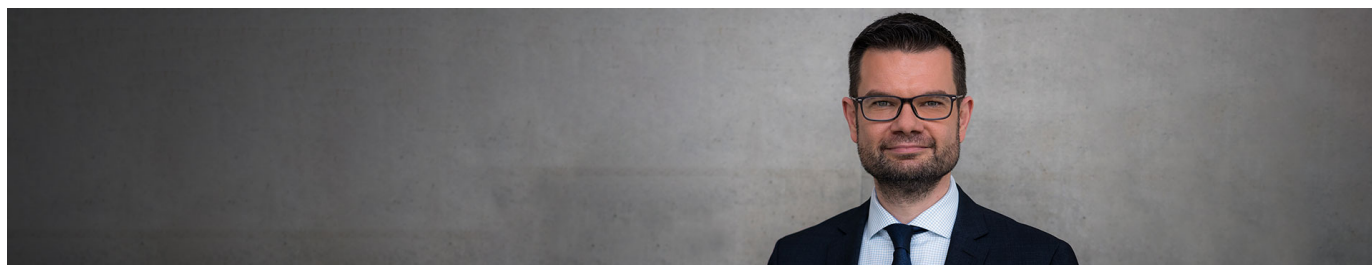


Dies ist der Cache von Google von

https://www.bmjb.de/SharedDocs/Zitate/DE/2021/0611_Verbraucherschutz_Wettbewerbs_und_Gewerberecht.html?nn=6704286. Es handelt sich dabei um ein Abbild der Seite, wie diese am 22. Nov. 2021 04:36:46 GMT angezeigt wurde. Die aktuelle Seite sieht mittlerweile eventuell anders aus. Weitere Informationen.

Vollständige Version Nur-Text-Version Quelle anzeigen

Tipp: Um deinen Suchbegriff schnell auf dieser Seite zu finden, drücke **Strg+F** bzw. **⌘-F** (Mac) und verwende die Suchleiste.



Zitat | 11. Juni 2021 | Christine Lambrecht, „Es muss endlich Schluss damit sein, dass vor allem ältere Menschen häufig bei sogenannten ‚Kaffeefahrten‘ unter Druck gesetzt und über den Tisch gezogen werden. Durch das neue Gesetz schützen wir Verbraucherinnen und Verbraucher besser vor diesen miesen Geschäftspraktiken.“

Bundesjustizministerin Christine Lambrecht anlässlich der heutigen zweiten und dritten Lesung des Entwurfs eines Gesetzes zur Stärkung des Verbraucherschutzes im Wettbewerbs- und Gewerberecht im Deutschen Bundestag und des Entwurf eines Gesetzes zur Änderung des Bürgerlichen Gesetzbuchs und des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche in Umsetzung der Modernisierungsrichtlinie (Richtlinie (EU) 2019/2161)

„Es muss endlich Schluss damit sein, dass vor allem ältere Menschen häufig bei sogenannten ‚Kaffeefahrten‘ unter Druck gesetzt und über den Tisch gezogen werden. Durch das neue Gesetz schützen wir Verbraucherinnen und Verbraucher besser vor diesen miesen Geschäftspraktiken. Hierzu verschärfen wir die Anzeige- und Informationspflichten der Veranstalter und erhöhen den Bußgeldrahmen um das Zehnfache. Darüber hinaus werden wir auch den Vertrieb von Finanzdienstleistungen, Medizinprodukten und Nahrungsergänzungsmitteln bei solchen Fahrten verbieten.

Mit den beschlossenen Neuregelungen sorgen wir zudem für deutlich mehr Rechtssicherheit und Transparenz im digitalen Geschäftsverkehr. Für Online-Marktplätze führen wir umfassende Hinweis- und Transparenzpflichten ein. Betreiber von Online-Marktplätzen müssen Verbraucherinnen und Verbraucher in Zukunft darüber aufklären, warum bestimmte Produkte ganz oben im Produkt-Ranking angezeigt werden, und ob ihr Vertragspartner Unternehmer oder selbst Verbraucher ist. Anbieter müssen klar und deutlich darauf hinweisen, wenn ein Preis personalisiert – also auf einen bestimmten Kunden zugeschnitten – berechnet wurde. Das schafft mehr Transparenz für Verbraucherinnen und Verbrauchern und hilft ihnen bei der Kaufentscheidung.

Auch Influencerinnen und Blogger bekommen endlich mehr Rechtssicherheit. Künftig ist klar: Postings zugunsten eines fremden Unternehmens müssen nur als Werbung gekennzeichnet werden, wenn es eine Gegenleistung gibt. Und auch Verbraucherinnen und Verbraucher wissen dann, woran sie sind: Sie können besser einschätzen, wie eine Empfehlung zustande gekommen ist – und ob sie ihr vertrauen wollen.“

Zu den Gesetzentwürfen

Die **Modernisierungsrichtlinie** wird im Rahmen von zwei Gesetzen umgesetzt, die zivil- und lauterkeitsrechtliche Aspekte des digitalen Geschäftsverkehrs betreffen. Die Regelungen treten am 28. Mai 2022 in Kraft.

Beide Gesetze sehen u.a. umfassende Hinweispflichten zugunsten der Verbraucherinnen und Verbraucher vor, die nach außen hin sichtbar auf den Plattformen der Online-Marktplätze bzw. unmittelbar bei Bestellvorgängen erfüllt werden müssen.

Mit dem Entwurf eines Gesetzes zur Änderung des Bürgerlichen Gesetzbuchs und des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche in Umsetzung der Modernisierungsrichtlinie (Richtlinie (EU) 2019/2161) werden die zivilrechtlichen Vorschriften der Modernisierungsrichtlinie umgesetzt.

Wesentliche Kernpunkte sind:

- Für Online-Marktplätze wie etwa eBay oder Amazon gelten zugunsten von Verbraucherinnen und Verbrauchern künftig wesentliche Hinweispflichten, die vor Abgabe der Bestellung erfüllt werden müssen:
 - Online-Marktplätze sind künftig u. a. verpflichtet, vor Abgabe der Bestellung die wesentlichen Kriterien des Rankings von Suchergebnissen und deren Gewichtung offenzulegen.
 - Sie müssen Verbraucherinnen und Verbraucher künftig darüber informieren, ob es sich bei deren potentiellen Vertragspartnern um Unternehmer oder Verbraucher handelt.
 - Der Entwurf enthält zugunsten von Verbraucherinnen und Verbrauchern auch eine Neuregelung zum Weiterverkauf von Eintrittskarten über Ticketbörsen. Der Betreiber des Online-Marktplatzes muss darüber informieren, welchen Originalpreis der Veranstalter für die angebotene Eintrittskarte nach Angaben des Anbieters festgelegt hat.
- Daneben wird für Anbieter eine Informationspflicht beim Bestellvorgang eingeführt, wenn ein Preis auf Basis einer automatisierten Entscheidung personalisiert wurde.
- Der Entwurf sieht zudem vor, dass europaweite Verstöße gegen Regelungen des Verbrauchervertragsrechts künftig mit einem Bußgeld geahndet werden können.

Der Entwurf eines **Gesetzes zur Stärkung des Verbraucherschutzes im Wettbewerbs- und Gewerberecht** dient der Umsetzung der lauterkeitsrechtlichen Regelungen der Richtlinie (EU) 2019/2161 zur besseren Durchsetzung und Modernisierung der Verbraucherschutzvorschriften der Union. Zudem sind Regelungen zur Stärkung des Schutzes von Verbraucherinnen und Verbrauchern bei Kaffeefahrten und Haustürgeschäften sowie Regelungen enthalten, in denen klargestellt wird, unter welchen Voraussetzungen Influencerinnen und Influencer ihre Postings als Werbung kennzeichnen müssen.

Wesentliche Kernpunkte sind:

- Für Online-Marktplätze gelten zugunsten von Verbraucherinnen und Verbrauchern künftig folgende allgemeine Hinweispflichten auf der Plattform:
 - Betreiber von Online-Marktplätzen werden verpflichtet, darüber zu informieren, ob die auf ihrer Plattform vertretenen Anbieter nach deren eigener Erklärung Unternehmer oder Verbraucher sind (§ 5b Absatz 1 Nummer 6 UWG-E).
 - Vergleichs- und andere Vermittlungsplattformen müssen die Hauptparameter des Rankings von Suchergebnissen und deren Gewichtung angeben (§ 5b Absatz 2 UWG-E).
 - Werbung und spezielle Zahlungen zur Verbesserung des Rankings in Suchergebnissen müssen offengelegt werden (Nummer 11a des Anhangs zum UWG).
 - Unternehmer, die Verbraucherbewertungen zugänglich machen, müssen darüber informieren, ob und wie sie sicherstellen, dass die Bewertungen tatsächlich von Verbrauchern stammen (§ 5b Absatz 3 UWG-E).
- Unternehmer dürfen nicht behaupten, dass Bewertungen von Verbraucherinnen oder Verbrauchern stammen, ohne durch angemessene und verhältnismäßige Maßnahmen sicherzustellen, dass dies auch der Fall ist (Nummer 23b des Anhangs zum UWG).
- Die Übermittlung und Beauftragung gefälschter Verbraucherbewertungen sowie die falsche Darstellung solcher Bewertungen in sozialen Medien ist nunmehr ausdrücklich verboten (Nummer 23c des Anhangs zum UWG).
- Verbraucherinnen und Verbraucher, die fahrlässig oder vorsätzlich durch unlautere geschäftliche Handlungen geschädigt werden, erhalten einen Schadensersatzanspruch (§ 9 Absatz 2 Satz 1 UWG-E).
- Zum besseren Schutz von Verbraucherinnen und Verbrauchern vor übereilter Zahlung bei Haustürgeschäften wird ein spezieller Unlauterkeitstatbestand eingeführt. Danach dürfen Unternehmer bei Verträgen, die im Rahmen eines unerbetenen Besuchs in der Wohnung eines Verbrauchers geschlossen worden sind, die Verbraucherin oder den Verbraucher nicht vor Ablauf des Tages des Vertragsschlusses zur Zahlung auffordern (Nummer 32 des Anhangs zum UWG). Dies gilt zur Vermeidung von unangemessenem bürokratischen Aufwand nicht für Verträge, bei denen die Verbraucherin oder der Verbraucher einen Wert von unter 50 Euro schuldet.
- Zur Bekämpfung missbräuchlicher Praktiken bei Kaffeefahrten wird die Gewerbeordnung verschärft. Betreiber von Kaffeefahrten unterliegen in Zukunft erweiterten Anzeige- und Informationspflichten (§ 56a Absatz 2, 3 und 4 GewO-E). Der Vertrieb von Finanzdienstleistungen, Nahrungsergänzungsmitteln und Medizinprodukten wird auf Kaffeefahrten verboten (§ 56a Absatz 6 GewO-E). Der Bußgeldrahmen für gewerbe-rechtliche Verstöße von Veranstaltern von Kaffeefahrten wird von bis zu 1.000 Euro auf bis zu 10.000 Euro erhöht (§ 145 Absatz 4 GewO-E).
- Werbung in sozialen Medien muss für Verbraucherinnen und Verbraucher erkennbar sein. Influencerinnen und Influencer erhalten Rechtssicherheit, in welchen Fällen, sie ihre Postings als Werbung kennzeichnen müssen. Das Gesetz stellt daher klar, dass ein kennzeichnungspflichtiger kommerzieller Zweck bei geschäftlichen Handlungen zugunsten eines fremden Unternehmens, zum Beispiel Empfehlungen in sozialen Netzwerken, nicht vorliegt, wenn der Handelnde kein Entgelt oder keine ähnliche Gegenleistung von dem fremden Unternehmen erhalten hat (§ 5a Absatz 4 Satz 2 UWG-E).

Drucken

Stand: 11. Juni 2021

Weitere Zitate

„Wir erleben aktuell immer neue Wellen des Hasses, vor allem im Internet, in der Pandemie noch aggressiver als zuvor. Unser Signal muss weiter klar sein: Wir stellen uns mit aller Kraft Rassismus, Antisemitismus, dem Hass gegen Frauen und der Verachtung von Demokratie und Wissenschaft entgegen.“

„Die Novemberpogrome zählen zu den schrecklichsten und beschämendsten Momenten deutscher Geschichte. Wir gedenken der Jüdinnen und Juden, die von ihren deutschen Landsleuten gedemütigt und ermordet wurden. Es ist unerträglich, dass Jüdinnen und Juden in diesem Land Angst haben müssen vor Hass und Gewalt. Wir müssen dem wachsenden Antisemitismus mit aller Kraft entgegenreten.“

„Dass die Rechtsterroristen des NSU über viele Jahre unentdeckt morden konnten, dürfen wir nie vergessen. Ein Ausblenden oder Verharmlosen rechtsextremistischer Motive darf es nie wieder geben.“

„Wir schulden es den Menschen, die durch Terroranschläge furchtbares Leid erlitten haben, dass wir die brutale Gewalt von Extremisten mit aller Entschlossenheit bekämpfen. Für den Zusammenhalt unserer Gesellschaft müssen wir mit aller Kraft eintreten.“

„Die Zahlen zur Quote für die Aufsichtsräte belegen: Feste Vorgaben wirken – und zwar nachhaltig. Sie verändern nicht nur die Zusammensetzung der Führungsgremien, sondern sie wirken sich auf die gesamte Unternehmenskultur aus. Umso wichtiger ist es, dass wir diesen erfolgreichen Weg in diesem Jahr weitergegangen sind und endlich auch für Vorstände großer Unternehmen eine Mindestbeteiligung von Frauen eingeführt haben.“

© 2021 Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz