

# VERBRAUCHER ZÄHLEN! VERBRAUCHER WÄHLEN!

verbraucherzentrale

*Hessen*



**48,8 Mio.<sup>1</sup>** Online-Shopper profitieren, wenn Algorithmen für die Bewertung von Verbrauchern keine Geheimnisse mehr sind.

Verbrauchern Sicherheit geben – Vertrauen in die digitale Welt stärken

**Die Verbraucherzentrale Hessen fordert:**

## **VERBRAUCHER VOR DISKRIMINIERUNG IN DER DIGITALEN WELT SCHÜTZEN: BEWERTUNGSKRITERIEN FÜR VERBRAUCHER OFFENLEGEN, ALGORITHMEN FÜR AUFSICHTSBEHÖRDEN NACHVOLLZIEHBAR MACHEN**

### **Vor welchem Problem stehen Verbraucher?**

Viele Informationen und Angebote für Verbraucherinnen und Verbraucher im Internet werden von Computern gesteuert: etwa die Ergebnisauswahl von Bewertungs- oder Vergleichsportalen oder auch Ergebnisse und Preise beim Online-Shopping. Auf welcher Datenbasis diese Entscheidungen getroffen werden, welche Algorithmen also dahinterstecken, ist meist unbekannt. Unternehmen verweigern den Einblick in diese Prozesse, oftmals mit Verweis auf ihre Geschäftsgeheimnisse. Diese Intransparenz birgt die Gefahr, dass Verbraucher diskriminiert werden: Aufgrund des Alters, des Geschlechts oder der Herkunft werden möglicherweise Angebote verweigert oder höhere Preise verlangt. Und: Algorithmen bestimmen in der digitalen Welt nicht nur Angebote und Preise, sondern beispielsweise auch das Scoring für die Kreditvergabe.

### **So kann's gehen:**

**Prozesse im Verbraucheralltag**, die durch Algorithmen gesteuert werden, müssen **transparent und nachvollziehbar werden**. Verbraucher müssen verstehen können, nach welche Kriterien Entscheidungen über Informationen, Angebote oder Preise getroffen werden und welche Konsequenzen daraus folgen. Sie müssen wissen, welche Daten einbezogen und wie sie gewichtet werden. Nur so können sich Verbraucher gegen Diskriminierung wehren.

Um für mehr Transparenz und Sicherheit zu sorgen, braucht es ein unabhängiges, staatlich legitimes Kontrollsystem, einen **Algorithmen-TÜV**. Auch wenn Algorithmen unter das Geschäftsgeheimnis fallen, muss es für Aufsichtsbehörden möglich sein, die verwendeten Algorithmen und die daraus resultierenden Ergebnisse und Entscheidungen überprüfen zu können.

<sup>1</sup> Statistisches Bundesamt, Gesamtzahl der Verbraucher, die 2017 über das Internet eingekauft haben. [www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/EinkommenKonsumLebensbedingungen/PrivateHaushalte/PrivateHaushalteKT2150400177004.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](http://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/EinkommenKonsumLebensbedingungen/PrivateHaushalte/PrivateHaushalteKT2150400177004.pdf?__blob=publicationFile)

### **Impressum:**

© 2018 Verbraucherzentrale Hessen e. V. | Vorstand: Dr. Andrea Jahnen  
Große Friedberger Straße 13-17 | 60313 Frankfurt am Main | [vzh@verbraucher.de](mailto:vzh@verbraucher.de)  
Bildnachweis: © VIGE.co, Fotolia