungsverbot verankern“

Mit der Datenschutzgrundverordnung ist das Koppelungsverbot bereits verschärft worden. Darüber hinaus ist keine Anpassung der Rechtslage notwendig.

### 5. Zur Forderung: „Datensparsame Produkte als Alternative verpflichtend anbieten“

Die Verpflichtung eines Unternehmens, ein Produkt anzubieten, für das sich im Markt bisher nicht von selbst eine Nachfrage entwickelt hat, ist unsinnig und in einem marktwirtschaftlichen System außerdem deplatziert. Die unternehmerische Freiheit ist ein nach der Charta der Grundrechte der Europäischen Union allen Unternehmen zustehendes Grundrecht, das nicht beliebig einschränkbar ist. Dazu gehört auch, wie ein Unternehmen ein Produkt anbietet und ob es eine datensparsame Variante gegen ein Entgelt anbietet oder nicht.

### 6. Zur Forderung: „Umfassende Datenschutzerklärungen nicht im Kleingedruckten verstecken“

Datenschutzerklärungen werden nicht deshalb besonders lang und kompliziert formuliert, weil Unternehmen den Verbraucher nicht umfassend informieren wollen. Unternehmen formulieren ihre Datenschutzbelehrungen dergestalt, dass sie möglichst rechtssicher sind. Um alle gesetzlichen datenschutzrechtlichen Informationspflichten zu erfüllen, ist ein Text von einer gewissen Länge notwendig. Unternehmen „verstecken“ also ihre Datenschutzbelehrungen nicht in „Kleingedrucktem“. Sie erfüllen mit den oft langen Belehrungen vielmehr ihre gesetzlichen Pflichten. Die Digitalbranche und die Politik sind sich inzwischen einig, dass die oft langen Datenschutzbelehrungen nicht zu einem höheren Niveau an Verbraucherschutz führen, da sie kaum gelesen werden. Komprimierte, einfach lesbare Datenschutzhinweise mit dem Wichtigsten auf einer Seite sind eine gute Idee. Durch die knappe Form kann jedoch keine Vollständigkeit gewährleistet werden. Um rechtssicher zu handeln, muss daneben weiterhin die umfangreiche Datenschutzerklärung erstellt werden. Erste Ansätze eines

## Stellungnahme zum NRW Positionspapier Verbraucherschutz 4.0

Seite 8|14

Datenschutz One-Pagers werden in der Branche bereits getestet und angewandt. Dieser Prozess ist begrüßenswert. Jedoch wird hier aktuell noch Vieles ausprobiert. Eine gesetzliche Verpflichtung zum knappen Datenschutz One-Pager ist aktuell nicht sinnvoll.

### **7. Zur Forderung: „Button-Lösung auch für Datenschutzerklärungen umsetzen“**

Es gibt schon heute das Instrument der Datenschutzrechtlichen Einwilligung, die gesondert über einen „Haken“ aktiv erteilt werden muss beziehungsweise für digitale Dienste ganz üblich die Vereinbarung von Nutzungsbedingungen, in deren die Datenverarbeitung transparent beschrieben werden muss und die ihrerseits akzeptiert werden muss. Die Erforderlichkeit beziehungsweise der Mehrwert eines Buttons erschließt sich daher nicht. Die besondere „Warnfunktion“ des Kauf-Buttons wird dadurch eher wieder eingeschränkt durch den Effekt des „Durchklickens“ ohne zu lesen.

### **8. Zur Forderung: „Missbrauch der Marktmacht großer Anbieter unterbinden – Kartellbußen für die Verbraucherarbeit nutzen“**

Es ist nachvollziehbar, dass der Gesetzgeber mit der 9. GWB-Novelle mehrseitige Märkte in die kartellrechtliche Prüfungspraxis einbeziehen und damit technische und wirtschaftliche Entwicklungen gesetzlich berücksichtigen möchte. Auch in zwei- oder mehrseitigen Märkten können Unternehmen eine starke Marktstellung erlangen, für die rechtliche Maßstäbe gelten müssen. Im Sinne einer umfassenden Würdigung der Marktstrukturen und der Wettbewerbssituation ist eine umfassende Betrachtung der Wechselwirkungen zwischen allen Nutzergruppen erforderlich. Dies kann auch eine unentgeltliche Seite mit einschließen.

Mit der 9. GWB-Novelle soll der Zugang zu Daten in die Bewertung der Marktstellung eines Unternehmens mit einfließen. Wichtig ist zu erkennen, dass in der heutigen Digitalökonomie grundsätzlich jedes Unternehmen Zugang zu Daten hat und diese verarbeiten kann. Datenerhebung und Datenverwertung wird gegenwärtig oft mit Internetfirmen verbunden. Die Bedeutung und das Volumen an für Unternehmen zugänglichen Daten steigen aber auch auf sogenannten traditionellen Märkten. Alle Unternehmen, einschließlich Offline-Unternehmen, generieren Nutzungsdaten. Dieser Aspekt darf bei der Diskussion um eine Anpassung des Kartellrechts nicht außer Acht gelassen werden. Die Erfolge von Online-Unternehmen beruhen auch nicht hauptsächlich auf Daten, sondern auf innovativen Geschäftsmodellen, einschließlich der Analyse von Daten.

<sup>7</sup> [http://www.bmju.de/DE/Themen/FokusThemen/OnePager/OnePager\\_node.html](http://www.bmju.de/DE/Themen/FokusThemen/OnePager/OnePager_node.html); Umsetzung beispielsweise der Deutschen Telekom AG: <https://www.telekom.de/datenschutz-ganz-einfach>.



## Stellungnahme zum NRW Positionspapier Verbraucherschutz 4.0

Seite 9|14

Nach dem Vorschlag sollen künftig 20 % der von der Kartellbehörde erhobenen Kartellbußen in ein Sondervermögen des Bundes fließen und zweckgebunden zur Finanzierung der Verbraucherarbeit der Verbraucherorganisationen verwendet werden. Wenn es darum geht, Marktmacht zu begrenzen, muss das Ziel sein, den Wettbewerb zwischen den Unternehmen zu stärken und den Markteintritt für neue Wettbewerber zu erleichtern. Die 20% wären daher besser bei einer gezielten Start-up Förderung angelegt, die den Unternehmen insbesondere hilft, den Aufwand für Regulierungs- und Bürokratiethemen zu verringern, die eine erhebliche Markteintrittsschwelle darstellen.

### **9. Zur Forderung: „Faire Regeln beim Scoring schaffen“**

Scoring-Verfahren helfen Unternehmen, die Bonität von potentiellen Vertragspartnern einzuschätzen. Bei einem erhöhten Zahlungsausfallrisiko ist es gerechtfertigt, beispielsweise eine Zahlung auf Kredit abzulehnen. Dies muss auch zukünftig möglich sein. Selbstverständlich müssen auch hierbei die Antidiskriminierungsgrundsätze der bestehenden Gesetzgebung eingehalten werden.

### **10. Zur Forderung: „Telematiktarife im Versicherungsbereich kritisch hinterfragen“**

Telematiktarife sind grundsätzlich positiv zu bewerten. Als freiwillige Option im Rahmen der Vertragsfreiheit schaffen sie beispielsweise im Bereich der Krankenversicherungen Anreize für einen gesunden Lebensstil. Das Prinzip, für gesundheitsfördernde Verhaltensweisen belohnt zu werden, ist keinesfalls neu. So gab es auch in vordigitalen Zeiten Vorteile durch den regelmäßigen Zahnarztbesuch oder durch den Besuch einer Rückenschule oder eines Yogakurses. Das 5. Sozialgesetzbuch erlaubt solche Bonussysteme. Wichtig ist, dass das Solidarprinzip aufrechterhalten wird. Ein Malus System bei Nichtteilnahme am Bonussystem ist verboten. Dies muss so bleiben.

### **11. Zur Forderung: „Smart Home Anwendungen im Internet der Dinge verbraucherfreundlich gestalten“**

Smart Home Anwendungen bieten Verbrauchern enorme Chancen. Selbstverständlich müssen Sicherheits- und Datenschutzstandards eingehalten werden. Die Sicherheit der Geräte und der Schutz der erhobenen Daten sind zentrale Voraussetzungen für den Erfolg des Smart Home. Die Anbieter sollten bestimmte Mindeststandards bei der Sicherheit einhalten. Dazu gehört die Auslieferung von Geräten mit individuellen Passwörtern, die Gewährleistung schneller Sicherheits-Updates bei Hacker-Angriffen oder die Verschlüsselung personenbezogener Daten. Darüber hinaus müssen die Verbraucher aber auch selbst einen Beitrag leisten und schon bei der Anschaffung

## Stellungnahme zum NRW Positionspapier Verbraucherschutz 4.0

Seite 10|14

von Smart-Home-Geräten bewusst auf Sicherheits-Features achten. Anlässlich des Safer Internet Day 2017 hat Bitkom ein Merkblatt mit 8 Schritten für Verbraucher zum sicheren Umgang mit Smart Home Anwendungen herausgegeben:

### 12. Zur Forderung: „Pflicht zur Nutzung datenintensiver Dienste unterbinden“

Gerade ein Ministerium, das neben Verbraucherschutz für Klimaschutz zuständig ist, sollte sich für den Einsatz von intelligenten Messsystemen auch für Endverbraucher einsetzen, mit Hilfe derer der Energieverbrauch genau analysiert und in der Folge stark reduziert werden kann. Der Einsatz solcher Messsysteme kann einen unschätzbaren Mehrwert zur Verringerung des Energieverbrauchs leisten. Die für diesen Bereich geltenden Datenschutzbestimmungen sind absolut ausreichend. Als zuständiges Ministeriums quasi selbst vor dem Einsatz zu warnen und mit der Einführung eines Widerspruchsrechts für Verbraucher die Verbreitung selbst einzudämmen, ist unverständlich und kontraproduktiv.

Das Datenschutzkonzept für intelligente Messsystem ist einzigartig und im Gesetz zur Digitalisierung der Energiewende niedergelegt. Die intelligenten Messgeräte sind nach dem Grundsatz privacy-by-design konstruiert. Wie bisher auch, bekommt der Stromversorger lediglich die Zahl des Gesamtjahresverbrauchs. Das heißt, keine Daten werden herausgegeben, die der Verbraucher nicht herausgeben will. Die Geräte ermitteln Daten, diese bleiben jedoch im Gerät gespeichert und werden nicht von selbst an den Stromanbieter übermittelt. Nur, wenn der Verbraucher freiwillig einen bestimmten Tarif auswählt und dafür freiwillig bestimmte darüberhinausgehende Daten übermitteln möchte, gehen mehr Daten an den Stromversorger. Im Zweifelsfall ist es aus Sicht des Bitkom richtig, dass der Verbraucher die Granularität der im Gerät gespeicherten Daten selber im Gerät bestimmen darf. Es gibt keinen Bedarf für weitere Anpassungen oder gar Widerspruchsrechte im Gesetz.

### 13. Zur Forderung: „Bargeld als Zahlungsmittel erhalten“

In vielen EU-Staaten gibt es bereits Obergrenzen für Bargeldzahlungen, um Schwarzmarktgeschäfte einzudämmen. Bargeld ist hohen Risiken verbunden, Geldwäsche und Fälschungen sind hier genauso zu nennen wie das Transportrisiko. Für sehr hohe Summen kann eine Einschränkung daher sinnvoll sein. Bitkom plädiert generell für ein Nebeneinander von Bargeld und E-Payment-Lösungen. Letztere müssen in Deutschland viel stärker als bisher gefördert werden. Für den einzelnen Verbraucher kann bargeldloses Zahlen, beispielweise über E-Payment-Systeme, wie in vielen unserer Nachbarstaaten bereits üblich, große Erleichterungen gerade bei Alltagsgeschäften (Fahrten mit der U-Bahn etc.) mit sich bringen. Der Überblick über die

<sup>8</sup> <https://www.bitkom.org/Presse/Anhaenge-an-Pls/2017/02-Februar/Handout-Safer-Internet-Day-14-02-2017.pdf>.

## Stellungnahme zum NRW Positionspapier Verbraucherschutz 4.0

Seite 11|14

eigenen Finanzen ist außerdem sehr gut gewährleistet, weil auch mobil die Einsicht in die eigenen Kontodaten jederzeit möglich ist. Deutschland liegt im Vergleich zu vielen anderen europäischen Ländern weit zurück. Hier besteht riesiger Aufholbedarf

### **14. Zur Forderung: „Weiterveräußerung digitaler Güter ermöglichen“**

— Weiterveräußerungsverbote beispielsweise für erworbene E-Books haben urheberrechtliche Gründe. Im Gegensatz zu gedruckten Büchern, die an einen neuen Leser übereignet und dazu übergeben werden können, und deren Seiten sich langsam abnutzen durch mehrmaliges Lesen, tritt bei E-Books keine „Erschöpfung“ im Sinne des Urheberrechts ein. Ein E-Book nutzt sich nicht ab, der in digitaler Form vorliegende Text bleibt unverändert. Die Weiterveräußerung würde hier den Primärmarkt nachhaltig schädigen, es gäbe keinen Grund mehr zum Erwerb eines neuen E-Books. Das Verbot der Weiterveräußerung besteht zum Schutz des Primärmarkts mit E-Books. Das für Verbraucher vielleicht überraschende Weiterveräußerungsverbot ist — somit gut begründbar.

### **15. Zur Forderung: „Geräteunabhängige Nutzung ermöglichen“**

Geschlossene Systeme sollten weiterhin möglich sein. In geschlossenen Systemen lassen sich Innovationen schneller vorantreiben und umsetzen. Außerdem bieten diese ein hohes Maß an IT-Sicherheit. E-Books sind außerdem ebenso wie alle anderen digitalen Güter potentieller Gegenstand von Urheberrechtsverletzungen. Insbesondere die Möglichkeit massenhafter illegaler Verbreitung über das Internet oder andere elektronische Wege stellt Rechteinhaber vor eine große Herausforderung. Ein digitales Werk, dessen grundsätzliche Eigenschaft es ist, einfach und verlustfrei kopiert werden zu können, soll an Käufer gebunden werden, um eben dieses Kopieren zu verhindern oder zumindest einzuschränken beziehungsweise zu erschweren. Eine Methode ist der Vertrieb über proprietäre Formate. Der einzelne Anbieter kann E-Books in einem eigenen Format ausliefern, welches nur auf ebenfalls vom Anbieter vertriebenen Lesegeräten genutzt werden kann. Ein solches Format hat den Vorteil, dass ein geschlossener Weg zwischen Anbieter und Wiedergabegerät gegeben ist. Solange das Format unbekannt bleibt und keine Werkzeuge zur Konvertierung vorhanden sind, kann ein Angreifer nur schwer eine freikopierbare Version des E-Books in einem Standardformat erstellen, selbst wenn eine Kopie davon außerhalb des Wiedergabegeräts gelangt. Dieses Konzept kann außerdem mit Digital Rights Management kombiniert werden. Werden E-Books durch Digital Rights Management (DRM) geschützt, bedeutet das üblicherweise, dass sie in verschlüsselter Form vertrieben und gespeichert werden. Der Kunde erhält den Schlüssel gemeinsam mit den Nutzungsbedingungen für das E-Book, welche das DRM-System auf seinem Wiedergabegerät sicherstellt. Solange keine Schwachstellen in einem DRM-System gefunden werden, bietet es durch die Verschlüsselung eine sehr hohe Sicherheit. Die bei

## Stellungnahme zum NRW Positionspapier Verbraucherschutz 4.0

Seite 12|14

Anbietern erworbenen E-Books, die zwar wie eben beschrieben eine Bindung an einen bestimmten E-Book-Reader aufweisen, lassen sich außerdem problemlos über die entsprechenden Apps auf unterschiedlichen Geräten, beispielsweise auf dem Smartphone oder auf dem Tablet, lesen.

### **16. Zur Forderung: „Gewährleistungsrechte beim Kauf stärken“**

Das Gewährleistungsrecht im Kaufrecht ist aus Sicht des Bitkom sachgerecht. Eine Anpassung in Richtung einer Verlängerung der Beweislastumkehr oder gar der Gewährleistungsfrist ist nicht notwendig. Die aktuellen Fristen spiegeln die Risikosphären gut wieder. Je länger der Gefahrübergang her ist, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass ein Fehler nicht bereits durch einen bei Gefahrübergang bereits vorhandenen Mangel ausgelöst wurde, sondern durch unsachgemäße Nutzung. Die durch eine Verlängerung der Beweislastumkehr ausgelösten höheren Kosten zur Abdeckung der höheren Quote von Produktrückläufen müssten letztlich alle Verbraucher tragen - auch diejenigen, die mit ihrem Produkt besonders sorgsam umgehen. Dabei gibt es bereits bewährte Lösungen im Markt, die unterschiedliche Kundeninteressen und Budgets erfüllen können: So gewähren viele Hersteller über die gesetzliche Gewährleistung hinausgehende Herstellergarantien, um im Qualitätswettbewerb zu bestehen. Zudem stehen Verbrauchern für eine breite Palette an Konsumgütern gegen Aufpreis durch Versicherungen gedeckte Gewährleistungs- und Garantieverlängerungen zur Verfügung, wenn in dieser Hinsicht eine besondere Absicherung gewünscht wird. Der Vorschlag unterstellt zu Unrecht einen Regelungsbedarf aufgrund eines nicht funktionierenden Qualitätswettbewerbs, was ganz besonders für die vom Bitkom vertretene Branche nicht zutrifft.

Eine Verlängerung der Beweislastumkehr und der Gewährleistungsfrist im reinen Online-Kaufrecht ist ebenfalls nicht sinnvoll. Das Kaufrecht sollte einheitlich bleiben und nicht je nach Vertriebsweg unterschiedlich sein. Insbesondere ein Anknüpfen am Vertriebsweg online oder offline ist angesichts der Entwicklung in Richtung des Cross-Channel-Handels nicht sinnvoll.

### **17. Zur Forderung: „Gesetzliche Mindestanforderungen für Vergleichswebsites festlegen“**

Für Vergleichsportale gelten bereits die verbindlichen Standards des Rechts des Unlauteren Wettbewerbs. Dieses findet Anwendung. Einer Ergänzung bedarf es aus Sicht des Bitkom nicht. Manipulationen können auf Grundlage des aktuellen Rechts verboten werden.

## Stellungnahme zum NRW Positionspapier Verbraucherschutz 4.0

Seite 13|14

### 18. Zur Forderung: „Verbraucherfreundliche Siegel besonders auszeichnen“

Es gibt zahlreiche Siegel, die dem Verbraucher Vertrauen in den von ihm besuchten Online-Shop oder in das von ihm genutzte Vergleichsportal vermitteln sollen. Das Truste-Shops-Siegel oder auch das Siegel der Stiftung Warentest haben sich bewährt. In diesem Bereich ist keine neue staatliche Regulierung notwendig, insbesondere bedarf es keines Meta-Siegels, welches wiederum als Siegel der Siegel als „Allgemeines Verbrauchersiegel“ über den Siegeln stehen würde.

### 19. Zur Forderung: „Label für den Datenverbrauch von Produkten und Dienstleistungen etablieren“

Der These liegt offenbar die Annahme zugrunde, dass Datenverbrauch per se eine negative Eigenschaft sei. Zunächst ist festzuhalten, dass Daten nicht „verbraucht“ werden und es keine Abnutzung oder einen ähnlichen negativen Effekt gibt, die den Gebrauch des Wortes Verbrauch rechtfertigen. Für die Nutzung von Dienstleistungen im Internet werden Daten erhoben. Mit der Datenschutz-Grundverordnung wird für Europäische Union bereits ein äußerst hohes Niveau für datenschutzrechtliche Fragen etabliert. Mit einem darüber hinausgehenden Labels würde suggeriert, dass zukünftig vorgegebene Datenschutzniveau sei nicht ausreichend, noch bevor die neue Regelung überhaupt in Kraft tritt.

### 20. Zur Forderung: „Preisschwankungen transparenter machen“

Preisfestsetzungen sollten wie im stationären Handel ausschließlich in der Verantwortung des Händlers liegen. Preise unterliegen vielfältigen Einflüssen und werden teilweise ausgehandelt. Verbraucher profitieren von Online-Anbietern durch die höhere Zahl von Anbietern insgesamt und ein in vielen Fällen niedrigeres Preisniveau und mehr Wettbewerb. Im Online-Handel sollte nicht in die freie Preisgestaltung eingegriffen werden und der Preis künstlich für bestimmte Zeiträume festgeschrieben werden. Auch sollte nicht der Preisverlauf über bestimmte Zeiträume dargestellt werden müssen. Dies ist auch im stationären Handel nicht der Fall, würde zu einer regulatorischen Schlechterstellung von Online-Händlern führen und damit den Wettbewerb zwischen verschiedenen Händlern einschränken und damit behindern. Zudem muss bedacht werden, dass jede mit Aufwand für den Händler verbundene Regulierung wie die vorgeschlagene Darstellung des Preisverlaufs kleinere Händler im Verhältnis zu größeren überproportional belastet, weil sich der Aufwand nicht proportional zum Umsatz erhöht. Damit führt die Regulierung zu einem Wettbewerbsnachteil für kleinere Anbieter und letztlich zu einem geringeren Angebot für die Verbraucher.

## Stellungnahme zum NRW Positionspapier Verbraucherschutz 4.0

Seite 14|14

### **21. Zur Forderung: „Besser vor unseriösen Drittanbieterrechnungen schützen“**

Die bereits eingeführten freiwilligen Maßnahmen der Mobilfunknetzbetreiber sind geeignet, die durch Drittanbieter verursachten Missstände zu beheben. Hierzu zählt insbesondere das sog. Redirect-Verfahren, durch das sichergestellt ist, dass Verbraucher ausschließlich auf einer im Herrschaftsbereich des Netzbetreibers liegenden Webseite den Bestellvorgang abschließen können. Auf dieser vom Netzbetreiber automatisch zwischengeschalteten Webseite muss der Verbraucher die Bestellung sowie die wesentlichen Bestandteile des Vertrages, ausdrücklich bestätigen. Das ungewollte Antippen von Bannern kann damit nicht mehr zur Aktivierung eines kostenpflichtigen Dienstes führen. Diese Maßnahme wurde von den meisten Mobilfunknetzbetreibern bereits für Dienste Kategorien mit besonderem Beschwerdeaufkommen umgesetzt und erweist sich als sehr effektiv, da bei diesen Mobilfunknetzbetreibern seit Einführung kein relevantes Beschwerdeaufkommen mehr zu erkennen ist. Gesetzgeberische Maßnahmen in diesem Bereich sind daher nicht notwendig.

### **22. Zur Forderung: „Digitale Kompetenz auch mittels digitaler Medien vermitteln“**

Bitkom macht sich schon lange für mehr digitale Bildung stark. Digitalkompetenzen im Umgang mit neuen Technologien, neuen Medien sowie Informationskompetenzen müssen in allen Bevölkerungsgruppen gefördert werden. Der IT-Gipfel 2015 zum Thema Bildung hat hierfür ein starkes Signal gesetzt. Der Bereich Smart School sowie auch die Erwachsenen- und Verbraucherbildung müssen gefördert werden. Die Digitalbranche selbst investiert in zahlreichen Projekten hohe Summen in diesen Bereich.

## **VI. Fazit**

Bitkom bedankt sich für die Möglichkeit zur Stellungnahme. Wir freuen uns, auch weiterhin am Dialog zu einem sachgerechten Verbraucherschutz 4.0 teilzunehmen.