



FÜR EINE DIGITALE WELT, DER VERBRAUCHER VERTRAUEN

Empfehlungen internationaler Verbraucherorganisationen
an die G20-Mitgliedsstaaten

Consumers International
und Verbraucherzentrale Bundesverband
März 2017



**CONSUMERS
INTERNATIONAL**

COMING TOGETHER
FOR CHANGE

verbraucherzentrale
Bundesverband

FÜR EINE DIGITALE WELT, DER VERBRAUCHER VERTRAUEN

Empfehlungen internationaler Verbraucherorganisationen an die G20-Mitgliedsstaaten

Consumers International (CI) und der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) rufen im Auftrag internationaler Verbraucherorganisationen die G20-Staaten auf, die Bedeutung von Vertrauen und Kompetenz der Verbraucherinnen und Verbraucher und ihrer Vorteile der digitalen Wirtschaft anzuerkennen. Die G20-Staaten sollten eine internationale Organisation wie die OECD auffordern, in den nachfolgend beschriebenen Bereichen unter Beteiligung von CI und deren Mitgliedern sowie weiteren wichtigen Interessengruppen ein Paket von Richtlinien, Maßnahmen und Indikatoren zur Unterstützung von Verbrauchern zu erarbeiten und 2018 der G20 diesbezüglich Bericht zu erstatten.

Das Vertrauen der Verbraucher spielt für den Erfolg der digitalen Wirtschaft eine zentrale Rolle. Die rasche Entwicklung digitaler Technologien hat für Millionen von Verbrauchern auf der ganzen Welt soziale und ökonomische Vorteile gebracht. Sie hat Menschen im In- und Ausland miteinander vernetzt, bequemen Zugriff auf Informationen und Dienste ermöglicht und Möglichkeiten geschaffen, die einer Generation zuvor nicht vorstellbar waren.

Für einen anhaltenden Erfolg der digitalen Wirtschaft müssen Entwicklungen jedoch nicht nur für alle Menschen verfügbar sein, sondern auch das nötige Vertrauen genießen, um in den Alltag der Menschen eingebunden zu werden.

Für die Aufrechterhaltung von Verbraucherrechten, Autonomie und persönlicher Freiheit im Internet kann nicht ein einzelnes Land allein Verantwortung tragen. Dies erfordert vielmehr die Zusammenarbeit zwischen Regierungen, internationalen Organisationen und Unternehmen.

1 REGULATORISCHER RAHMEN

Verbraucherschutz und digitale Kompetenz der Verbraucher in der digitalen Welt sollten integraler Bestandteil des regulatorischen Rahmens sein. Auf diese Weise soll der Komplexität der digitalen Märkte und den Erfahrungen der Verbraucher im Internet Rechnung getragen werden. Die Vorschriften sollten Eigenschaften, Art sowie die Vielfalt digitaler Dienste und Produkte ebenso wie Rechte und Pflichten von Verbrauchern im Blick haben.

Ein solches Regelwerk für Verbraucherschutz in der digitalen Welt sollte die Anforderungen erfüllen, die bereits in internationalen Leitlinien, Empfehlungen und Vorschriften festgehalten sind, etwa in den UN-Leitlinien zum Verbraucherschutz. Das Regelwerk sollte allen Verbrauchern den gleichen Schutz bieten, unabhängig davon, ob sie online oder offline aktiv sind und wo sie sich gerade befinden. Es sollte auch neue Herausforderungen berücksichtigen, die sich aus der Nutzung digitaler Technologien ergeben, zum Beispiel Fragen der Sicherheit, Haftung, komplexer Vertrags- und Nutzungsbedingungen, Kompatibilität und Bezahlbarkeit. Staatliche Eingriffe sollten evidenzbasiert und ergebnisorientiert sein; wo mit Instrumenten der Selbstregulierung bessere Ergebnisse zugunsten der Verbraucher zu erzielen sind, sollten diese anerkannt werden.



Die G20-Staaten sollten auf die Entwicklung offener und komplementärer Standards hinarbeiten. Das Monitoring hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf das Verbrauchervertrauen ist unerlässlich. Es muss starke, wirksame, verhältnismäßige und einfach zugängliche gesetzliche und gerichtliche bzw. aufsichtsrechtliche Mechanismen geben, die Verbraucher vor Betrug und unfairer Behandlung im Internet schützen. Zudem braucht es Sanktionen bei Missbrauch, technischem Versagen oder Fehlern.

2 VERANTWORTUNGSVOLLES GESCHÄFTSGEBAREN UND DIE ROLLE DER AUFSICHTSORGANE

Die faire Behandlung von Verbrauchern sollte Zielen, Governance und Unternehmenskultur digitaler Anbieter zugrunde liegen. Anbieter sollten für die Einhaltung und Achtung des digitalen Verbraucherschutzes verantwortlich gemacht werden. Unternehmen sollten sich an die Best Practices der UN-Leitlinien zum Verbraucherschutz halten. Darin ist festgehalten, dass Verbraucher von Produkthanbietern bzw. Dienstleistern gerecht, ehrlich und fair zu behandeln sind. Jede Vorgehensweise, die das Gefahrenrisiko für Verbraucher erhöht, sollte vermieden werden. Bedürfnisse benachteiligter Gruppen oder von besonders schutzwürdigen Verbrauchern muss besondere Aufmerksamkeit zuteilwerden.

Die G20-Staaten sollten Aufsichtsorgane haben, die für den digitalen Verbraucherschutz zuständig sind. Diese Organe müssen mit der notwendigen Vollmacht ausgestattet und ausreichend unabhängig sein, um ihre Aufträge erfüllen zu können. Sie müssen über die technischen Ressourcen und Fähigkeiten verfügen, um die Entwicklungen der Branche zu verstehen.

Angesichts der zentralen Bedeutung von Daten in der digitalen Wirtschaft werden unabhängige Datenschutzbehörden gebraucht, die ihren Auftrag, die Daten von Verbrauchern zu schützen, erfüllen können.

3 ZUGANG UND INKLUSION

Verbraucher sollten Zugang zu einer erschwinglichen Internetverbindung von gleichbleibend guter Qualität haben, damit sie die Möglichkeiten der digitalen Wirtschaft und Dienste nutzen können. Regierungen, Behörden und Unternehmen müssen konzertierte und koordinierte Anstrengungen unternehmen, noch nicht an das Internet angeschlossene Bevölkerung über eine erschwingliche und qualitativ hochwertige Verbindung an ein offenes Internet anzuschließen. Die Zugriffsdienste sollten die Grundsätze der Netzneutralität respektieren.

Besondere Aufmerksamkeit sollte dem Internetzugang für Randgruppen bzw. benachteiligte Gruppen unter den Verbrauchern sowie Personen in abgelegenen oder nur teuer anzuschließenden geografischen Gebieten zukommen. Zudem sollten bei den Maßnahmen für den Internetzugang Gruppen mit niedrigem Einkommen und die demografische Gleichheit berücksichtigt werden.

Die G20-Staaten sollten die Bezahlbarkeit fördern und sich beispielsweise mit Gerätekosten oder unfairen Datenbeschränkungen beschäftigen, die den Preis von Internet-Verbindungen künstlich in die Höhe treiben.

4 OFFENLEGUNG UND TRANSPARENZ

Für Verbraucher sollten verständliche Informationen über digitale Produkte, Anbieter, Prozesse und Verbraucherrechte bereitgestellt werden. Diese Informationen sollten leicht zugänglich sein, damit Verbraucher die Folgen ihrer Aktivitäten im Internet verstehen und fundierte Entscheidungen treffen können.

Die Informationen sollten so gestaltet sein, dass der durchschnittliche Verbraucher sie schnell erfassen und vor dem Zeitpunkt eines Kaufs die entscheidenden Fakten angemessen erkennen kann. Verbraucher sollten über alles benachrichtigt werden, was über einen Horizont hinausgeht, der von ihnen vernünftigerweise erwartet werden kann.

Weitere Empfehlungen betreffen eine übersichtliche und benutzerfreundliche Darstellung von Informationen, die Möglichkeit eines einfachen Preis- und Funktionsvergleichs, eine Zusammenfassung wesentlicher Bestimmungen, möglichst kurze Erklärungen zur Nutzung von Daten und die Verwendung einfacher Formulierungen.

Die Informationsbereitstellung sollte den Best Practices effektiver Kommunikation in digitalen Umgebungen entsprechen. Die Überprüfung der online gestellten Informationen auf Genauigkeit und Glaubwürdigkeit sollte in der Verantwortung des Anbieters liegen und internationalen Standards entsprechen. Rechtliche Instrumente sollten dafür sorgen, dass die Digitalisierung von Diensten zur besseren Information der Verbraucher führt und nicht unnötig Marktbarrieren, Komplexität oder Verwirrung geschaffen werden.

5 FAIRE NUTZUNG UND EINDEUTIGE ZUWEISUNG VON VERANTWORTUNG

Digitale Technologien haben das Wesen vieler Dienste und Produkte verändert. Immer mehr Konsumgüter enthalten eine Verbindungssoftware. Wesentliche Teile, die zum Funktionieren dieser Produkte beitragen, werden dem Verbraucher in Form einer Lizenz bereitgestellt und unterliegen Geschäftsbedingungen.

Dadurch haben Anbieter mehr Kontrolle über die Produktfunktionalität. Auch diese neuen Entwicklungen müssen Verbraucherrechte respektieren und sie müssen Verbrauchern verständlich erklärt werden, damit diese mit Blick auf Kauf und Nutzung von verbundenen Produkten fundierte Entscheidungen treffen können. Es sollte eindeutig geklärt sein, wer am jeweiligen Punkt der Produktbereitstellung und während der gesamten Produktlebensdauer die Verantwortung für dessen Leistung und die Sicherheit trägt.

Behörden sollten über Regelwerke nachdenken, die sich mit potenziellen neuen Beeinträchtigungen befassen.

Den Verbrauchern muss ihr Recht auf faire Nutzung garantiert werden. Kontrollen des Herstellers über die Nutzung von Produkten und der zugehörigen Daten sollten gerechtfertigt, fair und verhältnismäßig sein. Unternehmen sollten bei der Ausübung von Sanktionen ordnungsgemäße Verfahren anwenden.



6 DIGITALE BILDUNG UND DIGITALES BEWUSSTSEIN

Die digitale Bildung und die Förderung des Bewusstseins für die digitale Welt sollten den aufsichtsrechtlichen und gesetzgeberischen Schutz eher ergänzen als ersetzen. Diesbezügliche Aktivitäten sollten einer Beurteilung unterzogen werden und sehr zielgerichtet über den effektivsten Kanal erfolgen, um zu gewährleisten, dass bestimmte Verbraucherbedürfnisse und die Bedürfnisse benachteiligter Gruppen bzw. von Randgruppen angesprochen werden.

Durch digitale Bildung und Förderung des Bewusstseins für die digitale Welt sollten Verbraucher unterstützt werden, nötige Fähigkeiten und das Selbstbewusstsein zu erlangen, um Gefahren und Möglichkeiten einschätzen und fundierte Entscheidungen treffen zu können. Sie müssen wissen, wo sie Hilfe und Rat erhalten und was sie zum Schutz und zur Verbesserung ihres Befindens und ihrer Identität im Internet tun können. Unternehmen sollten Systeme entwickeln, die es Verbrauchern erleichtern, die Gefahren und Möglichkeiten der im Internet angebotenen Produkte und Dienste zu verstehen.

7 SICHERHEIT

Sicherheit und sichere digitale Umgebungen sind für Vertrauen unerlässlich. Maßnahmen für die digitale Sicherheit sind unerlässlich, die Zahlungsdetails, finanzielle Informationen und die persönliche Identität des Verbrauchers vor Betrug oder Missbrauch schützen. Der Schutz vor mangelhaften Produkten und die persönliche Sicherheit des Verbrauchers sind zu wahren. Es sollten internationale Standards erarbeitet werden, die Unternehmen über einen festgelegten und angemessenen Zeitraum dazu bringen, für digitale Produkte auch nach dem Verkauf nötige Sicherheitsupdates anzubieten. Durch klar geregelte Haftungsbestimmungen sollte gewährleistet werden, dass Verbraucher im Falle einer Beeinträchtigung infolge von Sicherheitsproblemen im vollen Umfang entschädigt werden.

Die Regierungen sollten Regeln erlassen, die dafür sorgen, dass Finanzdaten, personenbezogene Daten und sämtliche Informationen, die eine persönliche Identifizierung zulassen, unter Einhaltung höchster Sicherheitsstandards entsprechend dem Risiko für den Verbraucher gespeichert und übertragen werden. Zur Verbesserung des Datenschutzes sollten Unternehmen einen Anreiz zur Umsetzung von Best Practices erhalten, zum Beispiel beim Datenschutz als solchem, beim produktintegrierten Datenschutz (security by design), durch Sanktionierung, Beschränkung der Haftung von Verbrauchern und mögliche Entschädigungsansprüche. Auch sollten Verstöße gegen die Datensicherheit aufgrund unabhängiger Bewertung festgestellt werden und Verbraucher hierüber zeitnah benachrichtigt werden.

Behörden sollten miteinander absprechen, wie sie das Bewusstsein für die Sicherheit im Internet stärken können. Unternehmen sollten Systeme entwickeln, die es Verbrauchern erleichtern, sich sicher im Netz zu bewegen befolgen.

8 DATENSCHUTZ UND PRIVATSPHÄRE IM INTERNET

Datenströme sind zentraler Bestandteil der digitalen Wirtschaft. Verbraucher sollten in der Lage sein, Einstellungen so vornehmen zu können, dass sie die Kontrolle über ihre personenbezogenen Daten und ihre Privatsphäre behalten, damit sie von den Möglichkeiten vertrauenswürdiger und sicherer Systeme profitieren können. Behörden sollten die Auswirkungen berücksichtigen, die das Zusammenspiel der Datenströme mehrerer Produkte, Dienste und Organisationen, die Daten sammeln, auf Einzelpersonen und ihre Rechte als Verbraucher und Bürger haben.

Unternehmen und Behörden sollten regelmäßig den Umfang der Erfassung personenbezogener Daten prüfen und bewerten, ob dieser Umfang der Bereitstellung des jeweiligen Dienstes angemessen ist. Für Verbraucher wichtige Datenschutzaspekte sollten bei digitalen Produkten bereits in der Designphase berücksichtigt werden.

Verbraucherrechte, der Schutz ihrer Daten und ihre Privatsphäre, müssen ordentlich geschützt und gewahrt werden. Außerdem müssen die Sorgen von Verbrauchern sowie Gefahren wie Diskriminierung, in die Privatsphäre eingreifendes Marketing, Verlust der Privatsphäre und Sicherheitsrisiken berücksichtigt werden. Verbraucher sollten darüber informiert werden, welche Auswirkungen die jeweilige Verwendung ihrer Daten in der digitalen Wirtschaft hat. Es sollten einfache und wirksame Wege aufgezeigt werden, Kontrolle auszuüben oder Gefahren zu verringern. Unternehmen sollten Verbrauchern einfache und sichere Möglichkeiten aufzeigen, wie sie auf ihre Daten zugreifen und diese kontrollieren können und wie sie selber von den Möglichkeiten einer Datenweitergabe profitieren können.

Es sollte Verbrauchern über die gesamte Dauer der Produkt- oder Dienstonutzung hinweg klar sein, welche Daten für welchen Zweck erfasst werden. Es sollte deutlich gemacht werden, wie durch Algorithmen, die die Qualität oder den Preis beeinflussen oder Zugang zu einem Dienst ermöglichen, Entscheidungen über sie getroffen werden. Behörden sollten dafür sorgen, dass die Verwendung von Algorithmen im Rahmen der Gesetze erfolgt. Es darf keine Diskriminierung stattfinden, etwa indem auf der Grundlage sensibler Informationen zu ethnischer Herkunft, Geschlecht oder Religion nachteilige Entscheidungen getroffen werden. Es sollten entsprechende Regelwerke gelten, die gegebenenfalls Rechte zur Anfechtung automatisierter Entscheidungen beinhalten.

Es sollten nationale Datenschutzrichtlinien umgesetzt werden. Datenschutzgesetze sollten in vollem Umfang durchgesetzt und – falls eine Benachteiligung von Verbrauchern festgestellt wird – verschärft werden. Im Falle von Sicherheitsverstößen sollten Verbraucher einfachen Zugang zu Abhilfemaßnahmen haben. Die internationale Politik hinsichtlich grenzüberschreitender Datenströme sollte so koordiniert sein, dass die beteiligten G20-Staaten sowohl in ihrem materiellen als auch im Verfahrensrecht hohe Schutznormen verankert haben.

9 BESCHWERDEBEARBEITUNG UND ABHILFEMASSNAHMEN

Verbraucherrechte sollten rund um das Internet nicht geringer sein als bei Offline-Geschäften. Unternehmen, die Online-Transaktionen anbieten, sollten wirkungsvolle Mechanismen für Streitfälle eingerichtet haben, die

den Verbraucher vor unangemessenen Kosten, Verzögerungen und sonstigen Beeinträchtigungen schützen. Zur Behandlung von Beschwerden, die mithilfe interner Mechanismen nicht zufriedenstellend gelöst werden können, sollte der Rückgriff auf unabhängige Abhilfemaßnahmen möglich sein. Die Abhilfemechanismen sollten neue Probleme einbeziehen, die im Zusammenhang mit digitalen Produkten und Diensten entstehen können, zum Beispiel bei branchenübergreifenden oder grenzüberschreitenden Transaktionen, beim Ausfall von Leistungen, dem Fehlen wesentlicher Updates oder bei sonstigen Unannehmlichkeiten infolge eines Produktmangels.

Wenn mehrere Anbieter und/oder Branchen an einer Beschwerde bzw. einem Problem beteiligt sind, muss geklärt sein, wohin sich der Verbraucher konkret wenden kann. Die Behörden sollten bei der Hilfe zur Lösung grenzüberschreitender Streitigkeiten über Gerichtsbarkeiten hinweg zusammenarbeiten.

Die Beschwerdebearbeitung und Abhilfemaßnahmen sollten zugänglich, erschwinglich, unabhängig, fair, zuverlässig, zeitnah und effizient erfolgen. Informationen zu Beschwerden und deren Lösungen sollten zusammengefasst öffentlich gemacht werden. Angesichts der möglicherweise großen Zahl an betroffenen Verbrauchern sollte es geeignete Mechanismen zur Lösung von Massenklagen geben. Eine Online-Streitschlichtung sollte zur Verfügung stehen, jedoch nicht unter Ausschluss anderer Wege.

10 WETTBEWERB UND AUSWAHLMÖGLICHKEITEN

Nationaler und internationaler Marktwettbewerb sollte gefördert werden, damit Verbraucher sinnvolle Auswahlmöglichkeiten zwischen verschiedenen digitalen Anbietern, Produkten und Diensten haben und eine bessere Preisgestaltung, mehr Innovation und Servicequalität gefördert werden. Es sollten Maßnahmen eingerichtet sein, um auch alternativen Anbietern den Zugang zum Markt zu ermöglichen, ohne dass der Schutz von Verbrauchern gefährdet wird.

Die G20-Staaten sollten Vor- und Nachteile bzw. Chancen und Risiken für Verbraucher in der digitalen Welt im Blick haben. Nachteile können entstehen durch eine Abhängigkeit von wenigen großen Unternehmen, unverhältnismäßige Einflussmöglichkeiten einiger Anbieter, die über große Mengen an Verbraucherdaten verfügen, oder dadurch, dass Verbraucher an bestimmte Anbieter gebunden werden und ihre Möglichkeit für einen Anbieterwechsel eingeschränkt ist. Um diese Möglichkeit zu verbessern, sollten Geräte und Software interoperabel und kompatibel sein sowie Rechte für den Zugang zu Daten und ihre Übertragung zwischen verschiedenen Diensten gelten und durchsetzbar sein. Es sollte die Forschung gefördert werden, um weltweit in diesem Bereich Best Practices zu identifizieren und zu stärken.

Consumers International (CI) und der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) rufen alle Regierungen, internationalen Organisationen, Unternehmen, Verbraucherverbände und Verbraucher weltweit auf, diese Empfehlungen zu unterstützen.

Ziel ist, dass sie gemeinsam mit CI und weiteren Interessengruppen Maßnahmenpakete entwickelt, mit denen eine digitale Welt geschaffen werden kann, der Verbraucher vertrauen.



**CONSUMERS
INTERNATIONAL**

COMING TOGETHER
FOR CHANGE

verbraucherzentrale

Bundesverband

Der Verbraucherzentrale Bundesverband ist aktives Mitglied der europäischen Verbraucherorganisation (BEUC) und der weltweiten Verbraucherorganisation (Consumers International).

Consumers International bringt über 200 Mitgliedsorganisationen in mehr als 100 Ländern zusammen, um an jedem Ort der Welt bessere Voraussetzungen für Verbraucher zu schaffen und deren Rechte zu stärken. In internationalen Politikforen und auf dem weltweiten Markt geben wir den Verbrauchern eine Stimme und sorgen dafür, dass sie sicher, fair und ehrlich behandelt werden.

Consumers International ist eine Wohltätigkeitsorganisation (Nr.1122155) und eine haftungsbeschränkte, gemeinnützige Gesellschaft auf Garantie (company limited by guarantee, Nr. 04337865) mit Registrierung in England und Wales.

consumersinternational.org

 [@consumers_int](https://twitter.com/consumers_int)

 [/consumersinternational](https://facebook.com/consumersinternational)