

NEWSLETTER | Juli 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

„Wir über uns“

Arbeitsprogramm 2018-2022:

Wir haben unser [Arbeitsprogramm 2018-2022](#) beschlossen. Neben den Gutachten zur Lage der Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland, das erstmalig zum Weltverbraucherstag am 15.03.2021 erscheinen soll, greifen wir spezifische aktuelle Fragestellungen in unseren „**Policy Briefs**“ auf.

Darüber hinaus erarbeiten wir in regelmäßiger Folge **Stellungnahmen** zu Einzelthemen, beginnend mit „**Personalisierten Vertragsbeziehungen**“ (Veröffentlichung Anfang 2020). Daran werden sich 2020 Stellungnahmen zur unternehmerischen digitalen Verantwortung (**Corporate Digital Responsibility** - CDR) und zur „**Plattformregulierung**“ anschließen. In der zweiten Hälfte der Berufungsperiode sollen Stellungnahmen zu den Themen „**Soziale Ungleichheit und Verbraucher**“ (Herbst 2021) sowie „**Verbraucherinformatik**“ (Frühjahr 2022) fertiggestellt werden.

SVRV (ge-)fragt:

„Roaming bei Anrufen innerhalb der EU?“ von Ratsmitglied Sven Scharioth

Aus dem Paris-Urlaub nach Hause zu telefonieren und sich am Strand in Spanien keine Gedanken über das eigene Datenvolumen zu machen – das ist für Verbraucherinnen und Verbraucher seit dem 15. Juni 2017 normal. Die EU-Roaming-Verordnung machte es möglich, dass Verbraucherinnen und Verbraucher seitdem bei Anrufen, SMS und Datenpaketen nur das zahlen bzw. das nutzen können, was sie auch zu Hause zahlen bzw. nutzen. Daten- oder Telefonflats gelten also auch im Urlaub in einem anderen EU-Land. Doch eine Lücke blieb: die Telefonate, die Verbraucherinnen und Verbraucher von zu Hause in ein anderes EU-Land führten – etwa um Geschäftspartner in Brüssel oder Warschau anzurufen.

Seit dem 15. Mai 2019 hat der EU-Gesetzgeber nun auch diese Lücke geschlossen: Verbraucherinnen und Verbraucher, die seitdem aus ihrem Heimatland ins EU-Ausland telefonieren, zahlen jetzt nur maximal 19 Cent pro Minute bzw. 6 Cent pro SMS zuzüglich nationaler Mehrwertsteuer – effektiv also 22 bzw. 7 Cent in Deutschland. Spezielle Tarife, in denen die Auslandsanrufe in die EU ebenfalls in der Flatrate inbegriffen sind, sind natürlich auch weiterhin möglich. Mit dieser neuen Regelung wurde zudem die Erwartung der Verbraucherinnen und Verbraucher schnell aufgegriffen – nur zwei Jahre nach der EU-Roaming-Verordnung, die einen Meilenstein für den gemeinsamen europäischen Markt darstellt. Vielen Verbraucherinnen und Verbrauchern war gar nicht bewusst, dass die Regelungen zum Roaming, die sie seit dem Sommer 2017 kennen und nutzen, nur dann gelten, wenn sie selbst im EU-Ausland waren und nicht auch bei Gesprächen aus dem Heimatland ins EU-Ausland. Diese Gespräche konnten schnell 1,49 Euro pro Minute kosten und dürften damit zu einigen überraschenden Telefonrechnungen geführt haben.

Dass Verbraucherinnen und Verbraucher ganz andere Erwartungen beim Telefonieren hatten, zeigt eine [Studie der Verbraucherzentralen](#) im Projekt Marktwächter Digitale Welt aus März 2018. Dabei bestätigten 52 % der Befragten, die in den letzten 12 Monaten ins EU-Ausland telefoniert hatten, dass ihnen nicht bewusst war, dass die Roaming-Verordnung hier nicht greift. Außerdem zahlten Verbraucherinnen und Verbraucher häufig zu viel, zumal die Tarife deutlich teurer als normal waren und es verbilligte Auslandstarife gab, die aber nicht immer bekannt waren.

Mit dieser Regelung ist nun auch klar, dass sich Verbraucherinnen und Verbraucher weniger Gedanken machen müssen, in welchem EU-Land sie gerade sind und in welches EU-Land sie gerade telefonieren wollen – entweder sie roamen, also nutzen ihren ohnehin vereinbarten Preis oder sie zahlen maximal 22 Cent pro Minute für ein EU-Auslandsgespräch. Allerdings gibt es weiter bestimmte Ausnahmen, die Verbraucherinnen und Verbraucher beachten sollten: So gilt beispielsweise die EU-Roaming-Verordnung nicht für Mobilfunknetze von Flugzeugen und Schiffen. Auch wer dauerhaft in einem Land lebt, aber einen Mobilfunkvertrag in einem anderen abschließt, kann vom kostenlosen Roaming ausgenommen sein.

Mehr unter: <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/digitale-welt/mobilfunk-und-festnetz/roaming-in-der-eu-wichtige-fragen-und-antworten-13742>

„Worüber sich Verbraucherinnen und Verbraucher in der Digitalen Welt ärgern.“

Kostenfallen beim Online-Dating, viel zu lange Allgemeine Geschäftsbedingungen oder online verkaufte Karten für Konzerte, die es gar nicht gibt - für Verbraucherinnen und Verbraucher gibt es viele Ärgernisse und Probleme in der Digitalen Welt.

In seinem Vortrag auf der re:publica am 8. Mai 2019 stellte Ratsmitglied Sven Scharioth eine kleine Auswahl der Themen vor, die die Verbraucherzentralen in der Beratung immer wieder erreichen.

Videoclip des Vortrags: <https://19.re-publica.com/de/session/klein-gedruckt-grob-gehackt-woruber-sich-verbraucherinnen-digitalen-welt-argern>

Influencer-Marketing: Probleme und Lösungsansätze

Zur Frage, wann Influencer in sozialen Medien geschäftlich handeln und daher ihre Beiträge als Werbung kennzeichnen müssen, sind in der letzten Zeit mehrere divergierende Gerichtsurteile ergangen. Objektiv geht es beim Influencer-Marketing oft um eine Handlung zur Förderung des fremden oder eigenen Produktabsatzes. Liegt eine solche Handlung vor, ist der damit verbundene Beitrag zu kennzeichnen. Ist dies nicht der Fall, kann auf die Kennzeichnung verzichtet werden. Was zunächst eindeutig klingt, kann im Detail rasch kompliziert werden. Wenn ein Influencer zum Beispiel einen redaktionellen Beitrag verfasst und sich damit selbst vermarktet, ist dies dann auch eine geschäftliche Handlung? Wäre dann also auch jeder redaktionelle Beitrag, auch die eigene Meinung, als Werbung in eigener Sache zu kennzeichnen?

Diese Fragen deuten an, dass es im Influencer-Marketing einige offene Punkte gibt, aus denen Rechtsunsicherheit entstehen kann. Um dem entgegen zu wirken hatte das BMJV am 11. Juni 2019 zu einer Dialogveranstaltung mit Vertreterinnen und Vertretern der Influencer-Szene, aus Wissenschaft und Politik, darunter den SVRV-Vorsitzenden, Prof. Dr. Peter Kenning, eingeladen. Konkret ging es im Vortrag von Prof. Kenning darum, die psychologischen Wirkungen sowie die ökonomische Bedeutung des Influencer Marketing zu verdeutlichen.

In diesem Zusammenhang stellte Prof. Kenning heraus, dass dem Influencer-Marketing derzeit zwar aus volkswirtschaftlicher Sicht eine eher geringe ökonomische Bedeutung zukomme. So beanspruchte Influencer-Marketing im Jahr 2017 Werbeausgaben in Höhe von etwa 500 Mio. Euro, was etwa 0,5% der jährlichen Werbeausgaben in Deutschland entspricht. Andererseits steige die wirtschaftliche Bedeutung für einige Influencer und Unternehmen mittlerweile aber deutlich an. Bereits heute könnten die einflussreichsten zweihundert deutschen Influencer etwa 100.000 bis zu einer Million Euro jährlich verdienen. Für Unternehmen ist diese Werbeform deswegen interessant, da Influencer-Marketing die (additive) Erreichbarkeit spezieller Zielgruppen mit hohem Produktinteresse und –involvement, bei jederzeitiger Verfügbarkeit und hohem Dialogpotenzial ermögliche. Zudem können die positiven Erfahrungen und Emotionen, die mit dem Influencer verbunden sind, genutzt werden, um ein Produkt emotional aufzuladen. Nutzerinnen und Nutzer kauften dann nicht nur ein Produkt, sondern immer auch ein Stück der mit dem Produkt verbundenen Emotionen.

In diesem Zusammenhang sollten Influencer aber zwei Rechtsbereiche beachten, nämlich das Wettbewerbs- und das Medienrecht. Während des Wettbewerbsrecht den Zweck erfüllen, Irreführungen über die geschäftliche Motivation eines kommunikativen Verhaltens zu vermeiden, sollte das einschlägige Medienrecht Einflussnahmen auf die Unabhängigkeit der Informationsvermittlung verhindern und dadurch den Schutz der Glaubwürdigkeit von Informationsquellen sichern. Um auf diesen Aspekt hinzuweisen, haben die Landesmedienanstalten bereits 2015 einschlägige Informationen zur Verfügung gestellt und diese 2018 noch einmal aktualisiert. Bezogen auf die dennoch andauernde individuelle Rechtsunsicherheit vieler Influencer riet der SVRV-Vorsitzende dazu, für mehr Aufklärung über die rechtlichen Aspekte zu sorgen - beispielsweise durch einen handlungsfähigen Verband der Branche, den es bisher nicht gibt. Außerdem sollten Behörden über weitere Kommunikationsformen und -kanäle abseits der typischen Schriftstücke im Amtsdeutsch nachdenken.

Der Staatssekretär im BMJV, Gerd Billen kündigte unterdessen an, dass sich die Bundesregierung mit der Materie auseinandersetzen werde, um Rechtssicherheit zu schaffen.

Mehr unter: <https://www.zdf.de/nachrichten/heute/wie-politik-influencer-regulieren-will-100.html>

Schon gewusst...?

**„Energiearmut – ein blinder Fleck der Verbraucherpolitik?“ (Kurzversion)
(Frankfurter Allgemeine Zeitung; Standpunkt / Dienstag, 30. April 2019 von Ratsmitglied
Peter Kenning und Christoph Strünck)**

Schätzungen zufolge wird die Energiewende in den kommenden Jahren mit Kosten von rund 520 Milliarden Euro verbunden sein. Ein wesentlicher Beitrag zur Energiewende wird von den Verbraucherinnen und Verbrauchern erwartet.

Die Diskussion möglicher Folgen der Energiewende für die Energiearmut von Verbraucherinnen und Verbrauchern findet nicht statt. Dies hat mindestens zwei Gründe: Zum einen ist die Verbraucherpolitik ein nach wie vor eher randständiger Politikbereich. Zum anderen fehlt es der Verbraucherpolitik an einer systematischen Marktbeobachtung, validen Daten und entsprechender Evidenzbasierung. Mit anderen Worten: Der Verbraucher ist ein unbekanntes Wesen. Eine marktbeobachtende Ressortforschung, die Abhilfe schaffen könnte sucht man im verbraucherpolitischen Bereich vergeblich.

Wollte man dies ändern, müsste man zunächst eine Ursachenanalyse durchführen. Dann wären Instrumente zu entwickeln, mit denen Energiearmut effektiv und effizient bekämpft werden könnte. Eine weitere Ursache für Energiearmut kann darin gesehen werden, dass die Regulierung von Energiemärkten nicht verbraucherfreundlich ist. Kaum jemand hat echte Übersicht über den eigenen Energieverbrauch. Und die klassische Jahresrechnung einschließlich Nachzahlungsaufforderung im Folgejahr sensibilisiert Verbraucherinnen und Verbraucher nicht dafür, ihren Energiekonsum effektiv zu kontrollieren. Ausgerechnet verschul-

dete Haushalte hängen dann häufig in den teuren Grundtarifen der Energieversorger fest und können nicht einfach in günstigere Tarife wechseln. Wer in der Not seine Rechnung für Strom und Heizung zunächst nicht zahlt, gerät in eine Spirale von Mahnungen und Nachforderungen, bis hin zur zeitweiligen Stromsperre.

Es wäre daher gut, wenn die Verbraucherpolitik diesen Bedarf erkennen und entschlossen handeln würde.

„Per Überwachung zur Prognose“ (Zusammenfassung)

(Frankfurter Allgemeine Zeitung; Einspruch / Mittwoch, 5. Juni 2019 von Ratsmitglied Gert G. Wagner und Johannes Gerberding)

Die gegenwärtigen Fortschritte im Bereich Künstliche Intelligenz sind zu einem Gutteil Fortschritte automatisch erzeugter Vorhersagen über das Verhalten von Menschen. Digitale Verfahren sogenannter prädiktiver Analytik boomen. Und sie werfen schwierige Fragen auf.

Mit dem altbekannten Scoring-Paragraphen § 31 BDSG liegt aber ein Baustein für ein künftiges Algorithmen-Regulierungsrecht, das diese Probleme angeht, bereits vor. Potential für die gesetzliche Gestaltung der prädiktiven Analytik hat die Vorschrift vor allem hinsichtlich der Verfahrensqualität, das heißt in Bezug auf die Frage, wie gut das eingesetzte Verfahren seine Prognoseleistung erbringt. Dazu wird man die Regelung aus dem Datenschutzrecht herauslösen und das Erfordernis einer "Wissenschaftlichkeit" des Scorings konkretisieren und ausdifferenzieren müssen.

„Wie das Internet der Dinge die Verbraucherpolitik herausfordert.“

(Handelsblatt Online; Gastbeitrag / Sonntag, 2. Juni 2019 von Ratsmitglied Peter Kenning und Jan-Peter Kleinhans, Projektleiter "IT-Sicherheit im Internet der Dinge" der Stiftung Neue Verantwortung)

In Deutschland sind etwa eine Milliarde Geräte mit dem Internet verbunden und kommunizieren untereinander. Oft geschieht dies mit Wissen ihrer Besitzer. Oft aber auch nicht. Und dies kann zu Problemen führen, die aus dem Internet-of-Things (IoT) immer mehr auch ein politisches Thema machen.

Zunächst geht es um sicherheitspolitische Aspekte wie den Schutz kritischer Infrastrukturen in Kliniken und Krankenhäusern. Oder darum, wie man die Privatsphäre vor all den kleinen „Spionagegeräten“ wie Alexa und Co. schützen kann. Wenn Verbraucherpolitik aber nicht zwingend Verbraucherschutzpolitik bedeuten muss, wird deutlich, dass die Verbraucherpolitik in Hinblick auf das IoT auch eine sicherheitspolitische Verantwortung übernehmen muss.

Verbraucher können im IoT zum sicherheitspolitischen Problem werden. Und dies sogar, ohne es zu bemerken. Wenn gehackte Haushaltsgeräte genutzt werden, um als Teil eines globalen Botnetzes irgendwo auf der Welt einen Server zu attackieren, kriegt der Besitzer des Kühlschranks davon meist nichts mit.

Im Hinblick auf die IT-Sicherheit im IoT bedeutet die verbraucherpolitische Herausforderung somit nicht mehr nur Schutz für den Verbraucher, sondern ebenso Schutz vor dem Verbraucher.

Weiterlesen unter: <https://www.handelsblatt.com/meinung/gastbeitraege/gastbeitrag-wie-das-internet-der-dinge-die-verbraucherpolitik-herausfordert/24407872.html?ticket=ST-2679684-PPRIfiYJk75OzpF9QPqe-ap4>

Save the Date

01. Juli 2019:

Kompetenzzentrum Verbraucherforschung NRW - Workshop: „Armutskonsum – Reichtumskonsum: Soziale Ungleichheit und Verbraucherpolitik“ in Düsseldorf.

Anmeldung bis 24.06.19 unter: <https://www.verbraucherforschung.nrw/vernetzen/kvf-workshop14-armutskonsum-reichtumskonsum>

18. Juli 2019:

Institut für Verbraucherwissenschaften, Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf: Verbrauchersforschungsforum „Energiearmut“.

Diskutieren Sie Ursachen, Folgen und Strategien zur Bekämpfung von Energiearmut u. a. mit der Parlamentarischen Staatssekretärin Rita Hagl-Kehl, MdB (BMJV), Prof. Dr. Christoph Strünck (Universität Siegen), Prof. Dr. Manuel Frondel (RWI Essen) und Prof. Dr. Christa Liedtke (Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie).

Weitere Informationen und Registrierung unter:

<http://verbraucherwissenschaften.de/verbraucherforschungsforum-energiearmut-2019/>

24. September 2019:

Wissenschaftszentrum Bonn: Verbrauchersforschungsforum zum Thema "Digital Nudging"; Diskutieren Sie u.a. mit Präsident Arne Schönbohm (BSI), Staatssekretär Gerd Billen (BMJV) und Mitgliedern des Netzwerks Verbraucherforschung die Möglichkeiten des Einsatzes des Digital Nudging zur Steigerung der Informationssicherheit.

Weitere Informationen: <http://www.marketing.hhu.de/kalender-einzelan->

[sicht.html?tx_cal_controller%5Bgetdate%5D=20190924&tx_cal_controller%5Bview%5D=event&tx_cal_controller%5Btype%5D=tx_cal_phpicalendar&tx_cal_controller%5Buid%5D=20531&tx_cal_controller%5Blastview%5D=view-list%7Cpage_id-19622&cHash=37eeb39f426822640a98f2589d09b979](http://www.marketing.hhu.de/kalender-einzelansicht.html?tx_cal_controller%5Bgetdate%5D=20190924&tx_cal_controller%5Bview%5D=event&tx_cal_controller%5Btype%5D=tx_cal_phpicalendar&tx_cal_controller%5Buid%5D=20531&tx_cal_controller%5Blastview%5D=view-list%7Cpage_id-19622&cHash=37eeb39f426822640a98f2589d09b979)

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“.