

Kurzkomentierung zum Entwurf eines Gesetzes zur Stärkung des Verbraucherschutzes im Wettbewerbs- und Gewerberecht

Berlin, 01. Dezember 2020

Das Europäische Parlament und der Rat haben im vergangenen Jahr die Richtlinie (EU) 2019/2161 zur Stärkung und Modernisierung der bestehenden Verbraucherrechte z.B. zum Schutz vor unlauteren Geschäftspraktiken und zur Transparenzsteigerung im Online-Handel in der Europäischen Union beschlossen. Die Richtlinie muss bis November 2021 in nationales Recht umgesetzt werden.

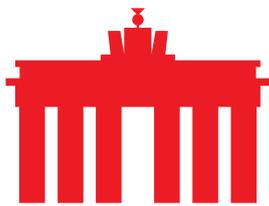
Zur Umsetzung der Richtlinie (EU) 2019/2161 in nationales Recht hat das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV) im November den Entwurf eines Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) und der Gewerbeordnung vorgelegt. Darüber hinaus enthält der Gesetzesentwurf rechtliche Klarstellungen zur Kennzeichnungspflicht kommerzieller Kommunikation, deren Bedarf nach einer Auswertung der bisherigen Rechtsprechung identifiziert wurde. eco – Verband der Internetwirtschaft e.V. möchte einige Aspekte zu den Informationspflichten von Unternehmen des Onlinehandels in die weitere Beratung zum Gesetzentwurf einbringen.

- **Informationspflichten für Unternehmer zu Rankingmechanismen und Bewertungen**

Mit der Ergänzung von § 5b Abs. 2 Nr. 1 & 2 UWG wird der Unternehmer, der Verbrauchern die Möglichkeit zur Suche von Waren oder Dienstleistungen anbietet zur Informationsherausgabe über die angewandten Ranking-Mechanismen – insbesondere Hauptparameter des Rankings sowie deren relative Gewichtung – verpflichtet.

Mit der Informationspflicht für Unternehmer über Rankingmechanismen ist auf europäischer Ebene eine Sondervorschrift für einen bestimmten Typus der digitalen Geschäftsmodelle – hier Online Marktplätze – geschaffen worden. eco stimmt mit dem Gesetzgeber darin überein, dass die Bedeutung digitaler Geschäftsmodelle zugenommen hat und diese Unternehmen wichtige Marktteilnehmer geworden sind. Trotzdem bleibt unklar, warum gerade für den Bereich der Online-Marktplätze gesonderte Informationspflichten geschaffen werden sollen. Eine Benachteiligung einzelner digitaler Geschäftsmodelle untereinander oder gegenüber „analogen“ Geschäftsmodellen z.B. durch gesonderte wettbewerbs- oder verbraucherschutzrechtliche Vorschriften ist nicht hinnehmbar. eco setzt sich dafür ein, dass bei regulatorischen Initiativen zu digitalen Geschäftsmodellen, die jeweiligen ökonomischen Eigenschaften und Unterschiede hinsichtlich der Regulierungswirkung auf den Wettbewerb der Marktteilnehmer und auf die Verbraucher berücksichtigt werden, um mögliches Diskriminierungspotential gegenüber einzelnen Geschäftsmodellen zu verhindern.

eco stuft die Verpflichtung von Online-Marktplätzen zur Offenlegung von



Hauptparametern und Gewichtung des Rankings als problematisch ein. Die Verpflichtung kann dazu genutzt werden, Funktionen und Parameter für das Ranking auszunutzen bzw. zu missbrauchen, um bessere Rankings für bestimmte Produkte oder Leistungen zu erzielen. Auf Grundlage derartiger Manipulationen könnte das Interesse der Verbraucher gezielt auf minderwertige Produkte oder unzureichende Leistungen gelenkt und das Auslisten erschwert werden.

Ebenso besteht das Risiko, dass mit der Verpflichtung zur Offenlegung von Parametern und relativer Gewichtung der Rankings unter Umständen Geschäftsgeheimnisse der Unternehmen zugänglich gemacht werden müssen. Dabei lässt der Gesetzgeber ebenso offen, wie die verpflichtenden Informationen dem Verbraucher bereitgestellt werden sollen, wenn die Suchfunktion auf Basis einer semantischen Suche erfolgt, wie es bei digitalen Geschäftsmodellen die Regel ist. Sofern die Unternehmen lernende Algorithmen oder Systeme in der Suchfunktion einsetzen, ist die Darlegung der Kriterien nahezu unmöglich.

Weiter enthält § 5b Abs. 3 UWG eine Informationspflicht für Unternehmer, wenn diese Bewertungen zu angebotenen Waren und Dienstleistungen zugänglich machen. Dabei soll der Unternehmer dem Verbraucher darlegen, in wie weit er die Authentizität von Bewertungen zu den angebotenen Produkten oder Dienstleistungen sicherstellt.

Mit der Angabe von Informationen zur Authentizitätsprüfung von Verbraucherbewertungen – allgemeine Angabe, ob eine Kontrolle stattfindet und falls ja, nach welchen Kriterien die Bewertungen geprüft werden – muss der Unternehmen dem Verbraucher künftig sensible Daten offenlegen, die zwar die Verbrauchertransparenz erhöhen aber zugleich die Möglichkeit für Manipulationen eröffnet. Bei der Offenlegung von Kriterien zur Authentizitätsprüfung von Bewertungskriterien kann nicht ausgeschlossen werden, dass andere Marktteilnehmer diese z.B. durch entsprechende Search-Engine-Optimization-Maßnahmen (SEO) nutzen, um die eigene Bewertung zu optimieren und somit Kundenvertrauen zu gewinnen.

Letztlich bleibt abzuwarten ob und falls ja, in welchem Maß Verbraucherschutzrecht mit den Informationspflichten für Unternehmen zum Ranking und zur Prüfung von Kriterien tatsächlich gestärkt werden können.

Über eco

Mit über 1.100 Mitgliedsunternehmen ist eco der größte Verband der Internetwirtschaft in Europa. Seit 1995 gestaltet eco maßgeblich das Internet, fördert neue Technologien, schafft Rahmenbedingungen und vertritt die Interessen seiner Mitglieder gegenüber der Politik und in internationalen Gremien. Die Zuverlässigkeit und Stärkung der digitalen Infrastruktur, IT-Sicherheit und Vertrauen sowie eine ethisch orientierte Digitalisierung bilden Schwerpunkte der Verbandsarbeit. eco setzt sich für ein freies, technikneutrales und leistungsstarkes Internet ein.