

NEWSLETTER | April 2019

Liebe Leserinnen und Leser,

als [Sachverständigenrat für Verbraucherfragen \(SVRV\)](#) beraten wir das [Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz \(BMJV\)](#) und verstehen uns als wirksamen und sichtbaren Impulsgeber zur Gestaltung einer wissenschaftlich fundierten Verbraucherpolitik.

In unseren Newslettern erhalten Sie vierteljährlich eine Übersicht zu aktuellen Themen, Literaturempfehlungen oder auch zu Veranstaltungen. Sollten Sie Anregungen haben oder Ihnen wichtige Informationen fehlen, nehmen wir Ihr Feedback gern entgegen.

In diesem Sinne wünschen wir eine anregende Lektüre.

Ihr SVRV

Unser Arbeitsauftrag

Nach unserer Auftaktsitzung im Dezember 2018 haben wir im Rahmen einer Klausursitzung am 31. Januar und 1. Februar in Potsdam das Programm für die nächsten vier Jahre skizziert.

Neben der Erarbeitung von mehreren Stellungnahmen sowie begleitenden Studien wird das Kernstück unserer Tätigkeit als Sachverständige die Erarbeitung eines umfassenden **Gutachtens zur Lage der Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland** sein, das wir erstmalig 2021 und dann wiederkehrend jeweils zum Weltverbrauchertag, d. h. regelmäßig am 15. März, vorlegen möchten.

Das Arbeitsprogramm beruht auf der fachlichen Expertise der Sachverständigen sowie dem Austausch mit weiteren Experten zu einzelnen Themenbereichen. Zudem wird das Arbeitsprogramm durch die Vergabe einzelner Leistungen, beispielsweise zur Erhebung und Analyse empirischer Daten, ergänzt und umgesetzt.

SVRV (ge-)fragt:

„Nachhaltiges Verbraucherrecht?“ von Hans-W. Micklitz

Das deutsche Verbraucherrecht hat zwei große Phasen der Entwicklung durchlaufen. Die konstituierende Phase erfasst den Zeitraum von 1960 bis 1980, Jahre in denen die Entwicklung des Verbraucherrechts allein in den Händen des deutschen Gesetzgebers und der deutschen Politik lag. Ab der Verabschiedung der Einheitlichen Akte im Jahre 1986 übernahm die Europäische Kommission und der europäische Gesetzgeber die Initiative. Sie setzt bis heute die Akzente. Das gilt gerade auch für die Nachhaltigkeit und nun für die Kreislaufwirtschaft. Man könnte sogar so weit gehen zu behaupten, dass die EU durch die 17 Ziele der nachhaltigen Entwicklung der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals) unter Druck geraten ist. Die jüngsten Mitteilungen der EU zu einer Kreislaufwirtschaft (KOM (2015) 614 endg.) lässt sich als politische Antwort interpretieren. Steht das Verbraucherrecht vor einer dritten Phase? Der Begründung eines nachhaltigen Verbraucherrechts?

Bislang stehen die großen Ziele der Nachhaltigkeit und der Verbraucherpolitik eher nebeneinander. Was schon für die Umweltpolitik galt, trifft auch auf die Nachhaltigkeit zu. Die Politik und parallel das Recht folgt einer ganz eigenen Pfadabhängigkeit. Umweltschutz und Umweltpolitik bilden einen Block, Verbraucherrecht und Verbraucherpolitik einen zweiten. Eine der Schlüsselfiguren jener Zeit war Ludwig Krämer, der in der Europäischen Kommission das europäische Umweltschutzrecht maßgeblich geprägt hat. Von ihm stammen auch die ersten massiv kritischen Stellungnahmen zur Entwicklung eines vom Umweltschutz abgekoppelten Verbraucherrechts. Die Verschiebung von der Umwelt auf die Nachhaltigkeit hat daran nichts geändert.

Das weitgehend vom EU Gesetzgeber geprägte deutsche Verbraucherrecht gehört auf den Prüfstand der 17 Ziele der Vereinten Nationen. Dann stellen sich Fragen über Fragen.

Das geltende Verbraucherrecht wird vom Informationsparadigma dominiert. Erhält der Verbraucher die Informationen, die er benötigt, um den 17 Zielen gerecht zu werden? Wie sieht es mit dem Vertragsrecht aus? Ist dieses nicht eher auf ungestörten Konsumgenuss denn auf Nachhaltigkeit ausgerichtet? Müssen Produkte eine Mindestlebensdauer haben? Wie sieht es mit den Rechten der Verbraucher aus, wenn die Produkte einen Fehler aufweisen? Müsste nicht die Reparatur konsequent Vorrang vor allen anderen Rechten haben? Wer soll ein nachhaltiges Verbraucherrecht durchsetzen? Der einzelne Verbraucher vor den Zivilgerichten? Oder bedarf es neuer und ganz anderer Durchsetzungsformen? Die Liste der Fragen ist lang. Die 17 Ziele verlangen, das Verbraucherrecht von Grund auf neu zu denken. Das ist eine große Herausforderung, aber auch eine Chance für ein Verbraucherrecht, das Nachhaltigkeit systematisch integriert.

Schon gewusst...?

Einkaufen der Zukunft - Sollten sich deutsche Supermärkte China zum Vorbild nehmen?

(Der Tagesspiegel / Sonntag, 3. Februar 2019 von Thorsten Mumme)

Amazon und sein chinesisches Pendant Alibaba machen den Einkauf im Supermarkt zum Hightech-Erlebnis. Ein Geschäft ohne Kassen! Mit Kameraüberwachung! Ohne Kassierer!

Ist es also nur eine Frage der Zeit, bis auch in Deutschland jeder Supermarkt, jeder Späti zu einem Hightech-Markt wird?

Jemand, der es wissen muss, ist Stefan Genth. Er ist Hauptgeschäftsführer des Handelsverbands Deutschland (HDE) und meint, in vielen Bereichen sei das bereits der Fall. Allerdings bekomme der Kunde nicht immer etwas davon mit. „Die Sortimentsplanung ist schon jetzt vielfach durch künstliche Intelligenzen gesteuert“, erklärt Genth. „Algorithmen werden uns in Zukunft vermehrt helfen, Trends vorauszusagen, indem sie zum Beispiel soziale Netzwerke analysieren.“ Er hält aber auch Verkaufsberatung durch Hologramme für möglich. „Künstliche Intelligenz und Roboter werden uns im Handel in Zukunft häufiger begegnen.“

Peter Kenning sieht drei Aspekte, die den Einzelhandel in Deutschland bis 2030 prägen werden: Personalisierung, Erlebnis beim Shoppen sowie eine engere Verzahnung von online und offline. Kenning ist Professor für Betriebswirtschaftslehre an der Universität Düsseldorf und berät die Bundesregierung seit 2011 in Verbraucherfragen. Er führt aus, was er unter Personalisierung versteht. „Das bedeutet zum Beispiel, dass der Kauf einer Ware immer stärker mit dazu passenden Dienstleistungen verbunden wird, angefangen von kostenlosen Lieferungen bis hin zu individuellen Gutscheinen, individuellen Beratungen oder sonstigen Zusatzangeboten“, so Kenning. „Auch personalisierte Preise sind dann wahrscheinlich.“

Das gesteigerte Einkaufserlebnis zeichne sich schon jetzt ab. „Früher war ein Edeka klein, schmutzig und teuer. Heute sind das attraktive Marktplätze, auf denen die vielfältigsten Konsumerlebnisse gehandelt werden.“

Und für die Verbindung zwischen Online- und Offlinekauf hat Kenning den Begriff „No-Line-Einkauf“. „Schon heute kann man dem Kunden während des Einkaufens Nachrichten auf sein Smartphone schicken, um ihm zusätzliche Informationen zu Produkten und Angeboten zu vermitteln“, sagt der Professor und plötzlich wirken die Alibaba-Supermärkte gar nicht mehr so weit weg.

[zum vollständigen Artikel \(Tagesspiegel.de\)](#)

Verhaltensbasierte Versicherungstarife - Viele Kunden profitieren nicht **(Der Tagesspiegel / Donnerstag, 4. April 2019 von Ariane Keitel, Sarah Sommer und Gert G. Wagner)**

Wäre es nicht fair und gerecht, wenn die Höhe von Versicherungstarifen durch das eigene Verhalten beeinflusst werden könnte? So könnte jeder im gewissen Rahmen selbst bestimmen, wieviel er für seine Auto- oder Krankenversicherung bezahlen müsste.

Warum soll man zum Beispiel für das Erkrankungsrisiko des rauchenden Nachbarn mitbezahlen, wenn man sich selbst gesundheitsbewusst verhält? Umgekehrt sprechen in einer auf geteilten Werten und Normen fußenden Gesellschaft gute Gründe dafür, sich für die Freiheit des Nachbarn bei seiner Lebensgestaltung solidarisch zu zeigen und gegebenenfalls die durch das Rauchen anfallenden Gesundheitskosten mitzutragen.

Verhaltensabhängige Tarife werden mittlerweile in Deutschland von einigen Versicherungsanbietern im Rahmen der Kfz-Haftpflichtversicherung angeboten (sogenannte Telematik-Tarife). Und im

Gesundheitsbereich ist ein Trend zu verzeichnen, dass Versicherungen und Krankenkassen im Austausch von Gesundheits- oder Fitnessdaten mit Vergünstigungen oder Sachprämien locken.

In beiden Versicherungszweigen werden Belohnungen auf Basis von Scores gewährt, für deren Berechnung das Verhalten von Versicherten (zum Beispiel die Anzahl täglich absolvierter Schritte im Gesundheitsbereich oder die Fahrgeschwindigkeit im Kfz-Bereich) aufgezeichnet und ausgewertet wird. Der Verhaltenseffekt, der durch Scoring-Angebote angestrebt wird, sollte wissenschaftlich fundiert sein. Besonders, wenn es um Bereiche geht, die so sensibel sind, wie die Gesundheit. Bei vielen Merkmalen, die in einen Score einfließen, ist nicht durch unabhängige wissenschaftliche Studien belegt, dass sie tatsächlich einen Einfluss auf die Gesundheit oder das Fahrverhalten haben. Man müsste den Wert durch sein Verhalten beeinflussen können.

Wie stehen nun Verbraucher und Verbraucherinnen zu Telematik-Tarifen und sich in diesem Zusammenhang abzeichnenden Entwicklungen?

[zum vollständigen Artikel \(Tagesspiegel.de\)](http://www.tagesspiegel.de)

SVRV empfiehlt

Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V., Kompetenzzentrum Verbrauchersforschung NRW

Beiträge zur Verbrauchersforschung 9: Der vertrauende Verbraucher. Zwischen Regulation und Information

Vertrauen spielt beim Einkauf eine wichtige Rolle: Sind die Lebensmittel unbedenklich? Ist tatsächlich Bio drin, wo Bio drauf steht? Kann ich mich darauf verlassen, dass die Telefonrechnung korrekt ist? Sind meine Daten sicher? Niemand würde sich auf einen Kauf einlassen, wenn er nicht ein Mindestmaß an Vertrauen in den Anbieter hätte. Was ist Vertrauen? Wie wird es gebildet? Wem vertrauen Konsumenten? Was kennzeichnet das Verhaltensmuster des „vertrauenden Verbrauchers“? Mit diesen und anderen Fragen befassen sich die Autorinnen und Autoren des 9. Bandes der Schriftenreihe „Beiträge zur Verbrauchersforschung“. [zum vollständigen Presseartikel](#)

Bezugsmöglichkeiten:

E-Book (Open Access): <https://www.verbraucherforschung.nrw/kommunizieren/beitraege-zur-verbraucherforschung/band-9-der-vertrauende-verbraucher>

Kostenfreie Printversion: <https://www.ratgeber-verbraucherzentrale.de/verbraucherforschung/beitr%C3%A4ge-zur-verbraucherforschung-band-9-der-vertrauende-verbraucher-46008990>

Wissenschaftlicher Beirat der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen (WBGU) Veröffentlichung des Gutachtens „Unsere gemeinsame digitale Zukunft“

Der WBGU macht in dem Bericht „Unsere gemeinsame digitale Zukunft“ deutlich, dass Nachhaltigkeitsstrategien und -konzepte im Zeitalter der Digitalisierung grundlegend weiterentwickelt werden müssen. Nur wenn der digitale Wandel und die Transformation zur Nachhaltigkeit synchronisiert werden kann es gelingen, Klima- und Erdsystemschutz sowie soziale Fortschritte menschlicher Entwicklung voranzubringen. Ohne aktive politische Gestaltung wird der digitale Wandel den Ressourcen- und Energieverbrauch sowie die Schädigung von Umwelt und Klima weiter beschleunigen. Daher ist es eine vordringliche politische Aufgabe Bedingungen dafür zu schaffen, die Digitalisierung in den Dienst nachhaltiger Entwicklung zu stellen. [zur Zusammenfassung](#)

Save the Date

APRIL 2019

29./30.04.	“The Futures of Health. Social, legal and ethical challenges.” Konferenz zur Zukunft von eHealth des Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft (HIIG) in Berlin https://www.hiig.de/events/ehealth2019/
------------	---

Mai 2019

21./22.05.	„Souverän in die digitale Zukunft“. Zukunftskongress 2019 des Bundesministeriums für Bildung und Forschung in Bonn https://www.technik-zum-menschen-bringen.de/zukunftskongress/
------------	---

Juni 2019

14.06.	Tagung der AG Konsumsoziologie zum Thema "Verbraucherpolitik von unten" an der TU Berlin http://blog.konsumsoziologie.de/
--------	---

Impressum

Geschäftsstelle des Sachverständigenrats für Verbraucherfragen
im Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz
Mohrenstraße 37
10117 Berlin
Tel.: +49 30 18 580-9555
Fax: +49 30 18 580-9525
info@svr-verbraucherfragen.de
www.svr-verbraucherfragen.de

Wenn Sie keinen Newsletter mehr erhalten möchten, senden Sie bitte eine E-Mail an info@svr-verbraucherfragen.de mit der Betreffzeile „Newsletter abbestellen“.