

[et\_pb\_section bb\_built="1"][et\_pb\_row][et\_pb\_column type="4\_4"][et\_pb\_text]

Das Verbraucherrecht bzw. Verbraucherschutzrecht ist ein sehr weitläufiges Rechtsgebiet, das sich in den verschiedensten Bereichen als Querschnittsmaterie darstellt. Verbraucherschützende Vorschriften finden sich nahezu in jedem Rechtsgebiet, sodass es ein eigenständiges Regelwerk nicht gibt und auch nicht geben kann. Diese haben das Ziel, den Bürger, der sich im Bereich seiner privaten Lebensgestaltung regelmäßig gegenüber Unternehmen in einer schwächeren Verhandlungs- und Kenntnissituation befindet, zu schützen und das Recht sowie den Verkehr von Gütern und Dienstleistungen für ihn transparenter und fairer zu gestalten.

Europäische Kommission und Europäisches Parlament haben sich der Umsetzung dieser Ziele in einer umfassenden Verbraucherpolitik verschrieben. Mit EU-weiten Verbraucherschutzvorschriften, der Bereitstellung von Hilfe bei der schnellen und effizienten Beilegung von Streitigkeiten mit Händlern (z. B. alternative Streitbeilegung und Europäische Verbraucherzentren) sowie der Gewährleistung der allgemeinen Produktsicherheit auf dem Binnenmarkt soll ein sicheres Umfeld für alle Bürger und Bürgerinnen in der EU geschaffen werden. Die EU bekämpft dabei unlautere Geschäftspraktiken, irreführende und vergleichende Werbung, missbräuchliche Vertragsklauseln und gestaltet die Bereiche der Preisangaben und Etikettierungen, des Fernabsatzes und der Haustürgeschäfte sowie des Reiserechts transparenter, ausgewogener und vor allem grenzübergreifend einheitlicher.

Auch bei seinen Berührungspunkten mit den Medien wird der Verbraucher von zahlreichen europäischen Vorschriften geschützt. Auch hier ist angesichts des wachsenden Online-Handels, neuer Kommunikationswege und grenzüberschreitenden Ein- und Verkaufs Verbraucherschutz eines der zentralen Ziele der EU.

Das betrifft zunächst den Bereich der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation, der durch die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (RL 2010/13/EU, AVMD-RL), die in erster Linie werberechtliche Grundsätze und Prinzipien festlegt bestimmt und durch produkt- und sektorspezifische Vorschriften, wie z.B. das Tabakwerbe- und -sponsoringverbot (RL 2003/33/EG) und Werbeverbote und -einschränkungen für Arzneimittel (RL 2001/83/EG), Einschränkungen für die Vermarktung von Lebensmitteln (Verordnung (EG) Nr. 1924/2006) und die Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken ergänzt.

Weiter betrifft die europäische Regulierung aber auch den Schutz der - regelmäßig über weniger Fachkenntnisse als Unternehmer verfügenden - Verbraucher. Sie sollen vor

etwaigen, aus diesem Ungleichgewicht resultierenden Nachteilen geschützt werden. Mittel hierfür sind zum Beispiel die Auferlegung von Informationspflichten, Widerrufsrechte (etwa bei Fernabsatz- oder Haustürgeschäften) und Regelungen zu Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB).

Auch im Telekommunikationssektor kommt der Verbraucherschutz zum Tragen. So soll etwa die Universaldiensterichtlinie die Erschwinglichkeit der Tarife, die Möglichkeit zur Rufnummernmitnahme und die zügige sowie reibungslose Abwicklung beim Anbieterwechsel gewährleisten. Mit dieser Richtlinie soll auch die Transparenz bei Telefon- und Internetdienstleistungen für die Verbraucher verbessert und sollen ihre Rechte gestärkt werden. In Deutschland ist es insbesondere Aufgabe der Bundesnetzagentur, über die Einhaltung dieser Vorgaben zu wachen. Eine verbraucherschützende Bedeutung kommt im Übrigen auch der EU-Datenschutz-Grundverordnung zu, in dem sie z.B. die Mitnahme von Daten beim Anbieterwechsel regelt. In ähnlicher Art kommt auch der E-Privacy-Verordnung, die 2018 in Kraft treten soll, verbraucherschützende Wirkung zu, indem sie Aspekte der digitalen Privatsphäre und der Werbeansprachen regelt.

In den letzten Jahren hat aber insbesondere auch der Online-Handel beträchtlich zugenommen. Das Internet ist zu einer wesentlichen Verkaufsplattform geworden was auch den grenzüberschreitenden Einkauf bei ausländischen Anbietern vereinfacht hat. Im Rahmen der digitalen Agenda der EU-Kommission soll ein digitaler Binnenmarkt geschaffen werden. Im Vordergrund steht dabei die Beseitigung nationaler Beschränkungen für den Online Handel. Zum Aufbau eines gemeinsamen Marktes ohne Handelsbarrieren wurden bereits verschiedene Richtlinien und Verordnungen erlassen um europaweit die gesetzlichen Regelungen zu vereinheitlichen.

Zur Bekämpfung der so genannten „Online-Abzocke“ wurde beispielsweise die Verbraucherrechtsrichtlinie (Richtlinie 2011/83/EU) erlassen. In Deutschland ist sie mit dem „Gesetz zum besseren Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher vor Kostenfallen im elektronischen Geschäftsverkehr“ umgesetzt. Bei kostenpflichtigen Verträgen im Internet soll der Verbraucher unmittelbar vor Abgabe seiner Bestellung deutlich auf die Kostenpflichtigkeit des Angebots hingewiesen werden. Erfolgt die Bestellung durch das Anklicken einer Schaltfläche (sog. Bestellbutton), muss diese gut lesbar und mit nichts anderem als den Wörtern „zahlungspflichtig bestellen“ oder einer entsprechenden eindeutigen Formulierung (z.B. „Kaufen“) beschriftet sein. Fehlt eine Beschriftung des Bestellbuttons oder ist diese falsch, kommt kein wirksamer Vertrag zustande.

Um das Vertrauen von sowohl Verbrauchern als auch Unternehmen bei Online Einkäufen zu stärken, wurde die Möglichkeit der Online-Streitbeilegung von Rechtsgeschäften

eingeführt. Seit Januar 2016 gilt die Verordnung (EU) Nr. 524/2013 über die Online-Beilegung verbraucherrechtlicher Streitigkeiten. Diese Verordnung muss in Verbindung mit der Richtlinie 2013/11/EU über die alternative Beilegung verbraucherrechtlicher Streitigkeiten gesehen werden. Die Regelungen sind auf die außergerichtliche Beilegung von inländischen wie grenzüberschreitenden Streitigkeiten gerichtet. Unstimmigkeiten über vertragliche Verpflichtungen aus Online-Kaufverträgen oder Online-Dienstleistungsverträgen zwischen einem in der EU wohnhaften Verbraucher und einem in der EU niedergelassenen Unternehmer sollen so leichter gelöst werden können. Unter anderem müssen Online-Händler einen Link zur Plattform der Online-Streitbeilegung leicht zugänglich auf ihren Websites einstellen.

Zum Schutz der Verbraucher vor ausufernden Kosten beim mobilen Telefonieren und Surfen im EU-Ausland, wurde als politisches Ziel in der Verordnung (EU) Nr. 531/2012 festgelegt, dass der Unterschied zwischen Roaming- und Inlandstarifen gegen Null gehen sollte. Mit der Verordnung (EU) 2015/2120 vom 25. November 2015 wurde beschlossen, dass die Roaming-Entgelte bis zum 15.06.2017 abgeschafft werden sollen. Zum Schutz vor Missbrauch beinhaltet die Verordnung jedoch eine „Fair Use“-Klausel, die eine Nutzung im Übermaß verhindern soll. Die Bedingungen dieser Klausel sind von der EU-Kommission gesondert auszugestalten.

Verbraucherschützende Vorschriften auf nationaler Ebene finden sich vorrangig in den Bestimmungen des Bürgerlichen Gesetzbuchs (BGB), wobei für den medienrechtlich relevanten Bereich vor allem die Vorschriften zum Widerrufsrecht bei Fernabsatzverträgen (§§ 312, bis 312k) zu nennen sind.

Für den Bereich der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation ist Deutschland den europarechtlichen Vorgaben durch entsprechende Regelungen im Rundfunkstaatsvertrag, im Jugendmedienschutz-Staatsvertrag, im Telemediengesetz und im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb nachgekommen. Die jeweiligen sektor- und produktspezifischen Vorschriften finden sich im 2016 verabschiedeten Gesetz über Tabakerzeugnisse und verwandte Erzeugnisse sowie im Heilmittelwerbegesetz und im Arzneimittelgesetz. Werbeverbote für Glücksspiele ergeben sich aus dem Glücksspielstaatsvertrag. Daneben konkretisieren die Werberichtlinien der Landesmedienanstalten die gesetzlichen Werberegulungen für den Rundfunk; Verhaltenskodizes des Deutschen Werberates regeln bestimmte Aspekte der kommerziellen Kommunikation auf co- und selbstregulatorischer Ebene.

Auch Bestimmungen des UWG führen teilweise unmittelbar und teilweise bloß reflexhaft zum Schutz der Verbraucher, in dem sie unlautere Handlungen von Unternehmern bekämpfen. So unterliegen etwa Werbeansprachen nach § 7 UWG besonders engen

Voraussetzungen und aggressive geschäftliche Handlungen sind gegenüber Verbrauchern verboten (§ 4a UWG).

Den gesundheitlichen Verbraucherschutz auf europäischer Ebene ergänzen nationale Bestimmungen zur Einhaltung bestimmter Mindeststandards im Herstellungsverfahren und bei der Verpackung von Lebensmitteln, Tabakerzeugnissen, kosmetischen Mitteln und sonstigen Bedarfsgegenständen vor allem im Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuch und Arzneimittelgesetz.

```
[/et_pb_text][et_pb_blog_builder_version="3.0.64" show_thumbnail="on" show_more="off"
show_author="off" show_date="on" show_categories="on" show_comments="off"
show_pagination="off" include_categories="222" meta_date="j. M Y" show_content="off"
offset_number="0" use_overlay="off" fullwidth="off" use_dropshadow="off"
background_layout="light" border_style="solid"
/][et_pb_column][et_pb_row][et_pb_section]
```