

IM KOALITIONS- VERTRAG STEHT:

„Digitalisierung bedeutet
aber auch, die informationelle
Selbstbestimmung der
Menschen zu sichern, den
Datenschutz zu stärken
und Verbraucherrechte auch
online zu gewährleisten.“

WIR SIND GESPANNT.

verbraucherzentrale

Hessen

SCHMALE BANDBREITE

Versorgungslücken schließen.
Den Ausbau des Glasfasernetzes
voranbringen.

2

UNVERMITTELBAR – ONLINERECHTE STÄRKEN

Schutzlücken bei Vermittlungsplat-
formen entgegenwirken. Die kollektive
Rechtsdurchsetzung stärken.

3

VERBRAUCHERSCHUTZ NEU DENKEN

Die Zukunft des Verbraucherschutzes
in Hessen. Die Digitalisierung der
Verbraucherzentrale voranbringen.

4

SCHMALE BANDBREITEN

WIR FREUEN UNS ÜBER DIE SCHAFFUNG EINES HESSISCHEN DIGITAL-MINISTERIUMS. MIT DIESEM WICHTIGEN SIGNAL VERBINDEN WIR DIE HOFFNUNG AUF LANDESWEIT SCHNELLE INTERNETLEITUNGEN. AM BESTEN IN DER NAHEN ZUKUNFT. DENN AUCH AN ZENTRALEN ORTEN GIBT ES NOCH VERSORGUNGLÜCKEN.

DESHALB IST ES WICHTIG,

dass sich die Landespolitik zuerst darum kümmert, den Ausbau des Glasfasernetzes voranzubringen.

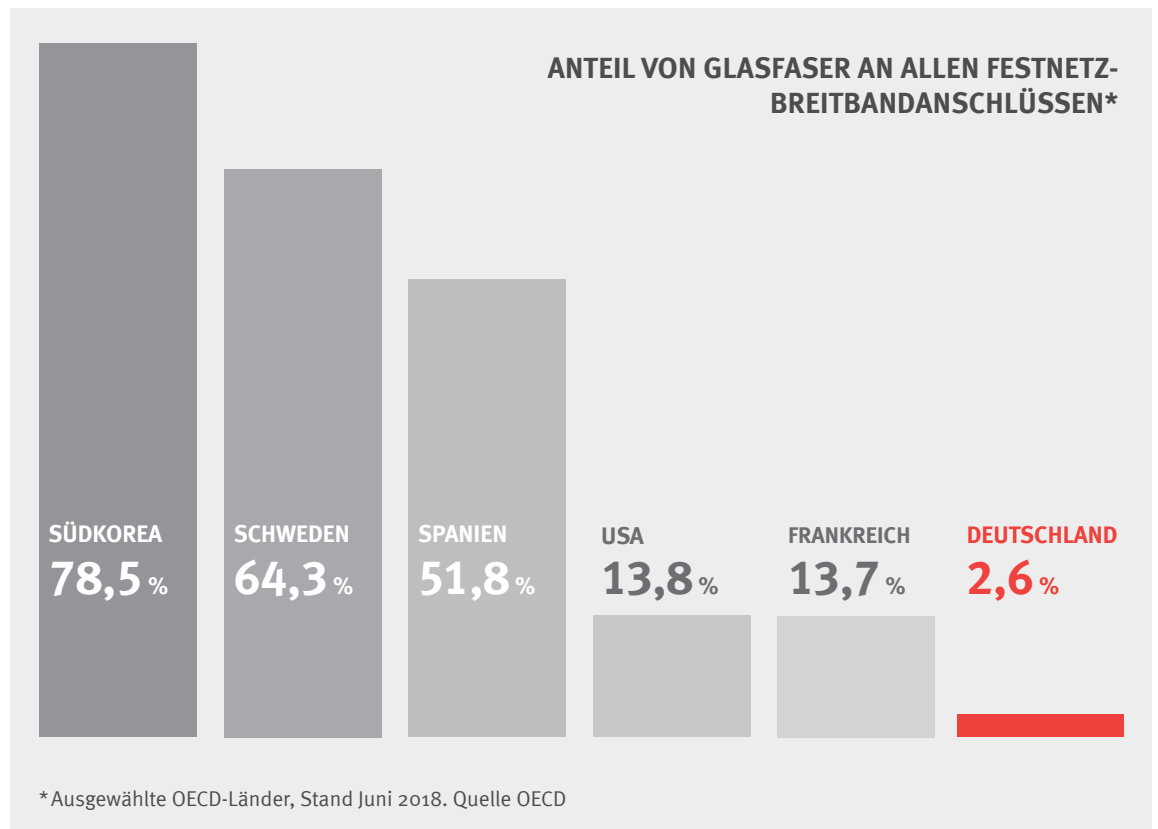
Nur so kann es ein Ministerium für alle Menschen in Hessen werden.

Filme online streamen, die Familie in Kanada per Videocall anrufen, Fotoalben der letzten Geburtstagsparty downloaden – diese datenintensive Nutzung des Internets ist für viele Menschen Alltag. Aber leider nicht für alle. Damit der Austausch von größeren Datenpaketen reibungslos klappt, ist die Bandbreite der Verbindung ein entscheidender Faktor. Leider wird in Hessen gerade der ländliche Raum ausgebremst. Über ein Drittel der Privathaushalte auf dem Land kommt über 16 Mbit/s nicht hinaus.¹

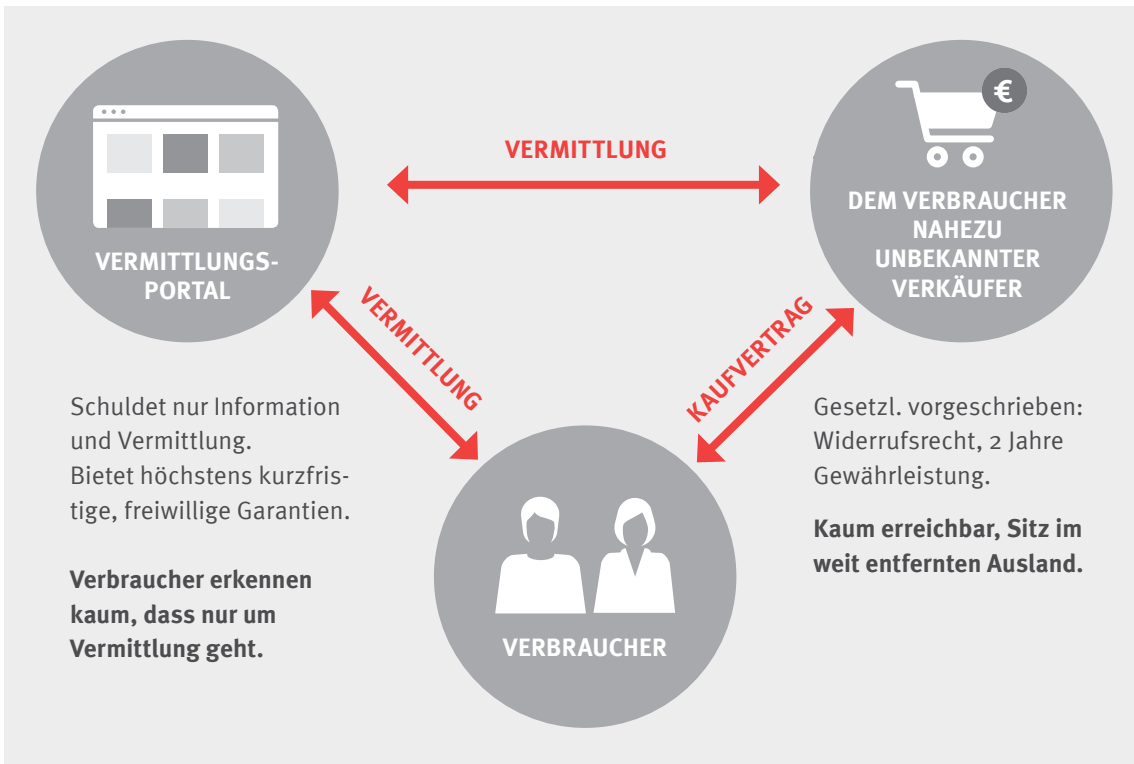
Was dem privaten Nutzer lästig ist, wird für den Wirtschaftsstandort zur Bedrohung. Firmen und Institutionen sind in besonderem Maße darauf angewiesen, dass die Netze zuverlässig und schnell funktionieren. Fehlt es daran, gefährdet das direkt die Produktivität und Innovationskraft.

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Verbraucherzentrale spüren die Konsequenzen einer schlechten Internetversorgung regelmäßig. Die Geschäftsstelle der Verbraucherzentrale liegt zentral an der Frankfurter Konstablerwache. Die dort verfügbare Festnetz-Bandbreite? Gerade einmal 16 Mbit/s. Für den Geschäftsbetrieb indiskutabel. Es bleibt der Umweg über das TV-Kabelnetz. Doch jeder Ausfall des TV-Kabels bremst das Alltagsgeschäft aus, weil es an Redundanz fehlt.

DEUTSCHLAND BLEIBT GLASFASER- ENTWICKLUNGS- LAND²



**AUCH ONLINE MÜSSEN VERBRAUCHERRECHTE UNBEDINGT
GEWÄHRLEISTET SEIN. GERADE VERMITTLUNGSPLATTFORMEN
LASSEN JEDOCH SCHUTZLÜCKEN ENTSTEHEN.**



DAS GESCHÄFTS-MODELL

Immer mehr internationale Anbieter bauen mit hohem Einsatz Onlineplattformen auf, auf denen sie Produkte aus dem Technik- oder Textilbereich anbieten. Große Werbekampagnen und Dumpingpreise locken die Verbraucher an. Was die Kunden kaum erkennen: Unternehmen wie wish (USA) oder joom (Lettland) sehen ihre Plattformen nur als Vermittler.³ Wenn Verbraucher ihre gesetzlichen Rechte einfordern, verweisen die Plattformen auf die Verkäufer, die meist im weit entfernten Ausland sitzen. Verbraucher wissen bestenfalls den Namen, unter dem ein Verkäufer auf der Plattform aktiv ist – sie haben keine direkte Kontaktmöglichkeit.

PRINZIP HOFFUNG

Die Verbraucher können nach dem Kauf auf solchen Plattformen nur hoffen. Dass die Bestellung überhaupt ankommt. Dass der Artikel mangelfrei ist. Dass sie irgendwie zu ihrem Recht kommen. Denn bei mangelhafter Ware ziehen sich die Plattformen auf ihre zeitlich eng begrenzten, freiwilligen Garantien zurück. Bei wish.com dauert sie 30 Tage.

Wichtige Rechte wie Gewährleistung oder Widerruf werden ohne Kontaktmöglichkeiten zum Verkäufer zum Papiertiger. Darüber hinaus lohnt sich eine womöglich kostenpflichtige Retoure ins Ausland

kaum. Der Verkäufer macht es sich leicht. Entweder erreichen Kunden ihn nicht. Oder er vertröstet, bis die Kunden aufgeben, weil sie die rechtliche Auseinandersetzung ins Ausland scheuen. Ein aufwendig aus Asien geliefertes Produkt wird dann oft einfach entsorgt. Elektroschrott mit katastrophaler Umweltbilanz und ein rechtliches Vakuum sind die Folge.

ARBEIT FÜR VERBRAUCHERSCHÜTZER

Die Verbraucherzentrale Hessen ist bereits gegen internationale Anbieter wie wish.com vorgegangen. Obwohl die Seiten sich gezielt an deutsche Kunden richten, sind die allgemeinen Geschäftsbedingungen und das Impressum oft nicht rechtskonform. Die Beschwerden der Verbraucher in unserer Beratungspraxis häufen sich.

Das macht deutlich: Digitalisierung geht über Ländergrenzen hinweg. Die Folge: Verbraucher stehen großen Konzernen aus dem Ausland zu oft hilflos gegenüber. Sie brauchen einen starken Partner, um ihre Rechte in einer Welt des digitalisierten, globalen Internethandels durchzusetzen. Wir können das. Und wir könnten es noch besser, wenn wir realistische Ressourcen für die kollektive Rechtsdurchsetzung hätten. Zwei Halbtagsstellen sind nicht genug, um den aktuellen Veränderungen gerecht zu werden.

VON DER POLITIK BRAUCHEN WIR DESHALB:

- Mittel zum Ausbau unserer kollektiven Rechtsdurchsetzung,
- Mittel für flächendeckende Bildungsangebote im Bereich Digitalisierung und Recht.

DIE ZUKUNFT DES VERBRAUCHERSCHUTZES IN HESSEN

„WIR WOLLEN EINE DIGITALISIERUNG, DIE VOM NUTZEN FÜR DIE MENSCHEN GEDACHT UND FÜR DIE MENSCHEN GEMACHT WIRD.“

VERBRAUCHERSCHUTZ – WICHTIGER DENN JE

Wir sind die Anlaufstelle für die Bürgerinnen und Bürger. Wir decken Gesetzeslücken auf. Und wir denken bei Verbraucherrechten einen Schritt voraus. Wir glauben: Das Thema Verbraucherschutz ist heute wichtiger denn je.

Die Digitalisierung ist vielleicht der größte Paradigmenwechsel seit der Erfindung des Buchdrucks.

Deshalb brauchen wir die Mittel, um eine zeitgemäße, moderne und digitalisierte Verbraucherschutzzentrale aufzubauen.

So steht es im Koalitionsvertrag. Wir gehen noch einen Schritt weiter. Denn es sind Menschen, die programmieren und Unternehmen führen und Menschen, die digital konsumieren. Eine Digitalisierung, die dem Menschen nutzt, ist immer richtig. Die Frage, die sich stellt, ist eher: Wird es gelingen, eine Digitalisierung zu gestalten, die es schafft, im Spannungsfeld von wirtschaftlicher Optimierung und digitalen Verbraucherinteressen die richtige Balance zu halten?

VERBRAUCHERSCHUTZ NEU GEDACHT

Der Koalitionsvertrag der neuen hessischen Landesregierung möchte die informationelle Selbstbestimmung der Menschen sichern, den Datenschutz stärken und Verbraucherrechte auch online gewährleisten. Musik in unseren Ohren. Gleichzeitig sind wir skeptisch. Denn um die Verbraucherrechte in einer sich immer mehr digitalisierenden Gesellschaft zu bewahren, braucht es ein modernes Konzept von Verbraucherschutz. Ein digitales, um genau zu sein. Eines, das nicht analog denkt und digital predigt.

DIE DIGITALISIERUNG DER VERBRAUCHERZENTRALE

Als Institution für Verbraucherschutz bringen wir jahrelange Erfahrung, tiefgreifende Expertise und Kontakte zu den Verbrauchern mit. Wir haben mehr Wissen als jeder andere, wenn es um das Thema Verbraucherschutz in Hessen geht. Was wir nicht haben: Die Mittel, um den Prozess der Digitalisierung in den eigenen Reihen voranzutreiben. Mit den Ressourcen, die wir haben, ist es kaum möglich, adäquate

Arbeitsbedingungen für die eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu schaffen. Von einem Digitalisierungsprozess – für den bekanntlich Strategie, technische Aufrüstung und die Entwicklung von Know-How notwendig sind – ganz zu schweigen.

So überrascht es nicht, dass die 25–35-jährigen Teilnehmerinnen und Teilnehmer einer nicht-repräsentativen Studie der Verbraucherzentrale wenig digitale Frische attestieren.⁴ Neue Beratungsformate werden gefordert. Niedrigschwellige Kontaktmöglichkeiten. Und die Option, Themen anzuregen und mitzugestalten. All das und noch mehr wollen wir leisten. Gemeinsam mit der neuen hessischen Landesregierung.

QUELLEN

- 1 www.bmvi.de/SharedDocs/DE/Anlage/Digitales/bericht-zum-breitbandatlas-mitte-2018-ergebnisse.pdf?__blob=publicationFile
- 2 <https://de.statista.com/infografik/3553/anteil-von-glasfaseranschlussen-in-ausgewaehlten-laendern/>
- 3 https://www.wish.com/return_policy oder <https://www.joom.com/de/terms#-Joom%E2%80%99s%20Role%20in%20Transactions>
- 4 Qualitative Studie, ausgeführt im Auftrag der Verbraucherzentrale Hessen, Juni–September 2018

IMPRESSUM

Herausgeber

Verbraucherzentrale Hessen e. V.
Große Friedberger Straße 13–17
60313 Frankfurt am Main
vzh@verbraucherzentrale-hessen.de

Verantwortlich für den Inhalt

Dr. Andrea Jahnen, Vorstand

Autoren Kai-Oliver Kruske,
Dr. Cosima Scholz

Redaktion Ute Bitter

Gestaltung Studio Workshop

Druck Druckerei Siefert,
Frankfurt

Recherchieren Sie weiter unter

www.verbraucherzentrale-hessen.de

Folgen Sie uns

www.twitter.com/vzhessen

Ihre Ansprechpartnerin für Kommunikation

Ute Bitter, 069 97 20 10 – 31
bitter@verbraucherzentrale-hessen.de