
5. Österreichischer IT-Rechtstag

26. bis 27. Mai 2011

Wie viel Verbraucherschutz brauchen wir im Internet?

Einleitendes Referat

Walter Blocher
walter@blocher.at

Aktuelle Symptome des Problems

- Im Jahr 2010 nutzten **65 %** der EU-Bürgerinnen und Bürger das Internet **regelmäßig**, **53 %** sogar **täglich**. **Aber:**
- Im „digitalen Binnenmarkt“ erleiden **Verbraucher** jährlich einen (geschätzten) **Verlust** in der Höhe von **0,16 %** des BIP (entspricht 20 Mrd. Euro).
- Im ersten Quartal 2011 gab es in Österreich 1.129 angezeigte Fälle von **Internet-Betrug**.
- Die Verbraucher haben nach wie vor wenig **Vertrauen** in den E-Commerce.
- Nur **9 %** der Europäer haben schon einmal über das Internet **Käufe in einem anderen Mitgliedstaat** getätigt. (Immerhin 36 % kaufen im inländischen Internet-Handel.)
- Auf den **Online-Handel** entfallen **weniger als 5 %** des gesamten Einzelhandels.
- In **Österreich** sind die nationalen E-Commerce-Aktivitäten in den Jahren 2006 bis 2008 sogar zurückgegangen. (Inzwischen ist hier eine leichte Erholung eingetreten.)
- Der **grenzüberschreitende Einzelhandel** in der EU, insbesondere jener im E-Commerce, stagniert. Die Zahl der Händler, die ins Ausland verkaufen, sinkt (im Vergleich zu 2009).
- Instrumente der **alternativen Streitbeilegung** stecken – wenn überhaupt – erst in den Kinderschuhen.

Quellen:

Mitteilung über grenzüberschreitenden elektronischen Handel zwischen Unternehmen und Verbrauchern in der EU vom 22. Oktober 2009 KOM 557 endg.
5th Consumer Scoreboard – March 2011
Mitteilung Binnenmarktakte - Zwölf Hebel zur Förderung von Wachstum und Vertrauen „Gemeinsam für neues Wachstum“ vom 14. April 2011 KOM (2011) 206 endg.

Ausgangspunkt für eine Problemanalyse: Situation asymmetrischer Information

- Häufig Transaktionen zwischen Personen, die **keine längerfristige Beziehung** knüpfen; Substitution durch vermehrte Such- und Informationssammeltätigkeit
- Fortschreitende **Ausdifferenzierung** des Waren- und Dienstleistungsangebots; technische Komplexität, aber auch rechtliche bzw. kfm. Raffinesse (z. B. „Aufsteigenlassen von Nebel“ im Banken- und Telekom-Bereich)
- Transaktionen beziehen sich zunehmend auf **intangibile Inhalte**.
- Fortschreitende **Spezialisierung** führt zu zunehmendem Wissensgefälle (F. A. v. Hayek: „Phänomen der Wissensteilung“)
- **Transaktionskosten** (Informations- und Kommunikationskosten) > 50 % des Sozialprodukts (Wallis/North [1986])
- Transaktionskosten viel niedriger, wenn **Wissender** informieren muss (Gegensatz zu „Emptor debet esse curiosus.“)
- „Was wir alles nicht wissen, wissen wir **nicht**.“ (Erich Hoppmann [1999]) (Gegensatz zu „Scio nescio.“)
- Gefahr **adverser Selektion** (Akerlof, The Market for Lemmons, 1970)

Alles, was die Welt nicht braucht, „gratis“ für harte Euros

- Genealogie
- Lebensprognose
- Open Source Software
- Warenproben
- Sudoku-Club
- Club der Katzenfreunde
- „Berwerbungsmanager“
- Rezepte
- Online-Führerscheintest
- Anmeldung zum Auto-Test
- Bewerberdatenbank für Arzneimitteltests
- SMS-Dienst
- etc., etc.



5. Österreichischer IT-Rechtstag, 26. Mai 2011

Walter Blocher, Universität Kassel

Unwiderstehliches Angebot?

**Bis zu
5,9 % Zinsen.**

Laufzeit	Zinssatz*
1. Monat	0,125%
2. - 4. Monat	0,400%
5. - 7. Monat	0,800%
8. - 10. Monat	1,200%
11. - 13. Monat	2,200%
14. - 16. Monat	3,800%
17. - 19. Monat	4,500%
20. - 21. Monat	4,900%
22. Monat	5,400%
23. Monat	5,900%



*Zinssätze p.a. vor Steuern; Minimumbetrag: EUR 500,00; Maximumbetrag: EUR 1.000.000,00

Laufzeit 23 Monate,
2,60543 % bei Einhaltung der vollen Laufzeit,
0,79375 % für das erste Jahr!

Soviel zum Verbraucherschutz...



The screenshot shows the Euro-Label website header with the logo and navigation menu. The main content area displays a message about a missing certificate for an online shop.

Datenschutz Impressum

Euro-Label
safe web shopping

Über uns Zertifizierte Shops Beschwerden Kodex Kontakt

Fehler

Das Zertifikat "EHI Geprüfter Online-Shop" kann nicht angezeigt werden.

- Sie sind Verbraucher und wollten gerade das Zertifikat eines Online-Shops prüfen? Der Shopbetreiber verwendet zur Zeit nicht den richtigen Zertifikatslink oder das Zertifikat ist ungültig. [Hier können Sie die Gültigkeit prüfen](#). Wir geben Ihnen auch telefonische Auskunft zur Gültigkeit des Zertifikat eines Online-Shops unter Tel. +49-221-57993-16.

Lösung: Informationspflichten?

- **Informationsmodell** des Verbraucherschutzes
- Zielkonflikt: Einerseits **Gewährleistung der Freiwilligkeit** des Vertragsabschlusses, andererseits: Austauschverträge auf **Eigennutz** ausgerichtet
- Makrosicht: Information zur **Sicherung der Markteffizienz**
- Aber: Chance auf **Informationsvorsprung** ist zu wahren.

Wie viel Information ist „ausreichend“?

- Theoretisch: **zunehmender Grenznutzen** der Information
- **Soviel Information wie möglich**, damit Marktkräfte optimal wirken können?
- „Bounded Rationality“ – Information weist **abnehmenden Grenznutzen** auf!
(*Herbert Simon*, Nobelpreis 1978)
- „The major communication problem is **information overload**.“
(*Rogers/Agarwala* [1976])
- Problematisches **Verbraucherleitbild** des EuGH
(„Der durchschnittlich informierte, aufmerksame und verständige Durchschnittsverbraucher“)

Lösungsansätze

- IT-gestützte Verarbeitung der Daten zur Förderung der Markttransparenz; setzt **Standardisierung und Strukturierung** voraus
- Künftig Transaktionskostenreduktion durch „**Software Agenten**“
- „Button-Lösung“ (wird derzeit von der dt. Verbraucherministerin favorisiert)
- Forcierung des Einsatzes von **Vertrauensintermediären** bei „Erfahrungsgütern“ und „Vertrauensgütern“
(*Kenneth J. Arrow*: Informations-Paradoxon)
- Transaktionskostenreduktion durch vorab geprüfte **Standard-AGB**
(„grüner Haken“: ✓ oder „Ampel“) 
- **Visualisierung** zentraler AGB-Klauseln durch standardisierte Symbole 
- **Mechanismen** zur Bewältigung eines immer dichter werdenden Geflechts von Dauerschuldverhältnissen (z.B. regelmäßige Statusberichte und Hinweise auf Kündigungsmöglichkeiten; „Control Panel“)
- Vertrags- und wettbewerbsrechtliche **Sanktionen** gegen das „Aufsteigenlassen von Nebel“

Gut gemeint, aber...

Login
Register
Documentation
about

Kostenfinder

Ergbnisse

[euro - 12x](#)
[eur - 13x](#)
[Abo - 9x](#)

In der neben stehenden Liste sind Begriffe aufgeführt, die auf der aktuellen Website gefunden wurden und auf mögliche Kosten hinweisen. Durch wiederholtes Anklicken der einzelnen Begriffe springen Sie nacheinander zu den gelb-rot markierten Fundstellen.

Dadurch werden auch diejenigen Begriffe zu Kosten sichtbar, die außerhalb der Bildschirmdarstellung liegen.

IP/11/280
Brussels, 15th March 2011

Consumer policy: Scoreboard shows recovery in consumer conditions, finds cross-border shopping trusted more once tried

The spring Consumer Scoreboard published today by the European Commission shows a clear recovery in consumer conditions in nearly all EU countries after the steep decline in 2009. The annual index of consumer conditions is measured e.g. by consumer trust in authorities, NGOs and retailers and the effectiveness of handling disputes. The Scoreboard also confirms a growing gap between domestic and cross-border e-commerce, despite a clear potential of cross-border purchases in terms of choice and savings. But the study suggests that consumers are much more confident in cross-border shopping once they have tried it. There are important obstacles to cross-border e-commerce on the supply side, with fewer retailers selling across national borders compared with 2009 (see also [MEMO/11/115](#) for details).

John Dalli, Health and Consumer Policy Commissioner, said: "I want to praise all those Member States who have continued to invest in a quality environment for consumers in these tough times. We are turning the corner: the trust of EU consumers in consumer institutions starts going back to previous levels". He added: "It is also good news that consumers' worries about cross-border shopping tend to evaporate once they've actually tried it and had a good experience. But the results also confirm how much work there is still ahead of us in dismantling the remaining barriers to the benefit of European economy and European consumers and businesses alike".

5. Österreichischer IT-Rechtstag, 26. Mai 2011
Walter Blocher, Universität Kassel

Zwischenresümee für die Diskussion

- Das Prinzip der **Privatautonomie** ist im Hinblick auf die Entwicklung der Informationsgesellschaft weiterzudenken.
- Z.B. sind Informationsflüsse gem. E-Commerce-Recht für **herkömmliche Marktformen** adäquat; Fortentwicklung gerade im Hinblick auf **E-Commerce-Erfordernisse** jedoch nötig
- Dabei sollten in **Selbstregulierung** keine allzu hohen Erwartungen gesetzt werden.
- Ausbau des **rechtlichen Rahmens** empfehlenswert
- Künftig möglicherweise aber größere Bedeutung von „**Soft Law**“
- Schaffung von „**Awareness**“ große Aufgabe für Bildungsbereich

Zu lösende Fragen

- Wie lassen sich **Fehlentscheidungen** und **Überforderung** vermindern?
- Welche Formen der **Unterstützung** benötigen durchschnittlich informierte Verbraucher, um individuelle Entscheidungen souverän zu fällen?
- Brauchen wir einen „**E-Commerce-Führerschein**“?
- Wie viel **Staat** braucht der Verbraucher, und welche **Mittel** darf der Staat mit dem Ziel eines effizienten Verbraucherschutzes einsetzen?
- Wie und in welchem Umfang sollen unabhängige **Verbraucherberatungen** gestärkt werden?

Hinweis:

Ein Teil dieser Fragen wurde auch am Deutschen Verbrauchertag, der am 25. Mai 2011 in Berlin stattfand, thematisiert.

Im Brausen des Anfanges...

„Wir stehen noch zu sehr im Brausen dieses Anfanges, um die Ergebnisse beurteilen zu können, ja wir stehen erst ganz am Anfang des Anfanges. Wie wird es sein, wenn wir mit der Schnelligkeit des Blitzes Nachrichten über die ganze Erde werden verbreiten können, wenn wir selber mit großer Geschwindigkeit und in kurzer Zeit an die verschiedensten Stellen der Erde werden gelangen, und wenn wir mit gleicher Schnelligkeit große Lasten werden befördern können? Werden die Güter der Erde da nicht durch die Möglichkeit des leichten Austausches gemeinsam werden, dass allen alles zugänglich ist? Jetzt kann sich eine kleine Landschaft und ihre Umgebung mit dem, was sie hat, was sie ist und was sie weiß, absperren; bald aber wird es nicht mehr so sein, sie wird in den allgemeinen Verkehr gerissen werden.“

Adalbert Stifter, Der Nachsommer (1857)