



Verband Deutscher Kabelnetzbetreiber e.V.



## **Gemeinsame Position zur Konsultation eines Muster- Produktinformationsblattes (PIB)**

Die Bundesnetzagentur hat zur Sicherstellung einer einheitlichen und verbraucherfreundlichen Darstellung der aufgrund der TK-Transparenzverordnung zu veröffentlichenden Informationen für die verschiedenen Vertragstypen Muster-Produktinformationsblätter entwickelt und einige Hinweise und Erläuterungen zur Erstellung derselben in einer Anleitung zusammengefasst.

Im Rahmen der bis zum 06.02.2017 laufenden öffentlichen Konsultation bezieht die Branche hierzu wie folgt Stellung:

Die unterzeichnenden Verbände und deren Mitgliedsunternehmen stehen Verbesserungen im Bereich der Transparenz gegenüber Verbrauchern grundsätzlich aufgeschlossen gegenüber, mit denen Verbraucher sich besser über TK-Dienstleistungen informieren und entsprechende Produktentscheidungen in einem wettbewerbsintensiven Markt treffen können. Produktinformationsblätter können dazu beitragen, dass der Verbraucher einen Überblick über relevante Produkt- und Tarifdetails erhält und verschiedenen Angebote vergleichbar sind. Voraussetzung ist aber, dass der Umfang der auf dem PIB darzustellenden Angaben mit dem zur Verfügung stehenden Platz vereinbar ist.

Gerade im Bereich Cash&Carry ergeben sich daher aus Sicht der Branche Bedenken gegenüber dem von der BNetzA zur Konsultation gestellten Muster-PIB.

## **1. Dimensionen des PIB**

Die in den Vorgaben der BNetzA ausgewiesene Dimensionen (Mindestbreite und –höhe) für das PIB auf den Verpackungen der SB Ware berücksichtigt noch nicht alle gegebenen Formate. Als Ausgangspunkt wurde das breitere Format verwendet, weshalb die Mindestbreite und –höhe nicht für das schmalere Format bei uns anwendbar ist.

- Die Branche bittet um notwendige Anpassung der Mindest-Höhen, andernfalls ist eine Umsetzung bei einer Vielzahl von Verpackungen nicht möglich.
- Vorschlag: Mindest-Höhe: 3 cm, Mindest-Breite: 7 cm

Die Branche bittet nachdrücklich darum, die Mindestgrößen wie oben vorgeschlagen anzupassen. Ansonsten droht die Anschaffung neuer Produktionsmaschinen und die Anpassung von Verkaufsflächen ist erforderlich. Dies wird in einer großen Anzahl von Fällen wirtschaftlich nicht tragbar sein, sodass die betroffenen Vertriebskanäle geschlossen werden müssten. Damit verbunden ist ein beträchtlicher Schaden nicht nur für die Anbieter sondern ein Nachteil für die Verbraucher, die sich einem verminderten Produktangebot gegenübersehen.

Alternativ sollte darüber nachgedacht werden, dass bei der Sonderthematik Cash & Carry das Design (Tabellenformat) vorgegeben wird, aber keine Mindestgrößen, da aufgrund zukünftiger Vorgaben der zur Verfügung stehende Platz noch weiter eingeengt werden könnte. Es sollte für die Pakete ausreichen, wenn das PIB gut lesbar ist (z.B. Vorgabe, dass Schriftgröße des PIB nicht geringer sein darf als im übrigen Text).

## **2. Zusatzoptionen**

Das PIB auf dem Starterpaket (Abb. 9) sollte keine Zubuchoptionen beinhalten, da auch ansonsten der zur Verfügung stehende Platz auf den Paketen definitiv nicht ausreichen wird. Der zur Verfügung stehende Platz wird beeinflusst von diversen Formaten der Pakete und dem Bedarf von Freifläche für EAN Codes, Seriennummern, MSISDN etc. und sonstige Kommunikationsfläche (wie bspw. rechtlich notwendige Fußnoten).

Außerdem ist das PIB so kaum noch verständlich. In der Begründung zur TK-Transparenzverordnung steht: *„Um die Vergleichbarkeit und angestrebte Transparenz zu wahren, ist es ausreichend aber zugleich auch erforderlich, ein PIB pro Hauptvertrag (also solche Verträge, in denen der Zugang zum Dienst vereinbart wird) zu erstellen. Zur Vermeidung von Informationsüberflutung soll für Nebenverträge (wie beispielsweise Zubuchoptionen) kein PIB zur Verfügung gestellt werden.“*

- Die Tabelle, in der alle zubuchbaren Optionen aufgeführt werden sollen, dürfte über den Zweck der Verordnung, nämlich Transparenz zum Produkt und dessen Data-Bestandteil zu schaffen, hinausgehen. Die Tabelle in der angegebenen Form könnte die Kunden irritieren, da er ggf. nicht weiß, welches Produkt mit welchen Bestandteilen er konkret erwirbt. Zudem unterscheiden sich die einzelnen Optionen in den meisten Fällen nur durch einen einzigen Parameter, nämlich den Wert, ab dem die Drosselung einsetzt. Ein Mehrwert für den Kunden ist nicht ersichtlich. Bei Bedarf können sich Kunden besser per Flyer oder auf der Webseite vor Kauf des Startersets oder Buchung einer Option umfangreich über Zusatzdienstleistungen informieren.
- Die Dynamik des Geschäfts bringt regelmäßig Änderungen des Optionsportfolios mit sich, was wiederum im Zuge des vorgegebenen Muster-PIBs einen häufigen Austausch der Tabelle auf den Startersets und damit auch streng genommen der Startersets selbst implizieren würde. In Verbindung mit der gegebenen, verhältnismäßig langen Abverkaufszeit gerade im Cash&Carry-Kanal ist das nicht umsetzbar.
- In diesem Sinne sollten PIB nur für Tarife, bei denen mit dem Basistarif (= Hauptvertrag) eine Datenoption vorgebündelt ist, zu erstellen sein. Die Vorgabe nach Ziff. 5 sollte, abgesehen davon, dass der Platz nicht zur Verfügung steht, entfallen. Gleichzeitig gibt es Produkte, bei denen keine zubuchbaren Optionen verfügbar sind und das PIB den Tarif nicht korrekt abbilden kann.
- Die Angaben könnten statt dessen Innen abgedruckt werden. Es ist dadurch sichergestellt, dass der Kunde vor vertraglichem Abschluss der Datenoption über die Leistungsdaten informiert wird. Zu berücksichtigen ist, dass Tarifoptionen eine ggf. vom Basistarif abweichende Mindestlaufzeit und automatische Verlängerung (in der Regel 30/30 Tage) haben. Es gibt aber auch Tarifoptionen, die sich nicht automatisch verlängern. Diese müssen nicht abbestellt werden.

Wir schlagen daher vor, dass das PIB nur für Produkte mit vorgebündelter Tarifoption auf der Außenseite abgebildet werden muss. Zusätzlich dann ein Abdruck der Optionstabelle auf der Innenseite der Verpackung. Der Verbraucher erhält so vor vertraglichem Abschluss der Option die Informationen und die Verordnungskonformität ist auf diese Weise sichergestellt.

06. Februar 2017

---

*ANGA Verband Deutscher Kabelnetzbetreiber e. V., Reinhardtstraße 14, 10117 Berlin  
Tel.: 030 / 2404 7739-0, Fax: 030 / 2404 7739-9, E-Mail: info@anga.de*

*Bitkom Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V., Albrechtstraße 10, 10117 Berlin  
Tel.: 030 / 27576-0, Fax: 030 / 27576-400, E-Mail: bitkom@bitkom.org*

*BREKO Bundesverband Breitbandkommunikation e. V., Invalidenstraße 91, 10115 Berlin  
Tel.: 030 / 58580-415, Fax: 030 / 58580-412, E-Mail: breko@brekoverband.de*

*BUGLAS Bundesverband Glasfaseranschluss e. V., Bahnhofstraße 11, 51143 Köln  
Tel.: 02203 / 20210-0, Fax: 02203 / 20210-88, E-Mail: info@buglas.de*

*eco Verband der Internetwirtschaft e. V., Französische Straße 48, 10117 Berlin  
Tel.: 030-2021567-0, Fax: 030-2021567-11, E-Mail: berlin@eco.de*

*VATM Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten e. V.,  
Neustädtische Kirchstraße 8, 10117 Berlin  
Tel.: 030 / 505615-38, Fax: 030 / 505615-39, E-Mail: vatm@vatm.de*