

Stellungnahme

Referentenentwurf zur Umsetzung der Modernisierungsrichtlinie

30.11.2020

Seite 1

Zusammenfassung

Am 03. November legte das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz den Referentenentwurf eines Gesetzes zur Änderung des Bürgerlichen Gesetzbuchs und des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche in Umsetzung der EU-Richtlinie zur besseren Durchsetzung und Modernisierung der Verbraucherschutzvorschriften der Union vor. Mit dem Entwurf sollen die Vorgaben der Richtlinie (EU) 2019/2161 des Europäischen Parlaments und des Rates umgesetzt werden. Wir begrüßen die zeitige Umsetzung der Richtlinie, sehen jedoch im Detail noch Anpassungs- sowie Klarstellungsbedarf einzelner Regelungen. Wir bedanken uns daher für die Möglichkeit zum Referentenentwurf Stellung zu nehmen und gehen nachfolgend auf die einzelnen Aspekte im Detail ein.¹

Detaillkommentierung

1. Allgemein zur Bedeutung und Ausgestaltung von Informationspflichten

Die Modernisierungsrichtlinie und die nun mit dem Referentenentwurf angestoßene nationale Umsetzung schafft insbesondere wieder neue Informationspflichten mit Blick auf die gewünschte Transparenz für den Verbraucher. Der europäische und der deutsche Gesetzgeber sind in diesen Bereichen zunehmend aktiv und wir beobachten mit Sorge den Trend, dass immer mehr Informationspflichten eingeführt werden, die hohen Umsetzungsaufwand auslösen, den erhofften Mehrwert beim Verbraucher aber häufig gar nicht erreichen. Auch mit der Modernisierungsrichtlinie wurde hier eine wichtige Chance verpasst. Die Digitalisierung bietet Verbrauchern einen nie dagewesenen Souveränitätsgewinn, zum Beispiel durch vielfältige Möglichkeiten des Angebots- und Preisvergleichs. Dies wird häufig vom europäischen und deutschen Gesetzgeber unterschätzt und die positiven Potenziale und Chancen der Digitalisierung durch Regulierungsmaßnahmen verstellt und die Innovationskraft ausgebremst. Verbraucherpolitik sollte an den Chancen der Digitalisierung ausgerichtet und die bisher praktizierte formaljuristi-

Bitkom
Bundesverband
Informationswirtschaft,
Telekommunikation
und Neue Medien e.V.

Rebeka Weiß, LL.M.
Leiterin Vertrauen & Sicherheit
T +49 30 27576 161
r.weiss@bitkom.org

Albrechtstraße 10
10117 Berlin

Präsident
Achim Berg

Hauptgeschäftsführer
Dr. Bernhard Rohleder

¹ Wir weisen zudem auch auf unsere Stellungnahme zum Referentenentwurf zur Umsetzung der Digitale Inhalte RL hin.

Stellungnahme RefE Umsetzung Modernisierungsrichtlinie

Seite 2|4

sche Denkweise im Verbraucherschutz überdacht werden: Anstatt beispielsweise reflexartig Informationspflichten neuer Geschäftsmodelle anzumahnen, sollte der tatsächliche Schutz der Verbraucherrechte im Fokus stehen. Sofern diese gewahrt sind, soll der Markteintritt innovativer Geschäftsmodelle begrüßt und gefördert werden.

Digitale Plattformen bedeuten aus unserer Sicht einen großen Souveränitätsgewinn für Verbraucher und verändern gegenwärtig Märkte, Arbeits- und Lebenswelten. Sie sind Treiber für Innovation und Wachstum. Neue Marktteilnehmer bringen Schwung in traditionelle Märkte und ganz neue Geschäftsmodelle entstehen. Produktion, Handel, Arbeit, Privatleben verändern sich durch die teils disruptiven Entwicklungen der Plattformökonomie. In der Plattformökonomie liegen große Chancen für Deutschland und Europa, insbesondere in den Bereichen wirtschaftlicher Wertschöpfung und gesellschaftlicher Innovationen. Damit diese genutzt werden und der Anpassungsprozess gelingt, sind ein enger Austausch von traditionellen und neuen Akteure in der Wirtschaft auf der einen Seite und ein Austausch zwischen Wirtschaft und Politik auf der anderen Seite notwendig.

Digitale Technologien schaffen Transparenz – doch sind aber auch im Fokus von regulatorischen Aktivitäten. Wo immer im Verbraucherrecht reguliert wird, werden nahezu zwangsläufig neue Transparenzpflichten eingeführt: Vorgaben zu Preis, wesentlichen Vertragsbestandteilen und Widerrufsrechte, Produktbeschreibungen, Datenschutzinformationen, Streitschlichtungsmechanismen und zukünftig genaue Angaben zum Ranking und den zugrunde liegenden Faktoren müssen an den Verbraucher übermittelt werden. Allgemeine Geschäftsbedingungen müssen Angaben zu Rechten der Verbraucher enthalten ebenso wie Vertragslaufzeiten und vieles mehr. Bei der Vielzahl an Vorschriften verlieren nicht nur die verpflichteten Unternehmen schnell den Überblick – auch für Verbraucher sind die langen Informationstexte häufig unzugänglich. Aus unserer Sicht braucht es neue Wege um Verbraucher gezielt über die tatsächlich wichtigen Vertragsbestandteile und seine Rechte zu informieren. Die Politik muss hier aktiv werden: Das Beispiel der Datenschutzgrundverordnung zeigt, dass die EU Kommission noch immer nicht von ihrer Befugnis des Erlasses eines delegierten Rechtsakts für Datenschutz-Icons Gebrauch gemacht hat. Dabei könnten diese einen großen Mehrwert für mehr Verständnis über Datenverarbeitungsvorgänge schaffen. Auch die Verbraucherwissenschaft ist hier gefordert: Wir sollte zukünftig die Frage in den Fokus stellen, welche Informationen der Verbraucher tatsächlich auf welcher Ebene erwartet, welche Informationen er wirklich wahrnimmt und wie dies transportiert werden kann. Dabei darf nicht aus dem Blick geraten, dass es für viele Anbieter kaum möglich ist, auf einzelne Nutzergruppen speziell zugeschnittene Informationen zu überbringen: Standardisierung von AGB, Datenschutzhinweisen und den weiteren Informationspflichten ist notwendig, um die Verpflichtungen überhaupt erfüllen zu können.

Stellungnahme RefE Umsetzung Modernisierungsrichtlinie

Seite 3|4

Die Diskussion rund um Transparenzpflichten zeigt zudem immer wieder, dass die Information, die eigentlich vermittelt werden soll, beim Verbraucher nicht ausreichend gut ankommt. Obwohl in der digitalen Umgebung seit vielen Jahren das Widerrufsrecht für viele Waren und Services gilt, wissen Verbraucher häufig nicht, dass und wie lange sie ihre bestellten Artikel tatsächlich zurückschicken können. Im Fokus der Verbraucherschützer stehen dann aber auch häufig nur die Fälle, bei denen die Abwicklung eines Widerrufs nicht erwartungsgemäß funktioniert hat. Daraus wird nicht selten geschlossen, dass Unternehmen ihren Verpflichtungen allgemein nicht nachkommen und ein Narrativ gebildet, dass keineswegs zur Vertrauensbildung beiträgt. Niemand würde jedoch auf die Idee kommen das System der Straßenverkehrsordnung anzuzweifeln, nur weil ein Fahrer schon einmal die Vorfahrt genommen hat. Hier ist aus unserer Sicht wichtig, auf genauer Tatsachenbasis zu argumentieren um tatsächliche Probleme im Markt zu erkennen und diese dann auch gezielt anzugehen und vor allem alle Auswirkungen neuer Verpflichtungen im Blick zu behalten.

Eine Vereinfachung der Informationspflichten sollte daher zu mehr Verständlichkeit beim Verbraucher führen und Unternehmen entlasten. Insgesamt sollten praktikable rechtliche Anforderungen für E-Commerce, Fernabsatz und Verbraucherschutzrecht gefunden werden. Diese müssen flexibel genug sein, um neue Geschäftsmodelle zu erfassen, ohne sie zu verhindern.

2. Ranking-Informationen

Der Referentenentwurf führt unter anderem auch neue Pflichten für Ranking- Informationspflichten ein. Diese sollten im Sinne eines kohärenten Regulierungsrahmens im Wesentlichen gleichlaufen mit den Vorgaben aus der P2B-VO. Misslich ist, dass die hierunter von der EU-Kommission bereitzustellenden Ranking-Guidelines noch immer nicht verfügbar sind. Daher sind die Anforderungen an die konkrete Ausgestaltung nach der P2B-VO noch immer nicht abschließend geklärt und ein Vergleich der sich hieraus ergebenden Ranking-Informationspflichten noch nicht hinreichend möglich.

Die Anforderungen an die neue Informationspflicht sind jedenfalls praxisfern und die Umsetzbarkeit fragwürdig. Parameter für das Ranking erfasst hierbei alle allgemeinen Kriterien, Prozesse und spezifischen Signale, die in Algorithmen eingebunden sind, oder sonstige Anpassungs- oder Rückstufungsmechanismen, die im Zusammenhang mit dem Ranking eingesetzt werden. Beispielhaft genannt seien die Anzahl der Aufrufe des Angebots, wobei sich schon die Machbarkeitsfrage stellt und aus unserer Sicht der Mehrwert für den Kunden unklar bleibt. Zudem wird so gerade kein Level-Playing Field zwischen Marktplätzen aller Art (online und offline) hergestellt. Daneben soll das Datum der Einstellung des Angebots, die Bewertung des Angebots oder des Anbieters oder auch die Anzahl

Stellungnahme RefE Umsetzung Modernisierungsrichtlinie

Seite 4|4

der Verkäufe des Produkts gelistet werden. Hinsichtlich der Angabe der verkauften Produkte sehen wir klare Grenzen hinsichtlich zu schützender Geschäftsgeheimnisse und daher Änderungsbedarf bzw. zumindest eine Klarstellung diesbezüglich. Gleiches gilt für die Angabepflicht konkreter Provisionen oder gezahlter Entgelte für bestimmte Angebote.

3. Transparenzpflichten für Online-Marktplätze

Art. 246d § 1 Nr. 2 EGBGB enthält eine überschießende Pflicht zur Auflistung der Anbieter von Waren, Dienstleistungen oder digitalen Inhalten, die ein Online-Marktplatz beim Vergleich von Angeboten zu berücksichtigen hat.

Dies ist oftmals realitätsfern und in der Praxis nicht immer ohne weiteres umsetzbar, da eine solche Liste tausende Anbieter umfassen kann und aufgrund entsprechender Fluktuationsanfälligkeit in Echtzeit aktualisiert werden müsste. Es erschließt sich auch nicht, wie dies für den Verbraucher zu mehr Transparenz beitragen soll.

Der Gesetzgeber sollte diese Pflicht zumindest dahingehend eingrenzen, dass die Aktualisierung einer entsprechenden Liste nur in bestimmten Abständen und im Hinblick auf konkretisierbare, für den Anbieter abschätzbare und damit planbare Änderungen erforderlich ist (wie bspw. Art. 11 Abs. 4 S. 2 P2B-VO in Bezug auf Informationen zum internen Beschwerdemanagement sinnvollerweise eingrenzt: „Sie überprüfen die Informationen mindestens einmal jährlich und aktualisieren sie, wenn wesentliche Änderungen erforderlich sind.“). Ansonsten wären die bei Verstoß drohenden Sanktionen nicht verhältnismäßig.

Bitkom vertritt mehr als 2.700 Unternehmen der digitalen Wirtschaft, davon gut 2.000 Direktmitglieder. Sie erzielen allein mit IT- und Telekommunikationsleistungen jährlich Umsätze von 190 Milliarden Euro, darunter Exporte in Höhe von 50 Milliarden Euro. Die Bitkom-Mitglieder beschäftigen in Deutschland mehr als 2 Millionen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Zu den Mitgliedern zählen mehr als 1.000 Mittelständler, über 500 Startups und nahezu alle Global Player. Sie bieten Software, IT-Services, Telekommunikations- oder Internetdienste an, stellen Geräte und Bauteile her, sind im Bereich der digitalen Medien tätig oder in anderer Weise Teil der digitalen Wirtschaft. 80 Prozent der Unternehmen haben ihren Hauptsitz in Deutschland, jeweils 8 Prozent kommen aus Europa und den USA, 4 Prozent aus anderen Regionen. Bitkom fördert und treibt die digitale Transformation der deutschen Wirtschaft und setzt sich für eine breite gesellschaftliche Teilhabe an den digitalen Entwicklungen ein. Ziel ist es, Deutschland zu einem weltweit führenden Digitalstandort zu machen.