

MEHR VERBRAUCHERSCHUTZ AUF ONLINE-MARKTPLÄTZEN

Kurzpapier des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv) mit Kernforderungen zur Verantwortung von Online-Marktplätzen

26. Juni 2024

VERBRAUCHERRELEVANZ

Verbraucher:innen nutzen die Möglichkeiten, die ihnen die Online-Marktplätze bieten. Trotz stagnierender Umsatz-Zahlen in 2022/2023 ist der Online-Handel im Vergleich zur Vor-Corona-Zeit 2019 stark gestiegen, wobei das Wachstum vor allem durch Verkäufe über Online-Marktplätze erfolgt.¹ Es gibt aber auch eine Kehrseite. Waren kommen auf den EU-Binnenmarkt, die nicht den gesetzlichen Vorschriften entsprechen: Rauchmelder, die nicht auf Rauch reagieren, Spielzeuge für Kleinkinder mit verschluckbaren Kleinteilen oder Kosmetika mit verbotenen Chemikalien.² Der Online-Handel und insbesondere Online-Marktplätze sind das größte Einfallstor für unsichere und nicht rechtskonforme Produkte. Zudem beklagen Verbraucher:innen immer wieder, dass europäische Verbraucherrechte missachtet werden, insbesondere durch Händler aus dem Nicht-EU-Ausland, wie etwa verzögerte Lieferungen oder Schwierigkeiten beim Widerruf und der Rücksendung.³

EINLEITUNG

Mit dem Digital Services Act (DSA) haben Betreiber von Online-Marktplätzen erstmals Sorgfaltspflichten für das, was auf ihrer Plattform passiert.⁴ Aus Sicht des vzbv spiegeln die Pflichten jedoch nicht die Bedeutung der Plattformen wider. Ohne die Dienste eines Online-Marktplatzes würden die Kaufverträge nicht in dieser Dimension zustande kommen. Dem wurde auch nicht in den Verhandlungen zur EU-Produktsicherheitsverordnung Rechnung getragen. Deren Regeln gelten ab dem 13. Dezember 2024.⁵

¹ HDE (2024), HDE-Onlinemonitor 2024, Handelsverband Deutschland e.V., https://einzelhandel.de/images/Online_Monitor_2024_1305_WEB.pdf (abgerufen: 17.06.2024).

² BEUC (2020): Two-thirds of 250 products bought from online marketplaces fail safety tests, consumer groups find, <https://www.beuc.eu/press-releases/two-thirds-250-products-bought-online-marketplaces-fail-safety-tests-consumer-groups> (abgerufen: 17.06.2024) oder BEUC (2022): Products from online marketplaces continue to fail safety tests, https://www.beuc.eu/sites/default/files/publications/beuc-x-2022-029_products_from_online_marketplaces_continue_to_fail_safety_tests.pdf (abgerufen: 17.06.2024).

³ vzbv (2020): Grenzenloser Ärger statt bequemer Online-Kauf, <https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/grenzenloser-aerger-statt-bequemer-online-kauf> (abgerufen: 17.06.2024).

⁴ Gesetz über digitale Dienste, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=celex%3A32022R2065> (abgerufen: 21.06.2024).

⁵ Verordnung über die allgemeine Produktsicherheit, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=CELEX:32023R0988> (abgerufen: 21.06.2024).

Neue Player am Markt verstärken darüber hinaus die bekannten Probleme und fügen neue hinzu. Gamification-Elemente halten Einzug in den E-Commerce: Spiele spielen und dabei Rabatte und kostenlose Produkte erhalten. Ziel ist es, Verbraucher:innen möglichst lange auf der Plattform zu halten. Dabei setzen einige Plattformen mehr als andere auf Personalisierung des Angebots. Dafür sammeln sie Unmengen an Daten über alle Kanäle hinweg.⁶

HANDLUNGSBEDARF AUS SICHT DES VZBV

Mit der **EU-Zollreform** und der **EU-Spielzeugverordnung** werden derzeit auf europäischer Ebene zwei Rechtsakte verhandelt. Beide Vorhaben bieten die Möglichkeit, Betreiber von Online-Marktplätzen mehr in die Verantwortung zu nehmen. Dies wird jedoch nicht reichen. Mittelfristig müssen weitere Regeln angepasst, beziehungsweise erweitert werden. Vor dem Hintergrund der schnellen Entwicklungen sind die Forderungen in diesem Positionspapier nicht abschließend.

1. Spezifischere Sorgfaltspflichten für Betreiber von Online-Marktplätzen

Der DSA legt den Betreibern von Online-Marktplätzen gesonderte Sorgfaltspflichten auf.⁷ Die EU-Produktsicherheitsverordnung konkretisiert diese lediglich. Aus Sicht des vzbv **reichen die Vorgaben jedoch nicht aus**. Das gilt insbesondere bei Online-Marktplätzen, die es Händlern aus Drittstaaten ermöglichen, Waren direkt an Verbraucher:innen in der EU zu senden.

Bisher hat der EU-Gesetzgeber alle Versuche, schärfere Sorgfaltspflichten festzuschreiben, verhindert. Er argumentiert, dass der DSA die Sorgfaltspflichten und Haftungsfragen für Online-Plattformen abschließend regelt. Aus Sicht des vzbv sollte dies aber möglich sein. Artikel 2 (4) DSA besagt, dass andere Rechtsakte unberührt bleiben, die den DSA präzisieren und ergänzen. Passgenauere Sorgfaltspflichten außerhalb des DSA sind daher möglich. Andernfalls müssen die Sorgfaltspflichten im DSA selbst entsprechend angepasst werden.

DER VZBV FORDERT

Für Online-Marktplätze müssen weitere Sorgfaltspflichten eingeführt werden, die an die Art und das Geschäftsmodell der jeweiligen Plattform angepasst sind. Sie müssen unter anderem dazu verpflichtet werden,

- ihre Plattform aktiv zu überwachen;
- zu prüfen, inwieweit Produktsicherheits- und Verbraucherrechte eingehalten werden;
- zu prüfen, inwieweit Händlerangaben stimmen oder illegale Produkte oder Dienstleistungen vertrieben werden, bevor diese Verbraucher:innen zugänglich gemacht werden;
- im Falle der Entfernung nachweislich unsicherer Produkte auch gleiche Produkte bei anderen Händlern proaktiv zu entfernen;
- sicherzustellen, dass entfernte Produkte und Dienstleistungen nicht Tage oder Wochen später wieder angeboten werden;

⁶ NewDigitalAge: How Shein and Temu's algorithms are transforming the world of ecommerce, <https://newdigital-age.co/retail/how-shein-and-temu-algorithms-are-transforming-the-world-of-ecommerce/> (abgerufen: 17.06.2024) oder Stiftung Neue Verantwortung (2024), auditing TikTok: TikTok's Impact on Consumer Rights: A Closer Look!, <https://www.tiktok-audit.com/blog/2024/Consumer-Protection-on-TikTok/> (abgerufen: 21.06.2024).

⁷ Gesetz über digitale Dienste, Artikel 30-32, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=celex%3A32022R2065> (abgerufen: 21.06.2024).

- zu prüfen, ob der Digitale Produktpass (wo zukünftig verpflichtend) vorhanden ist;
- zu prüfen, ob ein verantwortlicher Wirtschaftsakteur angegeben wurde und dieser auch existiert.

2. Gesamtschuldnerische Haftung von Betreibern von Online-Marktplätzen

Grundsätzlich haften Online-Plattformen nicht für Inhalte Dritter.⁸ Für Betreiber von Online-Marktplätzen führt der DSA in Artikel 6 (3) eine Ausnahme ein. Sie haften dann für die Inhalte Dritter, wenn der Eindruck entstehen kann, dass nicht der Dritte, sondern die Plattform selbst die Inhalte bereitstellt. Gleiches gilt, wenn der Dritte unter der Aufsicht der Plattform steht.

Der vzbv befürchtet jedoch, dass diese Regelung ins Leere laufen wird. Plattformen sind ohnehin verpflichtet, Transparenz über den Vertragspartner herzustellen.⁹ Das Problem ist: Die Beweislast liegt bei den Verbraucher:innen. Für diese ist es jedoch kaum zu beweisen, dass die Gestaltung der Website nur den Schluss zulässt, dass der Marktplatz selbst die Inhalte bereitstellt. Untersuchungen zeigen, dass Verbraucher:innen trotz dieser Transparenzvorschrift häufig nicht wissen, wer der eigentliche Vertragspartner ist.¹⁰ Die Gründe sind vielfältig: Dazu gehören unter anderem das Design der Benutzeroberfläche. Ein weiterer Grund ist die Tatsache, dass die Angebotstexte zumeist automatisch von der Plattform übersetzt werden. Zudem haben die Plattformen ein Interesse daran, dass jede Transaktion mit dem Namen der Plattform verbunden wird. Händler wiederum profitieren von der Reputation der Plattformen. Auch inwieweit der Dritte unter Aufsicht der Plattform steht, ist für Verbraucher:innen nur schwer nachweisbar.

Darüber hinaus gilt aus Sicht des vzbv: Ein Online-Marktplatz, der nur zwischen Anbietern und Verbrauchern vermittelt – also oben genannte Kriterien nicht erfüllt – soll weiterhin grundsätzlich nicht so haften, als wäre er selbst der Anbieter. Allerdings müsste er stärker als bisher verpflichtet werden, die Einhaltung von EU-Recht durch den Anbieter zu kontrollieren. Nur wenn der Online-Marktplatz seine Sorgfaltspflichten erfüllt, kann er sich von der Haftung für den Anbieter befreien.

DER VZBV FORDERT

Betreiber von Online-Marktplätzen sollten neben dem Händler gesamtschuldnerisch haften, sofern sie einen beherrschenden Einfluss auf den Anbieter haben. Dafür müssen nachvollziehbare Kriterien festgelegt werden, die als nicht abschließender Katalog eine Einstufung ermöglichen. Dafür sollten die Kriterien herangezogen werden, die das European Law Institute (ELI) in seinem Report zu den „Model Rules on Online Platforms“ vorgeschlagen hat. Je mehr Aufgaben die Plattform für den Anbieter übernimmt, desto mehr Gründe gibt es, die Plattform auch stärker in die Haftung zu nehmen.¹¹

⁸ Gesetz über digitale Dienste, Artikel 6(1) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=celex%3A32022R2065> (abgerufen: 21.06.2024).

⁹ Richtlinie (EU) 2019/2161 zur besseren Durchsetzung und Modernisierung der Verbraucherschutzvorschriften der Union, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX%3A32019L2161> (abgerufen: 21.06.2024).

¹⁰ DIN-Verbraucherrat (2023): Online-Marktplätze aus Verbrauchersicht: Probleme, Barrieren und Lösungsansätze, <https://www.din.de/resource/blob/1010924/073d02047cefee796d7731a192898620/studie-des-din-vr-online-marktplaetze-aus-verbrauchersicht-probleme-barrieren-und-loesungsansaezte--data.pdf> (abgerufen: 21.06.2024).

¹¹ ELI (2019): Report of the European Law Institute Model Rules on Online Platforms, Artikel 20, https://european-lawinstitute.eu/fileadmin/user_upload/p_eli/Publications/ELI_Model_Rules_on_Online_Platforms.pdf (abgerufen: 17.06.2024).

Das Gleiche gilt, wenn der eigentliche Vertragspartner nicht transparent gemacht wird.¹² Auch dazu sollten klare Vorgaben festgeschrieben werden.

3. Aktuelle EU-Gesetzgebungsprozesse

Mit der **EU-Zollreform** plant der europäische Gesetzgeber die Eingruppierung von Betreibern von Online-Marktplätzen als „fiktiven Einführer“. Zukünftig sollen diese dafür verantwortlich sein, dass alle Gebühren (einschließlich Zölle) entrichtet sind. Zudem sollen Verbraucher:innen in Zukunft sicher sein können, dass die Produkte allen Regeln der EU entsprechen.¹³ Aus Sicht des vzbv muss dies im Gesetzestext jedoch deutlicher werden.

DER VZBV FORDERT

Zwar heißt es im Verordnungsvorschlag COM(2023) 258 final, dass der fiktive Einführer als Einführer gilt. In Erwägungsgrund 14 heißt es allerdings, dass sich die Pflichten des „fiktiven Einführers“ von den Pflichten der übrigen Einführer unterscheiden. Dies sollte aus Sicht des vzbv gestrichen werden.

Zudem sollte klarer herausgestellt werden, welche Pflichten die Betreiber von Online-Marktplätzen im Hinblick auf die Produktsicherheit zukünftig haben.

Der Entwurf der EU-Kommission zur neuen **Spielzeugverordnung** COM(2023) 462 final sieht keine Regelungen für die Betreiber von Online-Marktplätzen vor. Auch der Rat der Europäischen Union und das Europäische Parlament haben es versäumt, den Betreibern von Online-Marktplätzen verschärfte Sorgfaltspflichten aufzuerlegen, obwohl Kinder eine besonders schützenswerte Verbrauchergruppe sind. Aus Sicht des vzbv sollten die Verhandlungsparteien dies im Trilog anpassen.

DER VZBV FORDERT

Die Verhandlungsparteien sollten sich in den Trilog-Verhandlungen zur EU-Spielzeugverordnung auf verschärfte Sorgfaltspflichten für die Betreiber von Online-Marktplätzen (siehe oben) verständigen.

4. Digital Fairness Initiative

Mit dem DSA gibt es zum ersten Mal ein umfassendes Verbot von manipulativen Designs. Nur hat der DSA einen begrenzten Anwendungsbereich. Zudem gilt das Verbot gemäß Artikel 25 (2) nur für die manipulativen Designs, die nicht bereits über die EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) und die Richtlinie gegen unlautere Geschäftspraktiken (UGP-RL) reguliert werden. Was das in der Praxis bedeutet, ist noch unklar.

Die EU-Kommission evaluiert gerade das europäische Verbraucherrecht im Hinblick auf dessen Eignung, online genauso fair zu sein wie offline.¹⁴ Im digitalen Bereich sind Unternehmen gegenüber Verbraucher:innen ganz überwiegend im Vor-

¹² ELI (2019): Report of the European Law Institute Model Rules on Online Platforms, Artikel 13, https://european-lawinstitute.eu/fileadmin/user_upload/p_eli/Publications/ELI_Model_Rules_on_Online_Platforms.pdf (abgerufen: 17.06.2024).

¹³ EU-Kommission (2023): EU-Zollreform soll Zollverfahren moderner und effizienter machen, https://germany.representation.ec.europa.eu/news/eu-zollreform-soll-zollverfahren-moderner-und-effizienter-machen-2023-05-17_de (abgerufen: 18.06.2024).

¹⁴ EU-Kommission (2022): Fitness Check of EU consumer law on digital fairness, https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/13413-Digitale-Fairness-Eignungsprüfung-des-EU-Verbraucherrechts_de (abgerufen: 21.06.2024).

teil. Sie haben die technischen Möglichkeiten, ihre Kund:innen durch personenbezogene Daten genau zu analysieren und Schwächen auszunutzen. Hinzu kommen suchtgefährdende und manipulative Designs, die Verbraucher:innen zu Handlungen verleiten, die zu ihrem Nachteil sind.¹⁵

DER VZBV FORDERT

Der EU-Gesetzgeber muss das europäische Verbraucherrecht umfassend erneuern. Unternehmen müssen verpflichtet werden, den digitalen Raum fair zu gestalten und ein hohes Verbraucherschutzniveau zu gewährleisten. Zudem braucht es ein klares Verbot von manipulativen Designs.

5. Marktüberwachung

Der Marktüberwachung kommt im Online-Handel eine enorme Bedeutung zu. Die Marktüberwachung in Deutschland ist den neuen Herausforderungen weder personell, finanziell noch organisatorisch gewachsen.

DER VZBV FORDERT

Ertüchtigung der Marktüberwachung in Bund und Ländern: Es braucht eine bessere Ausstattung der Marktüberwachungsbehörden, mehr Kompetenzen im Bereich des Online-Handels und vor allem Strategien für eine effiziente Online-Marktüberwachung.

Die Europäische Kommission evaluiert gerade die Effektivität der EU-Marktüberwachungsverordnung. Insbesondere der Artikel 4 (Aufgaben der Wirtschaftsakteure) bedarf einer Anpassung. Die Betreiber von Online-Marktplätzen müssen endlich als das anerkannt werden, was sie sind: Nämlich Wirtschaftsakteure, die die Verantwortung dafür tragen müssen, dass nur rechtskonforme Produkte und Dienstleistungen an Verbraucher:innen in der EU verkauft werden. Hinzu kommt, dass das Konzept des Bevollmächtigten mit klareren Vorgaben versehen werden muss.

DER VZBV FORDERT

Betreiber von Online-Marktplätzen müssen als Wirtschaftsakteure definiert werden.

Bevollmächtigte müssen auch über den Zeitpunkt des Inverkehrbringens hinaus die Verantwortung für das Produkt übernehmen. Auch sollte es mehr Vorgaben geben, wer als Bevollmächtigter benannt werden kann. Zudem muss sichergestellt werden, dass der Bevollmächtigte im Schadensfall über die finanziellen Ressourcen (inklusive Versicherung) verfügt, Schadensersatz zu leisten.

Kontakt

*Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände –
Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.*

Team Recht und Handel

recht-und-handel@vzbv.de

Rudi-Dutschke-Straße 17, 10969 Berlin

Der Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. ist im Deutschen Lobbyregister und im europäischen Transparenzregister registriert. Sie erreichen die entsprechenden Einträge [hier](#) und [hier](#).

¹⁵ vzbv (2024): Digital Fairness, <https://www.vzbv.de/digitale-fairness> (abgerufen: 18.06.2024).