



Fairer Wettbewerb braucht Enforcement

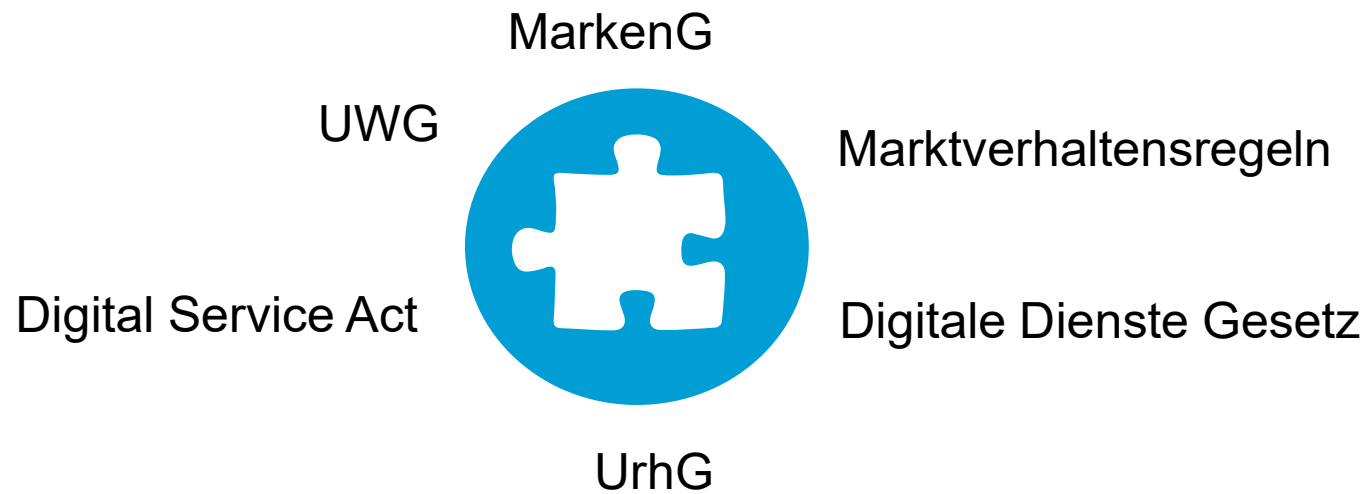
Verbraucherschutzregulierung aus
Unternehmersicht





Fairer Wettbewerb und Recht

Ausgangspunkt





Woran es aus Unternehmenssicht hakt

Regulierung und fairer Wettbewerb

Regulierung und fairer Wettbewerb

Regulierung (allein) schafft noch keinen fairen Wettbewerb

- Du darfst nicht unlauter handeln (§ 3 UWG)
- Du musst Markverhaltensregeln einhalten (§ 3a UWG)
- Du darfst nicht pressen (§ 4 UWG)
- Du darfst nicht täuschen (§ 5 UWG)
- Du musst informieren (§ 5a UWG)
- EnKV, TextilkennzeichenVO, ProduktsicherheitsVO, BatterieVO, PreisangabenVO, Lebensmittelkennzeichnungsvorschriften,

schaffen alleine keinen fairen Wettbewerb. Sie definieren Sollzustand, „automatisieren“ aber nicht den Istzustand zum Sollzustand.

Regulierung kann Wettbewerb sogar verzerren

- Abmahnungsrisiko
- Risiko von Abmahnmissbrauch
- Bußgeldtatbestände
- Rechtsunsicherheit durch divergierende Durchsetzungsverfahren und Entscheidungen
- Durchsetzungsungleichheit nach Aufgriffsart

Bestandsaufnahme

Viel „was“, viel „wie“, wenig Schlagkraft

Viel „Was“

Große Zahl von Verboten und Pflichten zu Vielzahl an wirtschaftlichen Prozessen und Produkten und Marktrollen.

Viel „Wie“

- Abmahnung Wettbewerbsrecht
- Abmahnung Markenrecht
- Produktaufsicht
- Anbieteraufsicht
- Datenschutzaufsicht
- Impressumsaufsicht
- Portalwarnungen
- VBZV-Warnungen, die Plattforminformationen auslesen
- Digital Service Act

Wenig Schlagkraft

- Rechtsverstöße in Anonymität der Masse und gestützt von digitaler Infrastruktur bekämpfen wir mit Instrumenten, die für Einzelfälle gegen bekannten Mitbewerber geschaffen wurden.
- Einzel-Take down

Zwischenfazit

Irgendwas passt nicht mehr

1:1

./.

Fake-Shops im fünfstelligen Bereich

und

auf Plattformen Millionen Produktangebote von tausenden Verkäufern aus Drittstaaten



Next level ante portas

Neue Absatztrends

Einzelshops

Kommunikationsplattformen
werden zu
Vertriebsplattformen
(WhatsApp, Instagram,
TikTok & Co)



Dropshipper



Herausforderungen

Zielbild – Akteure - Rollen

Zielbild

- Eindeutige massenhafte Rechtsverletzungen sind schnell ausfindig zu machen und so schnell zu beseitigen, wie sie hochladbar sind.
- Stay down

Akteure digitaler Geschäftsmodelle

- Plattformen
- Technische Dienstleister (Provider, Shopsysteme, Zahlungsabwickler, Hostinganbieter, Registrare)
- Verbraucher

Rollen

Schnittstellenrolle und Verantwortungspartnerschaft?



Action

Eruiieren – strukturieren - aktivieren



- Geschäftsmodelle verstehen
- Damit Schwachstellen und Ansatzpunkte im Enforcement vorrangig in den Blick nehmen
- Enforcementkreis nachschärfen



Zuversicht

„Geht doch“

Danke für die Gelegenheit, Ihr Interesse und Ihre Aufmerksamkeit!



Dr. jur. Tatjana Neuwald

Leiterin Referat

Standort, Mobilität, Handel, Dienstleistungen, Wirtschaftshilfen

Max-Joseph-Straße 2

80333 München

Tel. 089 5116 – 1312

E-Mail: tatjana.neuwald@muenchen.ihk.de

www.ihk-muenchen.de