

1 **Projektgruppe Verbraucherschutz**
 2 **Arbeitsprogramm (Stand: 5.7.):**

Dokument VS 02

3
 4 **Einleitender Hinweis:**

5 Das Arbeitsprogramm enthält diverse Punkte, die bereits Gegenstand in anderen
 6 Projektgruppen waren oder sind. In der Projektgruppe Verbraucherschutz besteht
 7 hinsichtlich dieser Punkte Einvernehmen, dass

8

9 - Wiederholungen unbedingt zu vermeiden sind,

10 - Themen mit Relevanz für den Verbraucherschutz kurz als solche benannt
 11 werden und im Übrigen auf die andere Projektgruppe verwiesen wird; dies
 12 gilt, soweit sich nicht weitergehende verbraucherschutzpolitische
 13 Fragestellungen ergeben.

14

15

16

17 **1. Bestandsaufnahme (kurze, knappe Darstellungen)**

18

19 **1.1 Verbraucherschutzpolitik in der digitalen Gesellschaft (und**
 20 **Anforderungen an einen internationalen Verbraucherschutz)¹**

21

- 22 • Grundsätzliches: Veränderung des Verhältnis von Verbrauchern zu
 23 Anbietern durch die Digitalisierung, Implikationen von Verbraucherschutz
 24 in der digitalen Welt, Chancen und Herausforderungen, Freiheit vs. neue
 25 Gefährdungen, Verbraucherleitbilder
- 26 • Einsatz von DRM-Systemen (Verweis auf PG Urheberrecht)
- 27 • Offenheit von Computersystemen (UEFI Secure Boot) (Verweis auf andere
 28 PG)
- 29 • Recht auf Datenübertragbarkeit zwischen unterschiedlichen Online-
 30 Diensten (Verweis auf andere PG)

31

32 Veränderung der Verbraucherposition durch neue Informations- und
 33 Kommunikationsmöglichkeiten

- 34 • Verletzliche Verbraucher (vulnerable consumers) und digitale Spaltung)
- 35 • Bewertungsportale und sonstige Informationsmöglichkeiten / Verringerung
 36 von Informationsasymmetrien?²
- 37 • Einfluss von sozialen Medien, Verbrauchermeinungen und Ratings auf
 38 Kaufentscheidungen
- 39 • Möglichkeiten zur koordinierten Interessenwahrnehmung / Verringerung
 40 von Einfluss- und Durchsetzungsasymmetrien?

¹ Klammerzusatz zu einem späteren Zeitpunkt evtl. zu streichen, sofern internationale Dimension schwerpunktmäßig unter 1.2. abgehandelt wird.

² hier nur in grundsätzlicher Hinsicht, ansonsten unter 1.7 zu behandeln.

- 41 • Einflussnahme und bewusste Einbeziehung von Verbrauchern auf
 42 Produktgestaltungen / Verbraucherentscheidungen durch Unternehmen
 43 • Rolle der Verbraucherbildung zur Unterstützung eine selbstbestimmten /
 44 mündigen Handelns von Verbrauchern im Internet (Verweis auf PG
 45 Medienkompetenz)

46

47 Rolle des Verbrauchers als Akteur im eCommerce

- 48 • C2C-Geschäfte im eCommerce
 49 • Verschiebung von Konsumgewohnheiten vom dauerhaften Eigentum bzw.
 50 körperlichen Besitz zur Nutzung auf Zeit (Weiterverkauf, Streaming etc.)
 51 • Der Verbraucher als "Prosument"

52

53

54 **1.2 Materiell-rechtliche Anforderungen im elektronischen, auch** 55 **grenzüberschreitenden Handel**

56

- 57 a) Anwendbares Recht (Datenschutz / Cloud bereits bearbeitet), insb.
 58 Rom I, Hinweis: Kommendes Jahr Novelle Rom I , anwendbares
 59 Recht bei vertraglichen Schuldverhältnissen)
 60 b) Verbraucherschutz bei neuen Geschäftsmodellen (u.a. anonymes
 61 Bezahlen)³
 62 c) Besondere Anforderungen an den elektronischen Vertragsabschluss,
 63 insbesondere
 64 • Bedeutung von Voreinstellungen beim elektronischen Vertrags-
 65 schluss
 66 • Anforderungen an mobile commerce (u.a. Maßnahmen gegen
 67 APPzocke)⁴
 68 • besondere Anforderungen an Preisangaben im elektronischen
 69 Geschäftsverkehr (Lesbarkeit, Pflicht zur Einpreisung von
 70 Versandkosten?)
 71 • Rechte des Verbrauchers bei Bestellungen und Dienstleistungen im
 72 Internet (AGB, Widerrufsrechte, etc.)
 73 d) Vereinheitlichung von Begriffsbestimmungen, Vorschriften und
 74 Praktiken im grenzüberschreitenden Online-Handel
 75 Gemeinsames Europäisches Kaufrecht⁵
 76 e) Weiterverkauf von digitalen Werken (Verweis auf PG Urheberrecht)

77

³ im Hinblick auf Geldwäschegesetz u.U. nur kurze Darstellung.

⁴ Klammerzusatz („u.a. Maßnahmen gegen APPzocke“) evtl. weiter unten zu behandeln, z. B. 1.6.

⁵ Kurzer Hinweis auf die politische Debatte und die übereinstimmende Position aller Fraktionen (sowie anderer politischer Akteure) zu diesem Thema, Verweis auf die entsprechende BT-Drucksache 17/8000.

78

79 **1.3 Technische Sicherheit im elektronischen Handel (und damit verbundene**
 80 **Rechtsfragen)**

81

- 82 a) Sichere Identifikation im Internet, sichere Übertragung, Haftung,
 83 Altersverifikation (Altersverifikation: Verweis auf PG
 84 Medienkompetenz/Datenschutz zu prüfen)
- 85 b) Anforderungen an Bezahlssysteme im mobile commerce (Offenlegung
 86 der mitverdienenden (Mobilfunk)Unternehmen, Sicherheit von
 87 Funktechniken wie NFC, Sicherheit, Haftung und Standards für
 88 Mikropayment)
- 89 c) Informations- und Haftungsregelungen bei Phishing-Attacken
 90 (teilweiser Verweis auf PG Zugang zu prüfen)
- 91 d) Der Schutz der Verbraucher bei Sicherheitsattacken im Internet
 92 (Verweis auf PG Zugang zu prüfen)

93

94 **1.4 Verbraucherdatenschutz (Verweis auf PG Datenschutz)**

95

- 96 a) Schutzkonzepte/ Wettbewerbssituation
- 97 b) Verbrauchervertrauen⁶
- 98 c) präventive Datenschutzansätze
- 99 d) anonyme/pseudonyme Nutzung von Online-Diensten
- 100 e) Regelungen zum Einsatz von RFID (Verweis PG Datenschutz prüfen)

101

102 **1.5 Sicherstellung des Verbraucherschutzes bei massenhaften Abmahnungen**
 103 **(Verweis PG Urheberrecht zu prüfen)**

104

- 105 a) Abmahngebühren und Schadensersatz
- 106 b) Schutz vor unseriösen Inkassounternehmen
- 107 c) Automatisierte Warnhinweise, Privatisierung der
 108 Rechtsdurchsetzung
- 109 d) ACTA / et al.
- 110 e) Differenzierung zwischen privaten und kommerziellen
 111 Urheberrechtsverletzungen
- 112 f) Praxis der richterlichen Prüfung der massenhaften Herausgabe von
 113 IP-Adressen

114

⁶ in grundsätzlicher Hinsicht unter 1.1.

115

116 **1.6 Rechtsdurchsetzung⁷**

117

- 118 a) (grenzüberschreitende) Rechtsdurchsetzung erleichtern (EU-
 119 Harmonisierung i. R. d. grenzüberschreitenden Nutzung
 120 urheberrechtlich geschützter Werke)⁸
- 121 b) Streitschlichtung online, alternative Streitbeilegung im Internet
 122 (Online-Dispute-Resolution)
- 123 c) kollektiver Rechtsschutz
- 124 d) Wie unrechtmäßige Geschäftsmodelle nachhaltiger unterbinden,
 125 Verbesserungen bei der Strafverfolgung, Gewerbezulassung, -
 126 untersagung etc. (adäquater Vollzug durch wen? Wie können
 127 Sicherheit, Qualität und Werbeehrlichkeit kontrolliert werden
 128 (Kontrollbehörden und/oder Marktwächter)?)

129

130 **1.7 Gute / Verlässliche Verbraucherinformationen**

131

- 132 a) Informationspflichten vs/und bessere Informationen
- 133 b) Verbraucher- und Vergleichsportale (Qualitätsstandards und
 134 rechtliche Anforderungen an Bewertungen im Internet ; Schutz vor
 135 gefälschten Bewertungen und Verunglimpfungen; Ethik von
 136 Dienstleistern, Offenlegung von Provisionen, sonstiger
 137 Abhängigkeiten und Interessenskollisionen etc.)⁹
- 138 c) Online-Siegel und Audits (teilweiser Verweis auf PG Datenschutz zu
 139 prüfen)
- 140 d) Qualitätsgarantie und Unabhängigkeit von Suchmaschinen und
 141 Angebotsverzeichnissen
- 142 e) Digitale Bildungsmaterialien und deren Finanzierung (Verweis PG
 143 Bildung und Forschung zu prüfen)

144

145 **1.8 Verbraucherorientierte Begleitforschung**

146

147 Verbraucherforschung zum digitalen Bereich (Analyse von Preisen,
 148 Vertrauensfaktoren, Beschwerdestatistiken, Zufriedenheitsmessung,
 149 Wechselquoten)

150

151 **2. Handlungsempfehlungen**

⁷ evtl. hinter 1.2 zu ziehen.

⁸ evtl. eher unter 1.5 zu erörtern.

⁹ Grundsätzliches zu „Bewertungsportale und sonstige Informationsmöglichkeiten / Verringerung von Informationsasymmetrien“ unter 1.1.