



EUROPÄISCHE UNION

DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT

DER RAT

Brüssel, den 18. Oktober 2019
(OR. en)

2018/0090 (COD)

PE-CONS 83/19

CONSOM 162
MI 405
ENT 130
JUSTCIV 118
DENLEG 57
CODEC 1033

GESETZGEBUNGSAKTE UND ANDERE RECHTSINSTRUMENTE

Betr.: RICHTLINIE DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES
zur Änderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates und der
Richtlinien 98/6/EG, 2005/29/EG und 2011/83/EU des Europäischen
Parlaments und des Rates zur besseren Durchsetzung und
Modernisierung der Verbraucherschutzvorschriften der Union

RICHTLINIE (EU) 2019/...
DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES

vom ...

**zur Änderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates und der Richtlinien 98/6/EG, 2005/29/EG
und 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates zur besseren Durchsetzung
und Modernisierung der Verbraucherschutzvorschriften der Union**

(Text von Bedeutung für den EWR)

DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT UND DER RAT DER EUROPÄISCHEN UNION —

gestützt auf den Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union, insbesondere auf
Artikel 114,

auf Vorschlag der Europäischen Kommission,

nach Zuleitung des Entwurfs des Gesetzgebungsakts an die nationalen Parlamente,

nach Stellungnahme des Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschusses¹,

gemäß dem ordentlichen Gesetzgebungsverfahren²,

¹ ABl. C 440 vom 6.12.2018, S. 66.

² Standpunkt des Europäischen Parlaments vom 17. April 2019 (noch nicht im Amtsblatt
veröffentlicht) und Beschluss des Rates vom

in Erwägung nachstehender Gründe:

- (1) Artikel 169 Absatz 1 und Artikel 169 Absatz 2 Buchstabe a des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV) sehen vor, dass die Union durch Maßnahmen, die sie nach Artikel 114 AEUV erlässt, einen Beitrag zur Erreichung eines hohen Verbraucherschutzniveaus leistet. Gemäß Artikel 38 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union (Charta) stellt die Politik der Union ein hohes Verbraucherschutzniveau sicher.
- (2) Das Verbraucherschutzrecht sollte in der gesamten Union wirksam angewandt werden. Jedoch ergab die umfassende Eignungsprüfung des Verbraucher- und Marketingrechts, die die Kommission 2016 und 2017 im Rahmen des Programms zur Gewährleistung der Effizienz und Leistungsfähigkeit der Rechtsetzung (REFIT) durchführte, dass die Wirksamkeit des Verbraucherschutzrechts der Union dadurch beeinträchtigt wird, dass sowohl Unternehmer als auch Verbraucher nicht hinlänglich informiert sind, und dass die bestehenden Rechtsschutzinstrumente häufiger genutzt werden könnten.

- (3) Die Union hat bereits eine Reihe von Maßnahmen ergriffen, um Verbraucher, Unternehmer und Angehörige der Rechtsberufe besser für die Rechte der Verbraucher zu sensibilisieren und für eine wirksamere Durchsetzung der Verbraucherrechte und des Rechtsschutzes für Verbraucher zu sorgen. Allerdings gibt es nach wie vor Lücken im nationalen Recht hinsichtlich wirklich wirksamer und verhältnismäßiger Sanktionen, um von Verstößen innerhalb der Union abzuschrecken und diese zu ahnden, hinsichtlich unzureichender individueller Rechtsbehelfe, die Verbrauchern, die durch Verstöße gegen die nationalen Rechtsvorschriften zur Umsetzung der Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates¹ geschädigt wurden, zur Verfügung stehen, sowie hinsichtlich Mängeln des Unterlassungsverfahrens nach der Richtlinie 2009/22/EG des Europäischen Parlaments und des Rates². Das Unterlassungsverfahren sollte im Wege eines separaten Instruments zur Änderung und Ersetzung der Richtlinie 2009/22/EG überarbeitet werden.

¹ Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates (ABl. L 149 vom 11.6.2005, S. 22).

² Richtlinie 2009/22/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 23. April 2009 über Unterlassungsklagen zum Schutz der Verbraucherinteressen (ABl. L 110 vom 1.5.2009, S. 30).

- (4) Gemäß den Richtlinien 98/6/EG¹, 2005/29/EG und 2011/83/EU² des Europäischen Parlaments und des Rates müssen die Mitgliedstaaten wirksame, verhältnismäßige und abschreckende Sanktionen für Verstöße gegen die nationalen Vorschriften zur Umsetzung dieser Richtlinien vorsehen. Außerdem sind die Mitgliedstaaten nach Artikel 21 der Verordnung (EU) 2017/2394 des Europäischen Parlaments und des Rates³ verpflichtet, wirksam, effizient und in koordinierter Weise Durchsetzungsmaßnahmen, einschließlich der Verhängung von Sanktionen, zu ergreifen, um die Einstellung oder Untersagung weitverbreiteter Verstöße oder weitverbreiteter Verstöße mit Unions-Dimension zu bewirken.

¹ Richtlinie 98/6/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. Februar 1998 über den Schutz der Verbraucher bei der Angabe der Preise der ihnen angebotenen Erzeugnisse (ABl. L 80 vom 18.3.1998, S. 27).

² Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 über die Rechte der Verbraucher, zur Abänderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates und der Richtlinie 1999/44/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie zur Aufhebung der Richtlinie 85/577/EWG des Rates und der Richtlinie 97/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates (ABl. L 304 vom 22.11.2011, S. 64).

³ Verordnung (EU) 2017/2394 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Dezember 2017 über die Zusammenarbeit zwischen den für die Durchsetzung der Verbraucherschutzgesetze zuständigen nationalen Behörden und zur Aufhebung der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 (ABl. L 345 vom 27.12.2017, S. 1).

- (5) Die derzeitigen nationalen Vorschriften über Sanktionen weichen in der Union erheblich voneinander ab. Insbesondere stellen nicht alle Mitgliedstaaten sicher, dass wegen weitverbreiteter Verstöße oder weitverbreiteter Verstöße mit Unions-Dimension gegen die verantwortlichen Unternehmer wirksame, verhältnismäßige und abschreckende Geldbußen verhängt werden können. Deshalb sollten die geltenden Sanktionsvorschriften der Richtlinien 98/6/EG, 2005/29/EG und 2011/83/EU verbessert und zugleich neue Sanktionsvorschriften in die Richtlinie 93/13/EWG des Rates¹ aufgenommen werden.
- (6) Es sollte Sache der Mitgliedstaaten bleiben, über die Arten der zu verhängenden Sanktionen zu entscheiden und in ihrem nationalen Recht die einschlägigen Verfahren für die Verhängung von Sanktionen bei Verstößen gegen die durch diese Richtlinie geänderten Richtlinien 93/13/EWG, 98/6/EG, 2005/29/EG und 2011/83/EU festzulegen.

¹ Richtlinie 93/13/EWG des Rates vom 5. April 1993 über missbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen (ABl. L 95 vom 21.4.1993, S. 29).

- (7) Um eine einheitlichere Verhängung von Sanktionen zu erleichtern, insbesondere bei Verstößen innerhalb der Union, weitverbreiteten Verstößen und weitverbreiteten Verstößen mit Unions-Dimension im Sinne der Verordnung (EU) 2017/2394, sollten für die Verhängung von Sanktionen gemeinsame nicht als abschließend zu verstehende und beispielhafte Kriterien in die Richtlinien 93/13/EWG, 98/6/EG, 2005/29/EG und 2011/83/EU aufgenommen werden. Diese Kriterien sollten beispielsweise die Art, die Schwere, den Umfang und die Dauer des Verstoßes sowie einen etwaigen Ausgleich, den der Verbraucher vom Unternehmer für den entstandenen Schaden erhalten hat, umfassen. Wiederholte Verstöße desselben Täters zeigen dessen Neigung, solche Verstöße zu begehen; sie sind daher ein deutlicher Hinweis darauf, wie schwer das fragliche Verhalten wiegt und inwiefern die Sanktion erhöht werden muss, um eine wirksame Abschreckung zu erreichen. Aufgrund des Verstoßes erlangte finanzielle Vorteile oder vermiedene Verluste sind zu berücksichtigen, wenn Daten dazu verfügbar sind. Darüber hinaus können auch andere erschwerende oder mildernde Umstände im jeweiligen Fall berücksichtigt werden.
- (8) Diese gemeinsamen nicht abschließend zu verstehenden und beispielhaften Kriterien für die Anwendung von Sanktionen sind möglicherweise nicht in allen Fällen, so insbesondere bei nicht schwerwiegenden Verstößen, relevant für die Entscheidung über Sanktionen. Die Mitgliedstaaten sollten auch anderen bei der Verhängung von Sanktionen anzuwendenden allgemeinen Rechtsgrundsätzen wie dem Grundsatz *non bis in idem* Rechnung tragen.

- (9) Gemäß Artikel 21 der Verordnung (EU) 2017/2394 ergreifen die von der koordinierten Aktion betroffenen zuständigen Behörden der Mitgliedstaaten im Rahmen ihrer Zuständigkeit alle erforderlichen Durchsetzungsmaßnahmen gegen den für den weitverbreiteten Verstoß oder den weitverbreiteten Verstoß mit Unions-Dimension verantwortlichen Unternehmer, um die Einstellung oder Untersagung des weitverbreiteten Verstoßes zu bewirken. Gegebenenfalls verhängen sie Sanktionen, wie beispielsweise Geldbußen oder Zwangsgelder, gegen den für den weitverbreiteten Verstoß oder den weitverbreiteten Verstoß mit Unions-Dimension verantwortlichen Unternehmer. Die Durchsetzungsmaßnahmen müssen wirksam, effizient und in koordinierter Weise ergriffen werden, um die Einstellung oder Untersagung des weitverbreiteten Verstoßes oder des weitverbreiteten Verstoßes mit Unions-Dimension zu bewirken. Die von der koordinierten Aktion betroffenen zuständigen Behörden bemühen sich darum, Durchsetzungsmaßnahmen in den von diesem Verstoß betroffenen Mitgliedstaaten gleichzeitig durchzuführen.
- (10) Um sicherzustellen, dass die Behörden der Mitgliedstaaten wirksame, verhältnismäßige und abschreckende Sanktionen für weitverbreitete Verstöße und für weitverbreitete Verstöße mit Unions-Dimension, die Gegenstand koordinierter Ermittlungs- und Durchsetzungsmaßnahmen gemäß der Verordnung (EU) 2017/2394 sind, verhängen können, sollten Geldbußen als Sanktionselement für solche Verstöße eingeführt werden. Um zu gewährleisten, dass die Geldbußen eine abschreckende Wirkung haben, sollten die Mitgliedstaaten in ihrem nationalen Recht den Höchstbetrag der Geldbußen für solche Verstöße mit mindestens 4 % des Jahresumsatzes des Unternehmers in dem betreffenden Mitgliedstaat bzw. in den betreffenden Mitgliedstaaten festsetzen. Bei dem Unternehmer kann es sich in bestimmten Fällen auch um eine Unternehmensgruppe handeln.

- (11) Gemäß Artikel 9 und Artikel 10 der Verordnung (EU) 2017/2394 ist bei der Verhängung der Sanktionen gegebenenfalls die Art, Schwere und Dauer des betreffenden Verstoßes gebührend zu berücksichtigen. Die verhängten Sanktionen sollten verhältnismäßig sein und im Einklang mit dem Unionsrecht und dem nationalen Recht, einschließlich der geltenden Verfahrensgarantien und der Grundsätze der Charta, stehen. Schließlich sollten die verhängten Sanktionen der Art und dem tatsächlichen oder potenziellen Gesamtschaden des Verstoßes gegen Unionsrecht zum Schutz der Verbraucherinteressen angemessen sein. Die Befugnis zur Verhängung von Sanktionen wird entweder unmittelbar durch die zuständige Behörde in eigener Verantwortung oder gegebenenfalls durch Befassung anderer zuständiger Behörden oder anderer Behörden, durch Anweisungen benannter Stellen oder im Wege eines Antrags an die Gerichte, die für den Erlass der erforderlichen Entscheidung zuständig sind, gegebenenfalls auch im Wege eines Rechtsbehelfs, wenn der Antrag auf Erlass der erforderlichen Entscheidung keinen Erfolg hatte, ausgeübt.
- (12) Wenn eine einzelne zuständige Behörde im Sinne der Verordnung (EU) 2017/2394 aufgrund der in dieser Verordnung vorgesehenen koordinierten Aktion eine Geldbuße gegen einen Unternehmer verhängt, der für einen weitverbreiteten Verstoß oder einen weitverbreiteten Verstoß mit Unions-Dimension verantwortlich ist, sollte sie in der Lage sein, eine Geldbuße von mindestens 4 % des Jahresumsatzes des Unternehmers in allen von der koordinierten Durchsetzungsmaßnahme betroffenen Mitgliedstaaten zu verhängen.

- (13) Den Mitgliedstaaten sollte es freistehen, höhere maximale umsatzabhängige Geldbußen für weitverbreitete Verstöße und weitverbreitete Verstöße mit Unions-Dimension beizubehalten oder einzuführen. Es sollte den Mitgliedstaaten auch möglich sein, solche Geldbußen nach dem weltweiten Gesamtumsatz des Unternehmers zu bemessen oder die Regelungen für Geldbußen auf andere Verstöße auszudehnen, die nicht unter die Bestimmungen dieser Richtlinie betreffend Artikel 21 der Verordnung (EU) 2017/2394 fallen. Die Vorgabe, die Geldbuße mit mindestens 4 % des Jahresumsatzes des Unternehmers festzusetzen, sollte nicht für etwaige zusätzliche Vorschriften der Mitgliedstaaten über Zwangsgelder wie tägliche Geldbußen gelten, die bei Nichtbefolgung von Entscheidungen, Anordnungen, vorläufigen Maßnahmen, Zusagen des Unternehmers oder anderen Maßnahmen zur Unterbindung des Verstoßes zu verhängen sind.

- (14) In die Richtlinie 93/13/EWG sollten Regelungen für Sanktionen aufgenommen werden, um ihre abschreckende Wirkung zu verstärken. Den Mitgliedstaaten steht es frei, über das behördliche oder gerichtliche Verfahren zur Verhängung von Sanktionen bei Verstößen gegen die genannte Richtlinie zu entscheiden. So könnten insbesondere Verwaltungsbehörden oder nationale Gerichte Sanktionen verhängen, wenn festgestellt wurde, dass Vertragsklauseln missbräuchlich sind, einschließlich aufgrund von Klagen einer Verwaltungsbehörde. Verwaltungsbehörden oder nationale Gerichte könnten auch dann Sanktionen verhängen, wenn der Gewerbetreibende Vertragsklauseln verwendet, die im nationalen Recht ausdrücklich als in jedem Fall missbräuchlich definiert sind, oder wenn der Gewerbetreibende Vertragsklauseln verwendet, die durch eine rechtskräftige Entscheidung als missbräuchlich eingestuft wurden. Die Mitgliedstaaten könnten beschließen, dass auch Verwaltungsbehörden das Recht haben, festzustellen, dass Vertragsklauseln missbräuchlich sind. Die Feststellung, dass Vertragsklauseln missbräuchlich sind, und die Verhängung von Sanktionen könnten durch ein- und dieselbe Entscheidung einer Verwaltungsbehörde oder eines nationalen Gerichts erfolgen. Die Mitgliedstaaten könnten geeignete Instrumente zur Koordinierung von rechtlichen Schritten auf nationaler Ebene mit Bezug auf den individuellen Rechtsschutz und die Sanktionen festlegen.
- (15) Bei der Aufteilung der Einnahmen aus Geldbußen sollten die Mitgliedstaaten eine Stärkung des Schutzes der allgemeinen Interessen der Verbraucher sowie anderer geschützter öffentlicher Interessen in Erwägung ziehen.

- (16) Zur Beseitigung jeglicher Folgen unlauterer Geschäftspraktiken sollten die Mitgliedstaaten sicherstellen, dass Verbrauchern, die durch solche Geschäftspraktiken geschädigt wurden, Rechtsbehelfe zur Verfügung stehen. Ein klarer Rahmen für individuelle Rechtsbehelfe würde die private Rechtsdurchsetzung erleichtern. Die Verbraucher sollten die Möglichkeit haben, in verhältnismäßiger und wirksamer Form Schadenersatz sowie gegebenenfalls eine Preisminderung zu erhalten oder den Vertrag zu beenden. Den Mitgliedstaaten sollte es freistehen, Rechte im Zusammenhang mit weiteren Rechtsbehelfen, etwa Reparatur oder Ersatzlieferung, für Verbraucher, die durch unlautere Geschäftspraktiken geschädigt wurden, beizubehalten oder einzuführen, um sicherzustellen, dass die Folgen solcher Geschäftspraktiken vollständig beseitigt werden. Den Mitgliedstaaten sollte es freistehen, Voraussetzungen für die Anwendung und die Folgen der Rechtsbehelfe für die Verbraucher festzulegen. Bei der Anwendung der Rechtsbehelfe könnten gegebenenfalls die Schwere und Art der unlauteren Geschäftspraktik, der dem Verbraucher entstandene Schaden sowie weitere relevante Umstände, etwa Fehlverhalten oder Vertragsverstoß seitens des Unternehmers, berücksichtigt werden.
- (17) Die Eignungsprüfung des Verbraucher- und Marketingrechts und die parallel dazu durchgeführte Bewertung der Richtlinie 2011/83/EU haben auch eine Reihe von Bereichen aufgezeigt, in denen die bestehenden Verbraucherschutzvorschriften der Union modernisiert werden sollten. Angesichts der fortlaufenden Weiterentwicklung digitaler Werkzeuge ist eine Anpassung des Verbraucherschutzrechts der Union erforderlich.
- (18) Ein besseres Ranking oder eine hervorgehobene Platzierung von kommerziellen Angeboten in den Ergebnissen einer Online-Suchanfrage durch die Anbieter von Online-Suchfunktionen hat erhebliche Auswirkungen auf die Verbraucher.

- (19) Der Begriff „Ranking“ bezieht sich auf die relative Hervorhebung der Angebote von Unternehmern oder die Relevanz, die Suchergebnissen zugemessen wird, je nachdem, wie sie von den Anbietern von Online-Suchfunktionen, einschließlich in Folge der Verwendung von algorithmischer Sequenzierung, Beurteilungs- oder Bewertungsmechanismen oder von visueller Hervorhebung oder anderen Hervorhebungsinstrumenten oder einer Kombination davon, dargestellt, organisiert oder kommuniziert werden.
- (20) Diesbezüglich sollte Anhang I der Richtlinie 2005/29/EG geändert werden, um deutlich zu machen, dass Geschäftspraktiken von Gewerbetreibenden verboten sein sollten, durch die Verbrauchern Informationen in Form von Suchergebnissen aufgrund einer Online-Suchanfrage des Verbrauchers bereitgestellt werden, ohne dass etwaige bezahlte Werbung oder Zahlungen, die speziell dazu dienen, ein höheres Ranking der jeweiligen Produkte im Rahmen der Suchergebnisse zu erreichen, eindeutig offengelegt werden. Wenn ein Gewerbetreibender den Anbieter einer Online-Suchfunktion unmittelbar oder mittelbar dafür bezahlt hat, dass ein Produkt im Rahmen der Suchergebnisse ein höheres Ranking erhält, sollte der Anbieter der Online-Suchfunktion die Verbraucher über diese Tatsache in kurzer, einfach zugänglicher und verständlicher Weise informieren. Eine mittelbare Bezahlung könnte darin bestehen, dass ein Gewerbetreibender zusätzliche Verpflichtungen jeglicher Art gegenüber dem Anbieter der Online-Suchfunktion eingeht, die im konkreten Fall zu einem höheren Ranking führen. Die indirekte Zahlung könnte aus einer erhöhten Provision pro Transaktion sowie aus unterschiedlichen Vergütungsregelungen bestehen, die gezielt zu einem höheren Ranking führen. Zahlungen für allgemeine Dienstleistungen wie Listungsgebühren oder Mitgliedsbeiträge, die eine breite Palette an Funktionen abdecken, die der Anbieter der Online-Suchmaschine für den Gewerbetreibenden erbringt, sollten nicht als spezielle Zahlungen für ein höheres Ranking eines Produkts betrachtet werden, sofern diese Zahlungen nicht dazu bestimmt sind, ein höheres Ranking zu bewirken. Online-Suchfunktionen können von unterschiedlichen Arten von Online-Anbietern bereitgestellt werden, darunter Vermittler wie Online-Marktplätze, Suchmaschinen und Vergleichswebsites.

- (21) Die Transparenzanforderungen in Bezug auf die Hauptparameter des Rankings sind auch in der Verordnung (EU) 2019/1150 des Europäischen Parlaments und des Rates¹ geregelt. Die Transparenzanforderungen nach Maßgabe der genannten Verordnung erfassen ein breites Spektrum von Online-Vermittlern, einschließlich Online-Marktplätzen, gelten jedoch nur im Verhältnis zwischen Unternehmern und Online-Vermittlern. Um eine angemessene Transparenz gegenüber den Verbrauchern zu gewährleisten, sollten deshalb gleichartige Transparenzanforderungen in die Richtlinie 2005/29/EG aufgenommen werden; von diesen Anforderungen auszunehmen sind die Anbieter von Online-Suchmaschinen, die bereits nach der genannten Verordnung verpflichtet sind, die Hauptparameter, die einzeln oder gemeinsam für die Festlegung des Rankings am wichtigsten sind, und die relative Gewichtung dieser Hauptparameter darzustellen, indem sie in ihren Online-Suchmaschinen klar und verständlich formulierte Erläuterungen bereitstellen, die leicht und öffentlich verfügbar sind.
- (22) Unternehmer, die Verbrauchern die Möglichkeit bieten, nach Waren oder Dienstleistungen zu suchen, etwa Reisen, Unterkünften oder Freizeitaktivitäten, die von anderen Unternehmern oder von Verbrauchern angeboten werden, sollten die Verbraucher über die voreingestellten Hauptparameter für Rankings von Angeboten, die dem Verbraucher als Ergebnis einer Suchanfrage präsentiert werden, sowie über ihre relative Gewichtung im Verhältnis zu anderen Parametern informieren. Diese Informationen sollten knapp gehalten und leicht, an gut sichtbarer Stelle und unmittelbar verfügbar sein. Parameter für das Ranking sind alle allgemeinen Kriterien, Prozesse und spezifischen Signale, die in Algorithmen eingebunden sind, oder sonstige Anpassungs- oder Rückstufungsmechanismen, die im Zusammenhang mit dem Ranking eingesetzt werden.

¹ Verordnung (EU) 2019/1150 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Juni 2019 zur Förderung von Fairness und Transparenz für gewerbliche Nutzer von Online-Vermittlungsdiensten (ABl. L 186 vom 11.7.2019, S. 57).

- (23) Die Pflicht zur Information über die Hauptparameter zur Festlegung des Rankings gilt unbeschadet der Richtlinie (EU) 2016/943 des Europäischen Parlaments und des Rates¹. Die Unternehmer sollten nicht verpflichtet sein, die Funktionsweise ihrer Ranking-Systeme, einschließlich der Algorithmen, im Detail offenzulegen. Die Unternehmer sollten eine allgemeine Beschreibung der Hauptparameter für das Ranking bereitstellen, in der die vom Unternehmer voreingestellten Hauptparameter für das Ranking sowie ihre relative Gewichtung im Verhältnis zu anderen Parametern erläutert werden, jedoch muss diese Beschreibung nicht in einer jeweils auf die einzelne Suchanfrage zugeschnittenen Form bereitgestellt werden.
- (24) Wenn Produkte Verbrauchern auf Online-Marktplätzen angeboten werden, sind sowohl der Anbieter des Online-Marktplatzes als auch der Drittanbieter an der Erteilung der nach der Richtlinie 2011/83/EU vorgeschriebenen vorvertraglichen Informationen beteiligt. Folglich ist für Verbraucher, die den Online-Marktplatz nutzen, möglicherweise nicht klar ersichtlich, wer ihre Vertragspartner sind und inwiefern ihre Rechte und Pflichten berührt werden.

¹ Richtlinie (EU) 2016/943 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2016 über den Schutz vertraulichen Know-hows und vertraulicher Geschäftsinformationen (Geschäftsgeheimnisse) vor rechtswidrigem Erwerb sowie rechtswidriger Nutzung und Offenlegung (ABl. L 157 vom 15.6.2016, S. 1).

- (25) Online-Marktplätze sollten für die Zwecke der Richtlinien 2005/29/EG und 2011/83/EU ähnlich wie in der Verordnung (EU) Nr. 524/2013 des Europäischen Parlaments und des Rates¹ und der Richtlinie (EU) 2016/1148 des Europäischen Parlaments und des Rates² definiert werden. Um neue Technologien abzudecken, sollte die Definition von „Online-Marktplatz“ jedoch aktualisiert und technologisch neutraler formuliert werden. Statt auf eine „Website“ sollte deshalb auf eine Software, einschließlich einer Website, eines Teils einer Website oder einer Anwendung, die vom oder im Namen des Unternehmers betrieben wird, im Sinne des Begriffs „Online-Benutzeroberfläche“ gemäß der Verordnung (EU) 2017/2394 und der Verordnung (EU) 2018/302 des Europäischen Parlaments und des Rates³ verwiesen werden.
- (26) Daher sollten in den Richtlinien 2005/29/EG und 2011/83/EU besondere Informationsanforderungen für Online-Marktplätze vorgesehen werden, um Verbraucher, die Online-Marktplätze nutzen, darüber zu informieren, welches die Hauptparameter für das Ranking der Angebote sind und ob sie einen Vertrag mit einem Unternehmer oder einem Nichtunternehmer, beispielsweise einem anderen Verbraucher, abschließen.

¹ Verordnung (EU) Nr. 524/2013 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 21. Mai 2013 über die Online-Beilegung verbraucherrechtlicher Streitigkeiten und zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 und der Richtlinie 2009/22/EG (Verordnung über Online-Streitbeilegung in Verbraucherangelegenheiten) (ABl. L 165 vom 18.6.2013, S. 1).

² Richtlinie (EU) 2016/1148 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 6. Juli 2016 über Maßnahmen zur Gewährleistung eines hohen gemeinsamen Sicherheitsniveaus von Netz- und Informationssystemen in der Union (ABl. L 194 vom 19.7.2016, S. 1).

³ Verordnung (EU) 2018/302 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 28. Februar 2018 über Maßnahmen gegen ungerechtfertigtes Geoblocking und andere Formen der Diskriminierung aufgrund der Staatsangehörigkeit, des Wohnsitzes oder des Ortes der Niederlassung des Kunden innerhalb des Binnenmarkts und zur Änderung der Verordnungen (EG) Nr. 2006/2004 und (EU) 2017/2394 sowie der Richtlinie 2009/22/EG (ABl. L 60I vom 2.3.2018, S. 1).

(27) Anbieter von Online-Marktplätzen sollten, auf der Grundlage der ihnen gegenüber abgegebenen Erklärung des Dritten, die Verbraucher darüber informieren, ob es sich bei dem Dritten, der Waren, Dienstleistungen oder digitale Inhalte anbietet, um einen Unternehmer oder einen Nichtunternehmer handelt. Wenn der Dritte, der die Waren, Dienstleistungen oder digitalen Inhalte anbietet, erklärt, dass er Nichtunternehmer ist, sollten die Anbieter von Online-Marktplätzen einen kurzen Hinweis bereitstellen, wonach die Verbraucherrechte gemäß dem Verbraucherschutzrecht der Union für den abgeschlossenen Vertrag nicht gelten. Darüber hinaus sollten die Verbraucher darüber informiert werden, wie aus dem Vertrag erwachsende Verpflichtungen zwischen Dritten, die die Waren, Dienstleistungen oder digitalen Inhalte anbieten, und Anbietern von Online-Marktplätzen aufgeteilt werden. Die Informationen sollten in klarer und verständlicher Weise und nicht lediglich in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder ähnlichen Vertragsdokumenten erteilt werden. Die Informationspflichten für Anbieter von Online-Marktplätzen sollten verhältnismäßig sein. Diese Anforderungen sollten ein ausgewogenes Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Anbieter von Online-Marktplätzen gewährleisten. Anbieter von Online-Marktplätzen sollten nicht dazu verpflichtet werden, bestimmte Verbraucherrechte aufzulisten, wenn sie die Verbraucher über deren Nichtanwendbarkeit informieren. Die Anforderungen an die Verbraucherinformation der Richtlinie 2011/83/EU, insbesondere in Artikel 6 Absatz 1 bleiben davon unberührt. Welche Informationen über die Verantwortung für die Gewährleistung der Verbraucherrechte zu erteilen sind, hängt von den vertraglichen Vereinbarungen zwischen den Anbietern von Online-Marktplätzen und den betreffenden Drittunternehmern ab. Der Anbieter des Online-Marktplatzes könnte darauf verweisen, dass ausschließlich ein Drittunternehmer für die Gewährleistung der Verbraucherrechte verantwortlich ist, oder seine besonderen Zuständigkeiten erläutern, wenn dieser Anbieter Verantwortung für bestimmte Vertragsaspekte übernimmt, zum Beispiel die Lieferung oder die Ausübung des Widerrufsrechts.

- (28) Im Einklang mit Artikel 15 Absatz 1 der Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates¹ sollten Anbieter von Online-Marktplätzen nicht dazu verpflichtet werden, den Rechtsstatus von Drittanbietern zu überprüfen. Stattdessen sollten Anbieter von Online-Marktplätzen verlangen, dass Drittanbieter auf dem Online-Marktplatz ihren Status als Unternehmer oder Nichtunternehmer für die Zwecke des Verbraucherschutzrechts angeben und diese Information dem Anbieter des Online-Marktplatzes zur Verfügung stellen.
- (29) Angesichts der raschen technischen Entwicklungen im Bereich der Online-Marktplätze und des erforderlichen hohen Niveaus des Verbraucherschutzes sollte es den Mitgliedstaaten möglich sein, konkrete zusätzliche Maßnahmen zu diesem Zweck zu beschließen oder beizubehalten. Diese Bestimmungen sollten verhältnismäßig und nicht diskriminierend sein und die Richtlinie 2000 /31/EG unberührt lassen.

¹ Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt („Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr“) (ABl. L 178 vom 17.7.2000, S. 1).

(30) Die Bestimmung der Begriffe „digitale Inhalte“ und „digitale Dienstleistungen“ der Richtlinie 2011/83/EU sollten an die Begriffsbestimmungen der Richtlinie (EU) 2019/770 des Europäischen Parlaments und des Rates¹ angepasst werden. Digitale Inhalte, die unter die Richtlinie (EU) 2019/770 fallen, umfassen eine einmalige Bereitstellung, eine Reihe einzelner Bereitstellungen sowie eine fortlaufende Bereitstellung über einen bestimmten Zeitraum. Fortlaufende Bereitstellung sollte nicht unbedingt bedeuten, dass es sich dabei um eine langfristige Bereitstellung handelt. Beispielsweise sollte das Streaming eines Videoclips unabhängig von der tatsächlichen Abspieldauer der audiovisuellen Datei als eine fortlaufende Bereitstellung über einen bestimmten Zeitraum betrachtet werden. Es kann daher schwierig sein, zwischen unterschiedlichen Arten digitaler Inhalte und digitaler Dienstleistungen zu unterscheiden, da beide eine fortlaufende Bereitstellung durch den Unternehmer während der Vertragslaufzeit umfassen können. Digitale Dienstleistungen sind beispielsweise Dienste zur gemeinsamen Nutzung von Video- oder Audioinhalten und andere Formen des Filehostings, Textverarbeitung oder Spiele, die in der Cloud angeboten werden, Cloud-Speicher, Webmail, soziale Medien und Cloud-Anwendungen. Die fortlaufende Beteiligung des Diensteanbieters rechtfertigt die Anwendung der in der Richtlinie 2011/83/EU enthaltenen Bestimmungen über das Widerrufsrecht, die dem Verbraucher ermöglichen, die Dienstleistung zu prüfen und innerhalb von 14 Tagen nach Vertragsabschluss zu entscheiden, ob er sie weiter in Anspruch nehmen will oder nicht. Viele Verträge über die Bereitstellung digitaler Inhalte, die nicht auf einem körperlichen Datenträger bereitgestellt werden, sind durch eine einmalige Bereitstellung gekennzeichnet, mit der dem Verbraucher bestimmte digitale Inhalte wie bestimmte Musik- oder Videodateien bereitgestellt werden.

¹ Richtlinie (EU) 2019/770 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Mai 2019 über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte der Bereitstellung digitaler Inhalte und digitaler Dienstleistungen (ABl. L 136 vom 22.5.2019, S.1).

Verträge über die Bereitstellung digitaler Inhalte, die nicht auf einem körperlichen Datenträger bereitgestellt werden, unterliegen weiterhin der Ausnahme vom Widerrufsrecht nach Artikel 16 Absatz 1 Buchstabe m der Richtlinie 2011/83/EU, wonach der Verbraucher das Widerrufsrecht verliert, wenn die Vertragserfüllung, zum Beispiel das Herunterladen oder Streamen der Inhalte, begonnen hat, vorausgesetzt der Verbraucher hat dem Beginn der Vertragserfüllung während der Widerrufsfrist vorab ausdrücklich zugestimmt und bestätigt, dass er zur Kenntnis genommen hat, dass er hierdurch sein Widerrufsrecht verliert. Bestehen Zweifel daran, ob es sich um einen Dienstleistungsvertrag oder einen Vertrag über die Bereitstellung digitaler Inhalte handelt, die nicht auf einem körperlichen Datenträger bereitgestellt werden, sollten die Bestimmungen über das Widerrufsrecht für Dienstleistungen gelten.

- (31) Die Bereitstellung digitaler Inhalte und die Erbringung digitaler Dienstleistungen erfolgen häufig online im Rahmen von Verträgen, nach denen der Verbraucher keinen Preis zahlt, sondern dem Unternehmer personenbezogene Daten zur Verfügung stellt. Die Richtlinie 2011/83/EU gilt bereits für Verträge über die Bereitstellung digitaler Inhalte, die nicht auf einem körperlichen Datenträger bereitgestellt werden (also die Bereitstellung digitaler Online-Inhalte), unabhängig davon, ob der Verbraucher eine Geldzahlung leistet oder personenbezogene Daten zur Verfügung stellt. Jedoch gilt die genannte Richtlinie nur für Dienstleistungsverträge, einschließlich Verträgen über digitale Dienstleistungen, nach denen der Verbraucher einen Preis zahlt oder dessen Zahlung zusagt. Folglich gilt diese Richtlinie nicht für Verträge über digitale Dienstleistungen, nach denen der Verbraucher dem Unternehmer personenbezogene Daten ohne Zahlung eines Preises zur Verfügung stellt. Aufgrund ihrer Gemeinsamkeiten und der Austauschbarkeit von kostenpflichtigen digitalen Dienstleistungen und digitalen Dienstleistungen, die im Austausch für personenbezogene Daten bereitgestellt werden, sollten sie nach der genannten Richtlinie denselben Bestimmungen unterliegen.

- (32) Es sollte für Kohärenz zwischen dem Anwendungsbereich der Richtlinie 2011/83/EU und der Richtlinie (EU) 2019/770 gesorgt werden, die auf Verträge über die Bereitstellung digitaler Inhalte oder die Erbringung digitaler Dienstleistungen Anwendung findet, nach denen der Verbraucher dem Unternehmer personenbezogene Daten zur Verfügung stellt oder deren Bereitstellung zusagt.
- (33) Daher sollte der Anwendungsbereich der Richtlinie 2011/83/EU auf Verträge ausgeweitet werden, nach denen der Unternehmer eine digitale Dienstleistung für den Verbraucher erbringt oder deren Erbringung zusagt und der Verbraucher personenbezogene Daten bereitstellt oder deren Bereitstellung zusagt. Ähnlich wie bei Verträgen über die Bereitstellung digitaler Inhalte, die nicht auf einem körperlichen Datenträger bereitgestellt werden, sollte die genannte Richtlinie stets Anwendung finden, wenn der Verbraucher dem Unternehmer personenbezogene Daten bereitstellt oder deren Bereitstellung zusagt, es sei denn, die personenbezogenen Daten des Verbrauchers werden vom Unternehmer ausschließlich verarbeitet, um die digitalen Inhalte bereitzustellen oder die digitale Dienstleistung zu erbringen, und der Unternehmer verarbeitet diese Daten nicht zu anderen Zwecken. Die Verarbeitung personenbezogener Daten sollte unter Einhaltung der Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates¹ erfolgen.

¹ Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. April 2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG (Datenschutz-Grundverordnung) (OJ L 119, 4.5.2016, p. 1).

- (34) Erfolgt die Bereitstellung digitaler Inhalte beziehungsweise die Erbringung einer digitalen Dienstleistung nicht gegen Zahlung eines Preises, sollte die Richtlinie 2011/83/EU – zwecks Sicherstellung der vollständigen Übereinstimmung mit der Richtlinie (EU) 2019/770 – nicht in Fällen gelten, in denen der Unternehmer personenbezogene Daten ausschließlich erhebt, um rechtliche Anforderungen zu erfüllen, denen er unterliegt. Dazu können beispielsweise Fälle gehören, in denen die Registrierung des Verbrauchers zu Sicherheits- und Identifizierungszwecken gesetzlich vorgeschrieben ist.
- (35) Die Richtlinie 2011/83/EU sollte auch nicht in Fällen gelten, in denen der Unternehmer nur Metadaten wie Informationen zum Gerät des Verbrauchers oder zum Browserverlauf erhebt, es sei denn, der betreffende Sachverhalt gilt als Vertrag nach nationalem Recht. Ebenso wenig sollte sie in Fällen gelten, in denen der Verbraucher ausschließlich zwecks Erlangung des Zugangs zu digitalen Inhalten oder einer digitalen Dienstleistung Werbung ausgesetzt ist, ohne mit dem Unternehmer einen Vertrag abgeschlossen zu haben. Allerdings sollte es den Mitgliedstaaten freistehen, die Anwendung dieser Richtlinie auf derartige Fälle auszudehnen oder derartige Fälle, die vom Anwendungsbereich dieser Richtlinie ausgenommen sind, auf andere Weise zu regeln.

- (36) Der Begriff der Funktionalität sollte so verstanden werden, dass er sich darauf bezieht, wie digitale Inhalte oder digitale Dienstleistungen verwendet werden können. Beispielsweise könnte das Vorhandensein bzw. Nichtvorhandensein von technischen Beschränkungen wie des Schutzes mittels digitaler Rechteverwaltung oder Regionalkodierung Auswirkungen darauf haben, ob die digitalen Inhalte oder digitalen Dienstleistungen alle für ihren Zweck erforderlichen Funktionen erfüllen können. Der Begriff der Interoperabilität bezieht sich auf die Frage, ob und in welchem Umfang digitale Inhalte oder digitale Dienstleistungen mit einer anderen Hardware oder Software als derjenigen, mit denen digitale Inhalte oder digitale Dienstleistungen derselben Art in der Regel genutzt werden, funktionieren. Das erfolgreiche Funktionieren könnte beispielsweise die Fähigkeit der digitalen Inhalte oder digitalen Dienstleistungen umfassen, Informationen mit einer solchen anderen Software oder Hardware auszutauschen und die ausgetauschten Informationen zu nutzen. Der Begriff Kompatibilität ist in der Richtlinie (EU) 2019/770 definiert.
- (37) Nach Artikel 7 Absatz 3 und Artikel 8 Absatz 8 der Richtlinie 2011/83/EU müssen Unternehmer bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen beziehungsweise Fernabsatzverträgen die vorherige ausdrückliche Zustimmung des Verbrauchers zum Beginn der Vertragserfüllung vor Ablauf der Widerspruchsfrist einholen. Artikel 14 Absatz 4 Buchstabe a der genannten Richtlinie sieht eine vertragliche Sanktion dafür vor, dass diese Anforderung nicht vom Unternehmer erfüllt wird; in diesem Fall muss der Verbraucher für die erbrachten Dienstleistungen nicht zahlen. Die Verpflichtung zur Einholung der vorherigen ausdrücklichen Zustimmung des Verbrauchers ist somit nur bei Dienstleistungen, einschließlich digitaler Dienstleistungen, relevant, die gegen Zahlung eines Preises erbracht werden. Daher müssen Artikel 7 Absatz 3 und Artikel 8 Absatz 8 der genannten Richtlinie dahin gehend geändert werden, dass die Verpflichtung eines Unternehmers, die vorherige ausdrückliche Zustimmung des Verbrauchers einzuholen, ausschließlich für Dienstleistungsverträge gilt, die den Verbraucher zur Zahlung verpflichten.

- (38) Artikel 16 Absatz 1 Buchstabe m der Richtlinie 2011/83/EU sieht eine Ausnahme vom Widerrufsrecht bei digitalen Inhalten vor, die nicht auf einem körperlichen Datenträger bereitgestellt werden, wenn der Verbraucher vor Ablauf der Widerrufsfrist dem Beginn der Vertragserfüllung ausdrücklich zugestimmt und bestätigt hat, dass er zur Kenntnis genommen hat, dass er hierdurch sein Widerrufsrecht verliert. Artikel 14 Absatz 4 Buchstabe b der genannten Richtlinie sieht eine vertragliche Sanktion dafür vor, dass diese Anforderung nicht vom Unternehmer erfüllt wird; in diesem Fall muss der Verbraucher für die konsumierten digitalen Inhalte nicht zahlen. Die Verpflichtung zur Einholung der vorherigen ausdrücklichen Zustimmung und Bestätigung der Kenntnisnahme des Verbrauchers ist somit nur bei digitalen Inhalten relevant, die gegen Zahlung des Preises bereitgestellt werden. Daher muss Artikel 16 Absatz 1 Buchstabe m dahin gehend geändert werden, dass die Verpflichtung eines Unternehmers, die vorherige ausdrückliche Zustimmung und Bestätigung der Kenntnisnahme des Verbrauchers einzuholen, ausschließlich für Verträge gilt, die den Verbraucher zur Zahlung verpflichten.
- (39) Artikel 7 Absatz 4 der Richtlinie 2005/29/EG enthält die Informationsanforderungen für die „Aufforderung zum Kauf“ eines Produkts zu einem bestimmten Preis. Diese Informationsanforderungen gelten bereits in der Werbephase, während die Richtlinie 2011/83/EU dieselben und weitere, detailliertere Informationsanforderungen für die spätere vorvertragliche Phase (also die dem Vertragsabschluss durch den Verbraucher unmittelbar vorausgehende Phase) vorschreibt. Folglich kann von Gewerbetreibenden verlangt werden, dass sie dieselben Informationen in der Werbephase (zum Beispiel Online-Werbung auf einer Medienwebsite) und in der vorvertraglichen Phase (zum Beispiel auf den Seiten ihrer Online-Webshops) erteilen.

- (40) Zu den Informationsanforderungen nach Artikel 7 Absatz 4 der Richtlinie 2005/29/EG gehört auch die Information des Verbrauchers über das Verfahren des Gewerbetreibenden zum Umgang mit Beschwerden. Den Ergebnissen der Eignungsprüfung des Verbraucher- und Marketingrechts zufolge sind diese Informationen in der vorvertraglichen Phase, die in der Richtlinie 2011/83/EU geregelt ist, am relevantesten. Die Pflicht zur Erteilung dieser Informationen bei der Aufforderung zum Kauf in der Werbephase gemäß der Richtlinie 2005/29/EG sollte daher gestrichen werden.
- (41) Nach Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe h der Richtlinie 2011/83/EU müssen Unternehmer Verbrauchern vorvertragliche Informationen über das Widerrufsrecht, einschließlich des Muster-Widerrufsformulars gemäß Anhang I Teil B dieser Richtlinie, bereitstellen. Artikel 8 Absatz 4 der genannten Richtlinie sieht einfachere vorvertragliche Informationsanforderungen vor, wenn der Vertrag mittels eines Fernkommunikationsmittels – zum Beispiel telefonisch, über sprachgesteuerte Einkaufsassistenten oder per SMS – geschlossen wurde, bei dem für die Darstellung der Informationen nur begrenzter Raum beziehungsweise begrenzte Zeit zur Verfügung steht. Zu den verbindlichen vorvertraglichen Informationen, die auf dem Wege des jeweiligen Fernkommunikationsmittels zu erteilen sind, gehören Informationen über das in Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe h genannte Widerrufsrecht. Dementsprechend gehört dazu auch die Bereitstellung des Muster-Widerrufsformulars gemäß Anhang I Teil B. Allerdings kann das Widerrufsformular nicht bereitgestellt werden, wenn der Vertrag beispielsweise telefonisch oder über einen sprachgesteuerten Einkaufsassistenten geschlossen wird, und im Falle eines Vertragsabschlusses über andere Fernkommunikationsmittel, die unter Artikel 8 Absatz 4 fallen, ist es unter Umständen technisch nicht möglich, das Formular auf nutzerfreundliche Weise bereitzustellen. Daher sollte das Muster-Widerrufsformular von den Informationen ausgenommen werden, die Unternehmer in jedem Fall gemäß Artikel 8 Absatz 4 auf dem Wege des jeweiligen für den Vertragsabschluss verwendeten Fernkommunikationsmittels erteilen müssen.

(42) Artikel 16 Absatz 1 Buchstabe a der Richtlinie 2011/83/EU sieht eine Ausnahme vom Widerrufsrecht bei vollständig erfüllten Dienstleistungsverträgen vor, wenn der Unternehmer die Erbringung der Dienstleistung mit der vorherigen ausdrücklichen Zustimmung und Bestätigung der Kenntnisnahme des Verbrauchers, dass er sein Widerrufsrecht bei vollständiger Vertragserfüllung durch den Unternehmer verliert, begonnen hatte. Dagegen müssen Unternehmer nach Artikel 7 Absatz 3 und Artikel 8 Absatz 8 der genannten Richtlinie, die die Pflichten des Unternehmers in Fällen betreffen, in denen die Vertragserfüllung vor Ablauf der Widerrufsfrist begonnen hat, lediglich die vorherige ausdrückliche Zustimmung des Verbrauchers einholen, nicht aber seine Bestätigung, dass er zur Kenntnis genommen hat, dass er das Widerrufsrecht bei vollständiger Vertragserfüllung verliert. Zur Gewährleistung der Kohärenz zwischen diesen Bestimmungen besteht die Notwendigkeit in Artikel 7 Absatz 3 und Artikel 8 Absatz 8 eine Verpflichtung aufzunehmen, wonach der Unternehmer vom Verbraucher die Bestätigung einzuholen hat, dass dieser zur Kenntnis genommen hat, dass er das Widerrufsrecht bei vollständiger Vertragserfüllung verliert, sofern der Vertrag den Verbraucher zur Zahlung verpflichtet. Außerdem sollte Artikel 16 Absatz 1 Buchstabe a geändert werden, um den Änderungen von Artikel 7 Absatz 3 und Artikel 8 Absatz 8 Rechnung zu tragen, wonach die Verpflichtung eines Unternehmers, die vorherige ausdrückliche Zustimmung und Bestätigung der Kenntnisnahme des Verbrauchers einzuholen, ausschließlich für Dienstleistungsverträge gilt, die den Verbraucher zur Zahlung verpflichten. Allerdings sollte den Mitgliedstaaten die Möglichkeit eingeräumt werden, die Anforderung, wonach vom Verbraucher die Bestätigung einzuholen ist, dass dieser zur Kenntnis genommen hat, dass er das Widerrufsrecht bei vollständiger Vertragserfüllung verliert, nicht auf Dienstleistungsverträge anzuwenden, wenn es sich um einen Vertrag handelt, bei dem der Verbraucher den Unternehmer ausdrücklich zu einem Besuch aufgefordert hat, um eine Reparatur vornehmen zu lassen. In Artikel 16 Absatz 1 Buchstabe c der genannten Richtlinie ist vorgesehen, dass das Widerrufsrecht nicht für Verträge über die Lieferung von Waren gilt, die nach Kundenspezifikation angefertigt werden oder eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse zugeschnitten sind. Unter diese Ausnahmeregelung fallen beispielsweise die Anfertigung von Maßmöbeln und deren Einbau in der Wohnung des Verbrauchers, sofern sie im Rahmen eines einzigen Kaufvertrags erfolgen.

- (43) Die Ausnahme vom Widerrufsrecht nach Artikel 16 Absatz 1 Buchstabe b der Richtlinie 2011/83/EU sollte auch für Verträge über Einzellieferungen nicht leitungsgebundener Energie als anwendbar gelten, da deren Preis von Schwankungen auf den Rohstoff- bzw. Energiemärkten abhängt, auf die der Unternehmer keinen Einfluss hat und die innerhalb der Widerrufsfrist auftreten können.
- (44) In Artikel 14 Absatz 4 der Richtlinie 2011/83/EU sind die Bedingungen festgelegt, unter denen der Verbraucher bei der Ausübung des Widerrufsrechts nicht für die Erbringung von Dienstleistungen, die Bereitstellung öffentlicher Versorgungsleistungen und die Bereitstellung digitaler Inhalte, die nicht auf einem körperlichen Datenträger bereitgestellt werden, aufzukommen hat. Ist eine dieser Bedingungen erfüllt, muss der Verbraucher nicht den Preis der Dienstleistung, der öffentlichen Versorgungsleistung oder der digitalen Inhalte zahlen, die er vor Ausübung des Widerrufsrechts erhalten hat. In Bezug auf digitale Inhalte ist eine dieser nicht kumulativen Bedingungen, nämlich jene nach Artikel 14 Absatz 4 Buchstabe b Ziffer iii, das Versäumnis, eine Vertragsbestätigung einschließlich der Bestätigung der vorherigen ausdrücklichen Zustimmung des Verbrauchers zum Beginn der Vertragserfüllung vor Ablauf der Widerrufsfrist und seiner Kenntnisnahme, dass er hierdurch sein Widerrufsrecht verliert, zur Verfügung zu stellen. Diese Bedingung gehört jedoch nicht zu den Bedingungen für den Verlust des Widerrufsrechts nach Artikel 16 Absatz 1 Buchstabe m der genannten Richtlinie, was zu Unsicherheit darüber führt, ob sich Verbraucher auf Artikel 14 Absatz 4 Buchstabe b Ziffer iii berufen können, wenn die anderen beiden Bedingungen nach Artikel 14 Absatz 4 Buchstabe b erfüllt sind und sie deshalb gemäß Artikel 16 Absatz 1 Buchstabe m das Widerrufsrecht verlieren. Die in Artikel 14 Absatz 4 Buchstabe b Ziffer iii genannte Bedingung sollte deshalb in Artikel 16 Absatz 1 Buchstabe m hinzugefügt werden, so dass der Verbraucher die Möglichkeit hat, sein Widerrufsrecht wahrzunehmen, wenn diese Bedingung nicht erfüllt ist, und dementsprechend die in Artikel 14 Absatz 4 vorgesehenen Rechte geltend machen kann.

- (45) Die Unternehmer können den Preis ihrer Angebote für bestimmte Verbraucher oder bestimmte Verbrauchergruppen auf der Grundlage automatisierter Entscheidungsfindung oder Erstellung von Profilen des Verbraucherverhaltens (im Folgenden „Profiling“), die den Unternehmern eine Bewertung der Kaufkraft des Verbrauchers ermöglichen, personalisieren. Die Verbraucher sollten deshalb eindeutig darauf hingewiesen werden, wenn der ihnen angebotene Preis auf der Grundlage einer automatisierten Entscheidungsfindung personalisiert worden ist, damit sie die möglichen Risiken bei ihrer Kaufentscheidung berücksichtigen können. Deshalb ist eine entsprechende Informationspflicht in die Richtlinie 2011/83/EU aufzunehmen, wonach der Verbraucher zu unterrichten ist, wenn der Preis auf der Grundlage einer automatisierten Entscheidungsfindung personalisiert worden ist. Diese Informationspflicht sollte nicht für Techniken wie die dynamische Preissetzung oder die Preissetzung in Echtzeit gelten, bei denen sich der Preis in sehr flexibler und schneller Weise in Abhängigkeit von der Marktnachfrage ändert, ohne dass diese Techniken eine Personalisierung auf der Grundlage automatisierter Entscheidungsfindung umfassen. Diese Informationspflicht gilt unbeschadet der Verordnung (EU) 2016/679, nach der Personen unter anderem das Recht haben, nicht einer auf einer automatisierten Verarbeitung – einschließlich Profiling – beruhenden Entscheidung unterworfen zu werden.
- (46) Angesichts der technologischen Entwicklungen muss der Verweis auf die Faxnummer aus den in Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe c der Richtlinie 2011/83/EU aufgeführten Kommunikationsmitteln gestrichen werden, da Faxgeräte inzwischen nur noch selten verwendet werden und weitgehend überholt sind.

- (47) Verbraucher stützen sich bei ihren Kaufentscheidungen zunehmend auf Bewertungen und Empfehlungen von Verbrauchern. Wenn Gewerbetreibende Verbraucherbewertungen von Produkten zugänglich machen, sollten sie deshalb Verbraucher darüber informieren, ob Prozesse oder Verfahren angewandt werden, um sicherzustellen, dass die veröffentlichten Bewertungen tatsächlich von Verbrauchern verfasst wurden, die die Produkte tatsächlich verwendet oder erworben haben. Wenn solche Prozesse oder Verfahren angewandt werden, sollten Gewerbetreibende Informationen darüber bereitstellen, wie die entsprechenden Prüfungen ablaufen, und den Verbrauchern eindeutige Informationen darüber zur Verfügung stellen, wie mit Bewertungen umgegangen wird, etwa ob alle Bewertungen – positive wie negative – veröffentlicht werden oder ob diese Bewertungen im Wege eines Vertragsverhältnisses mit einem Gewerbetreibenden gesponsert oder beeinflusst wurden. Zudem sollte es deshalb als unlautere Geschäftspraktik zur Irreführung der Verbraucher angesehen werden, wenn behauptet wird, dass Bewertungen eines Produkts von Verbrauchern stammen, die das Produkt tatsächlich verwendet oder erworben haben, ohne dass zumutbare und angemessene Schritte unternommen wurden, um sicherzustellen, dass die Bewertungen wirklich von solchen Verbrauchern stammen. Solche Schritte wären etwa technische Mittel zur Überprüfung der Glaubwürdigkeit einer Person, die eine Bewertung veröffentlicht, beispielsweise indem die Informationen zur Überprüfung, ob ein Verbraucher das Produkt tatsächlich verwendet oder erworben hat, angefordert wird.
- (48) Die Bestimmungen dieser Richtlinie über Bewertungen und Empfehlungen von Verbrauchern berühren nicht die übliche und rechtmäßige Werbepaxis, übertriebene oder nicht wörtlich zu nehmende Behauptungen aufzustellen.

- (49) Gewerbetreibenden sollte auch untersagt sein, gefälschte Bewertungen und Empfehlungen von Verbrauchern, etwa „likes“ in sozialen Medien, abzugeben oder in ihrem Auftrag durch andere abgeben zu lassen, um Werbung für ihre Produkte zu machen, sowie Bewertungen und Empfehlungen von Verbrauchern zu manipulieren, indem etwa nur positive Bewertungen veröffentlicht, negative hingegen gelöscht werden. Eine derartige Praktik könnte auch durch Extrapolation von Empfehlungen erfolgen, wenn die positive Interaktion eines Nutzers mit einem bestimmten Online-Inhalt mit einem anderen, jedoch im Zusammenhang damit stehenden Inhalt verknüpft oder auf diesen übertragen wird, was den Anschein erweckt, der Nutzer befürworte auch den im Zusammenhang damit stehenden Inhalt.
- (50) Gewerbetreibende sollte untersagt sein, Eintrittskarten für Kultur- und Sportveranstaltungen an Verbraucher wiederzuverkaufen, die sie unter Verwendung von Software wie Bots erworben haben und durch die sie über die vom Erstverkäufer auferlegten technischen Beschränkungen hinaus Eintrittskarten kaufen oder andere technische Mittel umgehen, die der Erstverkäufer eingerichtet hat, um den Zugang zu Eintrittskarten für alle Personen zu gewährleisten. Dieses Verbot lässt jede andere Maßnahme unberührt, die die Mitgliedstaaten ergreifen können, um die berechtigten Interessen der Verbraucher zu schützen und die Kulturpolitik sowie einen breiten Zugang aller zu Kultur- und Sportveranstaltungen sicherzustellen, etwa die Regulierung der Wiederverkaufspreise für Eintrittskarten.

- (51) Artikel 16 der Charta garantiert die unternehmerische Freiheit nach dem Unionsrecht und den einzelstaatlichen Rechtsvorschriften und Gepflogenheiten. Die mitgliedstaatenübergreifende Vermarktung von Waren als identisch, obgleich diese sich in Wirklichkeit in ihrer Zusammensetzung oder ihren Eigenschaften wesentlich voneinander unterscheiden, kann für Verbraucher jedoch irreführend sein und sie zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlassen, die sie ansonsten nicht getroffen hätten.
- (52) Eine solche Praktik kann daher auf der Grundlage einer Einzelfallbeurteilung der relevanten Elemente als Verstoß gegen die Richtlinie 2005/29/EG angesehen werden. Um die Anwendung des geltenden Unionsrechts durch die Verbraucherschutz- und Lebensmittelbehörden der Mitgliedstaaten zu erleichtern, enthält die Bekanntmachung der Kommission vom 26. September 2017 „zur Anwendung des EU-Lebensmittel- und Verbraucherschutzrechts auf Fragen der Produkte von zweierlei Qualität – Der besondere Fall der Lebensmittel“ eine Orientierungshilfe für die Anwendung der derzeitigen Unionsvorschriften auf Fälle von Lebensmitteln von zweierlei Qualität. In diesem Zusammenhang hat die Gemeinsame Forschungsstelle der Kommission am 25. April 2018 einen „Rahmen für die Auswahl und Untersuchung von Lebensmitteln zur Beurteilung von Qualitätsmerkmalen: ein unionsweit harmonisiertes Prüfverfahren“ („Framework for selecting and testing of food products to assess quality related characteristics: EU harmonised testing methodology“) vorgelegt.

- (53) Die Erfahrungen bei der Durchsetzung haben jedoch gezeigt, dass es für Verbraucher, Gewerbetreibende und zuständige nationale Behörden mangels einer ausdrücklichen Bestimmung möglicherweise nicht klar ist, welche Geschäftspraktiken gegen die Richtlinie 2005/29/EG verstoßen könnten. Um sowohl für Gewerbetreibende als auch für Durchsetzungsbehörden Rechtssicherheit zu gewährleisten, sollte die genannte Richtlinie daher geändert werden und ausdrücklich den Fall regeln, dass eine Ware als identisch mit einer in anderen Mitgliedstaaten vermarkteten Ware vermarktet wird, obgleich sich diese Waren in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen wesentlich voneinander unterscheiden. Die zuständigen Behörden sollten derartige Praktiken gemäß der Richtlinie 2005/29/EG, in der durch die vorliegende Richtlinie geänderten Fassung, im Einzelfall beurteilen und dagegen vorgehen. Bei ihrer Beurteilung sollten die zuständigen Behörden berücksichtigen, ob solche Unterschiede von den Verbrauchern leicht zu erkennen sind, dass Gewerbetreibende berechtigt sind, aufgrund legitimer und objektiver Faktoren wie nationalem Recht, Verfügbarkeit oder Saisonabhängigkeit von Rohstoffen oder freiwilliger Strategien zur Verbesserung des Zugangs zu gesunden und nährstoffreichen Lebensmitteln Waren derselben Marke an unterschiedliche geografische Märkte anzupassen, und dass Gewerbetreibende berechtigt sind, Waren derselben Marke in Packungen mit unterschiedlichem Gewicht oder unterschiedlicher Füllmenge auf verschiedenen geografischen Märkten anzubieten. Die zuständigen Behörden sollten prüfen, ob solche Unterschiede von den Verbrauchern leicht zu erkennen sind, indem sie die Verfügbarkeit und Angemessenheit von Informationen berücksichtigen. Es ist wichtig, dass Verbraucher über die Unterschiede zwischen den Waren aufgrund legitimer und objektiver Faktoren unterrichtet werden. Die Gewerbetreibenden sollten die Möglichkeit haben, diese Informationen in verschiedenen Formen zur Verfügung zu stellen, die es den Verbrauchern ermöglichen, auf die nötigen Informationen zuzugreifen. Die Gewerbetreibenden sollten Alternativen zur Bereitstellung von Information auf dem Etikett der Ware in der Regel bevorzugen. Die einschlägigen branchenbezogenen Vorschriften sowie die Vorschriften für den freien Warenverkehr sollten eingehalten werden.

- (54) Wenngleich Verkäufe außerhalb von Geschäftsräumen einen legitimen und bewährten Verkaufskanal darstellen, können einige besonders aggressive oder irreführende Vermarktungs- oder Verkaufspraktiken im Zusammenhang mit Besuchen in der Wohnung eines Verbrauchers oder während Ausflügen im Sinne von Artikel 2 Absatz 8 der Richtlinie 2011/83/EU den Verbraucher – wie bei Verkäufen in den Geschäftsräumen eines Unternehmers und im Fernabsatz – unter Druck setzen, Waren zu kaufen oder Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen, die er ansonsten nicht kaufen oder in Anspruch nehmen würde, beziehungsweise Käufe zu überhöhten Preisen zu tätigen, für die oftmals eine sofortige Zahlung zu leisten ist. Solche Praktiken zielen häufig auf ältere Menschen oder sonstige schutzbedürftige Verbraucher ab. Einige Mitgliedstaaten halten diese Praktiken für nicht wünschenswert und erachten es für erforderlich, bestimmte Formen und Aspekte von Verkäufen außerhalb von Geschäftsräumen im Sinne der Richtlinie 2011/83/EU, zum Beispiel die aggressive und irreführende Vermarktung oder den Verkauf eines Produkts im Rahmen eines unerbetenen Besuchs in der Wohnung eines Verbrauchers oder im Rahmen von Ausflügen zu beschränken. Werden solche Beschränkungen aus anderen Gründen als aus denen des Verbraucherschutzes, etwa des öffentlichen Interesses oder des in Artikel 7 der Charta verankerten Schutzes der Achtung des Privatlebens der Verbraucher eingeführt, fallen sie nicht in den Anwendungsbereich der Richtlinie 2005/29/EG.

(55) Im Einklang mit dem Subsidiaritätsprinzip und zur Erleichterung der Durchsetzung sollte klargestellt werden, dass die Richtlinie 2005/29/EG die Freiheit der Mitgliedstaaten unberührt lässt, Bestimmungen zu erlassen, die dem zusätzlichen Schutz der berechtigten Interessen der Verbraucher vor unlauteren Geschäftspraktiken im Zusammenhang mit unerbetenen Besuchen eines Gewerbetreibenden in der Wohnung eines Verbrauchers zwecks Angebot oder Verkauf von Waren oder Ausflügen, die von einem Gewerbetreibenden in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert werden, dass für den Verkauf von Waren bei Verbrauchern geworben wird oder Waren an Verbraucher verkauft werden, dienen, sofern diese Bestimmungen aus Gründen des Verbraucherschutzes gerechtfertigt sind. Diese Bestimmungen sollten verhältnismäßig und nichtdiskriminierend sein und diese Verkaufskanäle als solche nicht verbieten. In den von den Mitgliedstaaten erlassenen Bestimmungen könnte beispielsweise eine Tageszeit festgelegt werden, zu der Besuche in der Wohnung eines Verbrauchers ohne dessen ausdrücklichen Wunsch nicht zulässig sind, derartige Besuche könnten untersagt werden, wenn der Verbraucher erkennbar zu verstehen gegeben hat, dass er sie nicht wünscht, oder es könnte das Zahlungsverfahren vorgeschrieben werden. Darüber hinaus könnten in solchen Bestimmungen in den durch die Richtlinie 2011/83/EU harmonisierten Bereichen strengere Schutzvorschriften festgelegt werden. Die Richtlinie 2011/83/EU sollte deshalb geändert werden, um den Mitgliedstaaten die Möglichkeit zu geben, eigene Maßnahmen zu erlassen, um eine längere Frist für die Wahrnehmung des Widerrufsrechts vorzusehen und von bestimmten Ausnahmen vom Widerrufsrecht abzuweichen. Die Mitgliedstaaten sollten verpflichtet sein, der Kommission alle diesbezüglich erlassenen nationalen Vorschriften mitzuteilen, damit die Kommission diese Informationen allen interessierten Kreisen zur Verfügung stellen sowie die Verhältnismäßigkeit und Rechtmäßigkeit der betreffenden Maßnahmen kontrollieren kann.

- (56) In Bezug auf aggressive und irreführende Praktiken im Zusammenhang mit Veranstaltungen außerhalb der Geschäftsräume eines Gewerbetreibenden bleiben die Niederlassungs- oder Genehmigungsregelungen, die die Mitgliedstaaten für Gewerbetreibenden festlegen können, von der Richtlinie 2005/29/EG unberührt. Auch lässt die genannte Richtlinie das nationale Vertragsrecht und insbesondere die Bestimmungen über die Wirksamkeit, das Zustandekommen oder die Folgen eines Vertrags unberührt. Aggressive und irreführende Praktiken im Rahmen von Veranstaltungen außerhalb der Geschäftsräume eines Gewerbetreibenden können auf Grundlage einer Einzelfallprüfung gemäß den Artikeln 5 bis 9 der genannten Richtlinie verboten werden. Zudem enthält Anhang I der genannten Richtlinie ein allgemeines Verbot von Praktiken, bei denen der Gewerbetreibende den Eindruck erweckt, er handele nicht für die Zwecke seines Berufs, sowie von Praktiken, bei denen der Eindruck erweckt wird, der Verbraucher könne die Räumlichkeiten ohne Vertragsabschluss nicht verlassen. Die Kommission sollte prüfen, ob die geltenden Vorschriften ein angemessenes Maß an Verbraucherschutz und angemessene Instrumente zur wirksamen Beseitigung solcher Praktiken durch die Mitgliedstaaten bieten.
- (57) Diese Richtlinie sollte Aspekte des innerstaatlichen Vertragsrechts unberührt lassen, die durch diese Richtlinie nicht geregelt werden. Deshalb sollte diese Richtlinie nationales Vertragsrecht unberührt lassen, das beispielsweise den Abschluss oder die Gültigkeit von Verträgen in Fällen wie Dissens oder einer nicht genehmigten Geschäftstätigkeit betreffen.
- (58) Um zu gewährleisten, dass die Bürger Zugang zu aktuellen Informationen über ihre Verbraucherrechte und über alternative Streitbeilegungsverfahren haben, sollte die von der Kommission einzurichtende Online-Anlaufstelle möglichst nutzerfreundlich, für Mobilgeräte geeignet und leicht zugänglich sein und von allen genutzt werden können, auch von Menschen mit Behinderungen („barrierefreies Design“).

- (59) Gemäß der Gemeinsamen Politischen Erklärung der Mitgliedstaaten und der Kommission vom 28. September 2011 zu erläuternden Dokumenten¹ haben sich die Mitgliedstaaten verpflichtet, in begründeten Fällen zusätzlich zur Mitteilung ihrer Umsetzungsmaßnahmen ein oder mehrere Dokumente zu übermitteln, in denen der Zusammenhang zwischen den Bestandteilen einer Richtlinie und den entsprechenden Teilen nationaler Umsetzungsinstrumente erläutert wird. In Bezug auf diese Richtlinie hält der Gesetzgeber die Übermittlung derartiger Dokumente für gerechtfertigt.
- (60) Da die Ziele dieser Richtlinie, nämlich eine bessere Durchsetzung und die Modernisierung des Verbraucherschutzrechts, von den Mitgliedstaaten nicht ausreichend verwirklicht werden können, sondern vielmehr wegen des unionsweiten Charakters des Problems auf Unionsebene besser zu verwirklichen sind, kann die Union im Einklang mit dem in Artikel 5 des Vertrags über die Europäische Union verankerten Subsidiaritätsprinzip tätig werden. Entsprechend dem in demselben Artikel genannten Grundsatz der Verhältnismäßigkeit geht diese Richtlinie nicht über das für die Erreichung dieser Ziele erforderliche Maß hinaus —

HABEN FOLGENDE RICHTLINIE ERLASSEN:

¹ ABl. C 369 vom 17.12.2011, S. 14.

Artikel 1
Änderung der Richtlinie 93/13/EWG

In der Richtlinie 93/13/EWG wird folgender Artikel eingefügt:

„Artikel 8b

- (1) Die Mitgliedstaaten erlassen Vorschriften über Sanktionen, die bei Verstößen gegen die gemäß dieser Richtlinie erlassenen nationalen Vorschriften zu verhängen sind, und treffen alle für die Anwendung der Sanktionen erforderlichen Maßnahmen. Die vorgesehenen Sanktionen müssen wirksam, verhältnismäßig und abschreckend sein.
- (2) Die Mitgliedstaaten können diese Sanktionen auf die Fälle beschränken, in denen die Vertragsklauseln nach nationalem Recht ausdrücklich als in jedem Fall missbräuchlich anzusehen sind oder in denen ein Gewerbetreibender Vertragsklauseln, die in einer rechtskräftigen Entscheidung gemäß Artikel 7 Absatz 2 für missbräuchlich befunden wurden, weiter verwendet.
- (3) Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass bei der Verhängung der Sanktionen als nicht abschließend zu verstehende und beispielhafte Kriterien, sofern zutreffend, berücksichtigt werden:
 - a) die Art, die Schwere, der Umfang und die Dauer des Verstoßes;
 - b) Maßnahmen des Gewerbetreibenden zur Minderung oder Beseitigung des Schadens, der Verbrauchern entstanden ist;

- c) frühere Verstöße des Gewerbetreibenden;
 - d) vom Gewerbetreibenden aufgrund des Verstoßes erlangte finanzielle Vorteile oder vermiedene Verluste, wenn dazu die entsprechenden Daten verfügbar sind;
 - e) Sanktionen, die gegen den Gewerbetreibenden für denselben Verstoß in grenzüberschreitenden Fällen in anderen Mitgliedstaaten verhängt wurden, sofern Informationen über solche Sanktionen im Rahmen des aufgrund der Verordnung (EU) 2017/2394 des Europäischen Parlaments und des Rates* errichteten Mechanismus verfügbar sind;
 - f) andere erschwerende oder mildernde Umstände im jeweiligen Fall.
- (4) Unbeschadet des Absatzes 2 dieses Artikels stellen die Mitgliedstaaten sicher, dass im Rahmen der Verhängung von Sanktionen nach Artikel 21 der Verordnung (EU) 2017/2394 entweder Geldbußen im Verwaltungsverfahren verhängt werden können oder gerichtliche Verfahren zur Verhängung einer Geldbuße eingeleitet werden können oder beides erfolgen kann, wobei sich der Höchstbetrag solcher Geldbußen auf mindestens 4 % des Jahresumsatzes des Gewerbetreibenden in dem (den) betreffenden Mitgliedstaat(en) beläuft.
- (5) Für den Fall, dass eine Geldbuße gemäß Absatz 4 zu verhängen ist, jedoch keine Informationen über den Jahresumsatz des Gewerbetreibenden verfügbar sind, sehen die Mitgliedstaaten die Möglichkeit der Verhängung von Geldbußen mit einem Höchstbetrag von mindestens 2 Millionen Euro vor.

- (6) Die Mitgliedstaaten teilen der Kommission ihre Vorschriften und Maßnahmen nach Absatz 1 bis zum ... [24 Monate nach dem Tag der Annahme dieser Änderungsrichtlinie] mit und unterrichten sie unverzüglich über etwaige spätere Änderungen dieser Vorschriften und Maßnahmen.

* Verordnung (EU) 2017/2394 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Dezember 2017 über die Zusammenarbeit zwischen den für die Durchsetzung der Verbraucherschutzgesetze zuständigen nationalen Behörden und zur Aufhebung der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 (ABl. L 345 vom 27.12.2017, S. 1).“

Artikel 2

Änderung der Richtlinie 98/6/EWG

Die Richtlinie 98/6/EG wird wie folgt geändert:

1. Der folgende Artikel wird eingefügt:

„Artikel 6a

- (1) Bei jeder Bekanntgabe einer Preisermäßigung ist der vorherige Preis anzugeben, den der Händler vor der Preisermäßigung über einen bestimmten Zeitraum angewandt hat.
- (2) Der vorherige Preis ist der niedrigste Preis, den der Händler für einen Zeitraum von mindestens 30 Tage vor der Anwendung der Preisermäßigung angewandt hat.
- (3) Die Mitgliedstaaten können für schnell verderbliche Waren oder Waren mit kurzer Haltbarkeit abweichende Regelungen treffen.

- (4) Ist das Erzeugnis seit weniger als 30 Tagen auf dem Markt, können die Mitgliedstaaten auch einen kürzeren als den in Absatz 2 genannten Zeitraum festlegen.
- (5) Die Mitgliedstaaten können festlegen, dass im Falle einer schrittweise ansteigenden Preisermäßigung der vorherige Preis der nicht ermäßigte Preis vor der ersten Anwendung der Preisermäßigung ist.“

2. Artikel 8 erhält folgende Fassung:

„Artikel 8

- (1) Die Mitgliedstaaten erlassen Vorschriften über Sanktionen, die bei Verstößen gegen die gemäß dieser Richtlinie erlassenen nationalen Vorschriften zu verhängen sind, und treffen alle für die Anwendung der Sanktionen erforderlichen Maßnahmen. Die vorgesehenen Sanktionen müssen wirksam, verhältnismäßig und abschreckend sein.
- (2) Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass bei der Verhängung der Sanktionen folgende als nicht abschließend zu verstehende und beispielhafte Kriterien, sofern zutreffend, berücksichtigt werden:
 - a) die Art, die Schwere, der Umfang und die Dauer des Verstoßes;
 - b) Maßnahmen des Händlers zur Minderung oder Beseitigung des Schadens, der Verbrauchern entstanden ist;
 - c) frühere Verstöße des Händlers;

- d) vom Händler aufgrund des Verstoßes erlangte finanzielle Vorteile oder vermiedene Verluste, wenn dazu die entsprechenden Daten verfügbar sind;
 - e) Sanktionen, die gegen den Händler für denselben Verstoß in grenzschreitenden Fällen in anderen Mitgliedstaaten verhängt wurden, sofern Informationen über solche Sanktionen im Rahmen des aufgrund der Verordnung (EU) 2017/2394 des Europäischen Parlaments und des Rates* errichteten Mechanismus verfügbar sind;
 - f) andere erschwerende oder mildernde Umstände im jeweiligen Fall.
- (3) Die Mitgliedstaaten teilen der Kommission ihre Vorschriften und Maßnahmen nach Absatz 1 bis zum ... [24 Monate nach dem Tag der Annahme dieser Änderungsrichtlinie] mit und unterrichten sie unverzüglich über etwaige spätere Änderungen dieser Vorschriften und Maßnahmen.

* Verordnung (EU) 2017/2394 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Dezember 2017 über die Zusammenarbeit zwischen den für die Durchsetzung der Verbraucherschutzgesetze zuständigen nationalen Behörden und zur Aufhebung der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 (ABl. L 345 vom 27.12.2017, S. 1).“

Artikel 3
Änderung der Richtlinie 2005/29/EG

Die Richtlinie 2005/29/EG wird wie folgt geändert:

1. Artikel 2 Absatz 1 wird wie folgt geändert:

a) Buchstabe c erhält folgende Fassung:

„c) „Produkte“ jede Ware oder Dienstleistung, einschließlich Immobilien, digitaler Dienstleistungen und digitaler Inhalte, sowie Rechte und Verpflichtungen;“

b) Folgende Buchstaben werden angefügt:

„m) „Ranking“ die relative Hervorhebung von Produkten, wie sie vom Gewerbetreibenden dargestellt, organisiert oder kommuniziert wird, unabhängig von den technischen Mitteln, die für die Darstellung, Organisation oder Kommunikation verwendet werden;

n) „Online-Marktplatz“ einen Dienst, der es Verbrauchern durch die Verwendung von Software, einschließlich einer Website, eines Teils einer Website oder einer Anwendung, die vom oder im Namen des Gewerbetreibenden betrieben wird, ermöglicht, Fernabsatzverträge mit anderen Gewerbetreibenden oder Verbrauchern, abzuschließen.“

2. In Artikel 3 erhalten die Absätze 5 und 6 folgende Fassung:

- „(5) Diese Richtlinie hindert die Mitgliedstaaten nicht daran, Bestimmungen zum Schutz der berechtigten Interessen der Verbraucher in Bezug auf aggressive oder irreführende Vermarktungs- oder Verkaufspraktiken im Zusammenhang mit unerbetenen Besuchen eines Gewerbetreibenden in der Wohnung eines Verbrauchers oder Ausflügen, die von einem Gewerbetreibenden in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert werden, dass für den Verkauf von Produkten bei Verbrauchern geworben wird oder Produkte an Verbraucher verkauft werden, zu erlassen. Diese Bestimmungen müssen verhältnismäßig, nicht diskriminierend und aus Gründen des Verbraucherschutzes gerechtfertigt sein.
- (6) „Die Mitgliedstaaten teilen der Kommission unverzüglich die auf der Grundlage von Absatz 5 erlassenen nationalen Vorschriften sowie alle nachfolgenden Änderungen mit. Die Kommission stellt diese Informationen den Verbrauchern und den Gewerbetreibenden in leicht zugänglicher Weise auf einer speziellen Website zur Verfügung.“

3. In Artikel 6 Absatz 2 wird folgender Buchstabe angefügt:

- „c) jegliche Art der Vermarktung einer Ware in einem Mitgliedstaat als identisch mit einer in anderen Mitgliedstaaten vermarkteten Ware, obgleich sich diese Waren in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen wesentlich voneinander unterscheiden, sofern dies nicht durch legitime und objektive Faktoren gerechtfertigt ist;“

4. Artikel 7 erhält folgende Fassung:

a) Absatz 4 wird wie folgt geändert:

i) Buchstabe d erhält folgende Fassung:

„d) die Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen, falls sie von den Erfordernissen der beruflichen Sorgfalt abweichen;“

ii) Es wird folgender Buchstabe angefügt:

„f) für Produkte, die auf Online-Marktplätzen angeboten werden, ob es sich bei dem Dritten, der die Produkte anbietet, um einen Gewerbetreibenden handelt oder nicht, auf der Grundlage der Erklärung dieses Dritten gegenüber dem Anbieter des Online-Marktplatzes.“

(b) Folgender Absatz wird eingefügt:

„(4a) Wenn Verbrauchern die Möglichkeit geboten wird, mithilfe eines Stichworts, einer Wortgruppe oder einer anderen Eingabe nach Produkten zu suchen, die von verschiedenen Gewerbetreibenden oder von Verbrauchern angeboten werden, gelten, unabhängig davon, wo Rechtsgeschäfte letztendlich abgeschlossen werden, allgemeine Informationen, die die Hauptparameter für die Festlegung des Rankings der dem Verbraucher im Ergebnis der Suche vorgeschlagenen Produkte, sowie die relative Gewichtung dieser Parameter im Vergleich zu anderen Parametern, betreffen und die in einem bestimmten Bereich der Online-Benutzeroberfläche zur Verfügung gestellt werden, der von der Seite, auf der die Suchergebnisse angezeigt werden, unmittelbar und leicht zugänglich ist, als wesentlich,. Dieser Absatz gilt nicht für Anbieter von Online-Suchmaschinen im Sinne von Artikel 2 Nummer 6 der Verordnung (EU) 2019/1150 des Europäischen Parlaments und des Rates*.

-
- * Verordnung (EU) 2019/1150 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Juni 2019 zur Förderung von Fairness und Transparenz für gewerbliche Nutzer von Online-Vermittlungsdiensten (ABl. L 186 vom 11.7.2019, S. 57).“

c) Folgender Absatz wird eingefügt:

„(6) Wenn ein Gewerbetreibender Verbraucherbewertungen von Produkten zugänglich macht, gelten Informationen darüber, ob und wie der Gewerbetreibende sicherstellt, dass die veröffentlichten Bewertungen von Verbrauchern stammen, die die Produkte tatsächlich verwendet oder erworben haben, als wesentlich.“

5. Es wird folgender Artikel eingefügt:

„Artikel 11a

Rechtsschutz

- (1) Verbraucher, die durch unlautere Geschäftspraktiken geschädigt wurden, haben Zugang zu angemessenen und wirksamen Rechtsbehelfen, einschließlich Ersatz des dem Verbraucher entstandenen Schadens sowie gegebenenfalls Preisminderung oder Beendigung des Vertrags. Die Mitgliedstaaten können die Voraussetzungen für die Anwendung und die Folgen der Rechtsbehelfe festlegen. Die Mitgliedstaaten können gegebenenfalls die Schwere und Art der unlauteren Geschäftspraktik, den dem Verbraucher entstandenen Schaden sowie weitere relevante Umstände berücksichtigen.
- (2) Diese Rechtsbehelfe berühren nicht die Anwendung anderer Rechtsbehelfe, die den Verbrauchern nach dem Unionsrecht oder dem nationalen Recht zur Verfügung stehen.“

6. Artikel 13 erhält folgende Fassung:

„Artikel 13

Sanktionen

- (1) Die Mitgliedstaaten erlassen Vorschriften über Sanktionen, die bei Verstößen gegen gemäß dieser Richtlinie erlassenen nationalen Vorschriften zu verhängen sind, und treffen alle für die Anwendung der Sanktionen erforderlichen Maßnahmen. Die vorgesehenen Sanktionen müssen wirksam, verhältnismäßig und abschreckend sein.
- (2) Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass bei der Verhängung der Sanktionen folgende als nicht abschließend zu verstehende und beispielhafte Kriterien, sofern zutreffend, berücksichtigt werden:
 - a) die Art, die Schwere, der Umfang und die Dauer des Verstoßes;
 - b) Maßnahmen des Gewerbetreibenden zur Minderung oder Beseitigung des Schadens, der Verbrauchern entstanden ist;
 - c) frühere Verstöße des Gewerbetreibenden;
 - d) vom Gewerbetreibenden aufgrund des Verstoßes erlangte finanzielle Vorteile oder vermiedene Verluste, wenn dazu die entsprechenden Daten verfügbar sind;
 - e) Sanktionen, die gegen den Gewerbetreibenden für denselben Verstoß in grenzüberschreitenden Fällen in anderen Mitgliedstaaten verhängt wurden, sofern Informationen über solche Sanktionen im Rahmen des aufgrund der Verordnung (EU) 2017/2394 des Europäischen Parlaments und des Rates* errichteten Mechanismus verfügbar sind;

- f) andere erschwerende oder mildernde Umstände im jeweiligen Fall.
- (3) Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass im Rahmen der Verhängung von Sanktionen nach Artikel 21 der Verordnung (EU) 2017/2394 entweder Geldbußen im Verwaltungsverfahren verhängt werden können oder gerichtliche Verfahren zur Verhängung von Geldbußen eingeleitet werden können oder beides erfolgen kann, wobei sich der Höchstbetrag solcher Geldbußen auf mindestens 4 % des Jahresumsatzes des Gewerbetreibenden in dem (den) betreffenden Mitgliedstaat(en) beläuft. Unbeschadet der genannten Verordnung können die Mitgliedstaaten die Verhängung von Geldbußen aus verfassungsrechtlichen Gründen beschränken auf:
- a) Verstöße gegen die Artikel 6, 7, 8 und 9 sowie gegen Anhang I dieser Richtlinie und
- b) die fortgesetzte Anwendung einer Geschäftspraktik durch einen Gewerbetreibenden, die von der zuständigen nationalen Behörde oder dem zuständigen nationalen Gericht als unlauter eingestuft worden ist, wenn diese Geschäftspraktik keinen Verstoß gemäß Buchstaben a darstellt.
- (4) Für den Fall, dass eine Geldbuße gemäß Absatz 3 zu verhängen ist, jedoch keine Informationen über den Jahresumsatz des Gewerbetreibenden verfügbar sind, sehen die Mitgliedstaaten die Möglichkeit der Verhängung von Geldbußen mit einem Höchstbetrag von mindestens 2 Millionen Euro vor.
- (5) Die Mitgliedstaaten teilen der Kommission ihre Vorschriften und Maßnahmen nach Absatz 1 bis zum ... [24 Monate nach dem Tag der Annahme dieser Änderungsrichtlinie] mit und unterrichten sie unverzüglich über etwaige spätere Änderungen dieser Vorschriften und Maßnahmen.

-
- * Verordnung (EU) 2017/2394 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Dezember 2017 über die Zusammenarbeit zwischen den für die Durchsetzung der Verbraucherschutzgesetze zuständigen nationalen Behörden und zur Aufhebung der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 (ABl. L 345 vom 27.12.2017, S. 1).“

7. Anhang I erhält folgende Fassung:

a) Folgende Nummer wird eingefügt:

„11a. Anzeige von Suchergebnissen aufgrund der Online-Suchanfrage eines Verbrauchers ohne dass etwaige bezahlte Werbung oder spezielle Zahlungen, die dazu dienen, ein höheres Ranking der jeweiligen Produkte im Rahmen der Suchergebnisse zu erreichen, eindeutig offengelegt werden.“

b) Die folgenden Nummern werden eingefügt:

„23a. Der Wiederverkauf von Eintrittskarten für Veranstaltungen an Verbraucher, wenn der Gewerbetreibende diese Eintrittskarten unter Verwendung automatisierter Verfahren erworben hat, die dazu dienen, Beschränkungen in Bezug auf die Zahl der von einer Person zu erwerbenden Eintrittskarten oder andere für den Verkauf der Eintrittskarten geltende Regeln zu umgehen.

23b. Die Behauptung, dass Bewertungen eines Produkts von Verbrauchern stammen, die das Produkt tatsächlich verwendet oder erworben haben, ohne dass angemessene und verhältnismäßige Schritte unternommen wurden, um zu prüfen, ob die Bewertungen wirklich von solchen Verbrauchern stammen.

23c. Die Abgabe gefälschter Bewertungen oder Empfehlungen von Verbrauchern bzw. die Erteilung des Auftrags an andere juristische oder natürliche Personen, gefälschte Bewertungen oder Empfehlungen von Verbrauchern abzugeben, sowie die falsche Darstellung von Verbraucherbewertungen oder Empfehlungen in sozialen Medien zu Zwecken der Verkaufsförderung.“

Artikel 4
Änderung der Richtlinie 2011/83/EU

Die Richtlinie 2011/83/EU wird wie folgt geändert:

1. Artikel 2 wird wie folgt geändert:

a) Nummer 3 erhält folgende Fassung:

„3. „Waren“ Waren im Sinne von Artikel 2 Nummer 5 der Richtlinie (EU) 2019/771 des Europäischen Parlaments und des Rates*;

* Richtlinie (EU) 2019/771 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Mai 2019 über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte des Warenkaufs, zur Änderung der Verordnung (EU) 2017/2394 und der Richtlinie 2009/22/EG sowie zur Aufhebung der Richtlinie 1999/44/EG (ABl. L 136 vom 22.5.2019, S. 28).“

b) Es wird folgende Nummer eingefügt:

„4a. „personenbezogene Daten“ personenbezogene Daten im Sinne von Artikel 4 Nummer 1 der Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates*;

* Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. April 2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG (Datenschutz-Grundverordnung) (ABl. L 119 vom 4.5.2016, S. 1).“

c) Die Nummern 5 und 6 erhalten folgende Fassung:

- „5. „Kaufvertrag“ jeden Vertrag, durch den der Unternehmer das Eigentum an Waren an den Verbraucher überträgt oder die Übertragung des Eigentums an dieser Ware zusagt, einschließlich von Verträgen, die sowohl Waren als auch Dienstleistungen zum Gegenstand haben;
6. „Dienstleistungsvertrag“ jeden Vertrag, der kein Kaufvertrag ist und nach dem der Unternehmer eine Dienstleistung, einschließlich einer digitalen Dienstleistung, für den Verbraucher erbringt oder deren Erbringung zusagt.“

d) Nummer 11 erhält folgende Fassung:

- „11. „digitale Inhalte“ digitale Inhalte im Sinne von Artikel 2 Nummer 1 der Richtlinie (EU) 2019/770 des Europäischen Parlaments und des Rates*;

* Richtlinie (EU) 2019/770 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Mai 2019 über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte der Bereitstellung digitaler Inhalte und digitaler Dienstleistungen (ABl. L 136 vom 22.5.2019, S. 1).“

e) Es werden die folgenden Nummern angefügt:

- „ 16. „digitale Dienstleistung“ eine digitale Dienstleistung im Sinne von Artikel 2 Nummer 2 der Richtlinie (EU) 2019/770;

17. „Online-Marktplatz“ einen Dienst, der es Verbrauchern durch die Verwendung von Software, einschließlich einer Website, eines Teils einer Website oder einer Anwendung, die vom Unternehmer oder im Namen des Unternehmers betrieben wird, ermöglicht, Fernabsatzverträge mit anderen Unternehmern oder Verbrauchern abzuschließen;
18. „Anbieter eines Online-Marktplatzes“ jeden Unternehmer, der einen Online-Marktplatz für Verbraucher zur Verfügung stellt;
19. „Kompatibilität“ Kompatibilität im Sinne von Artikel 2 Nummer 10 der Richtlinie (EU) 2019/770;
20. „Funktionalität“ Funktionalität im Sinne von Artikel 2 Nummer 11 der Richtlinie (EU) 2019/770;
21. „Interoperabilität“ Interoperabilität im Sinne von Artikel 2 Nummer 12 der Richtlinie (EU) 2019/770“;

2. Artikel 3 wird wie folgt geändert:

a) Absatz 1 erhält folgende Fassung:

„(1) Diese Richtlinie gilt unter den Bedingungen und in dem Umfang, wie sie in ihren Bestimmungen festgelegt sind, für alle Verträge, die zwischen einem Unternehmer und einem Verbraucher geschlossen werden, bei denen der Verbraucher den Preis zahlt oder die Zahlung des Preises zusagt. Sie gilt für Verträge über die Lieferung von Wasser, Gas, Strom oder Fernwärme, einschließlich durch öffentliche Anbieter, sofern diese Güter auf vertraglicher Basis geliefert werden.“

b) Folgender Absatz wird eingefügt:

„(1a) Diese Richtlinie gilt auch, wenn der Unternehmer dem Verbraucher digitale Inhalte, die nicht auf einem körperlichen Datenträger geliefert werden, bereitstellt oder deren Bereitstellung zusagt oder für den Verbraucher digitale Dienstleistungen bereitstellt oder deren Bereitstellung zusagt und der Verbraucher dem Unternehmer personenbezogene Daten bereitstellt oder deren Bereitstellung zusagt, außer in Fällen, in denen die vom Verbraucher bereitgestellten personenbezogenen Daten durch den Unternehmer ausschließlich zur Bereitstellung digitaler Inhalte, die nicht auf einem körperlichen Datenträger geliefert werden, oder digitaler Dienstleistungen im Einklang mit dieser Richtlinie oder zur Erfüllung von vom Unternehmer einzuhaltenden rechtlichen Anforderungen verarbeitet werden, und der Unternehmer diese Daten zu keinen anderen Zwecken verarbeitet.“

c) Absatz 3 wird wie folgt geändert:

i) Buchstabe k erhält folgende Fassung:

„k) über die Beförderung von Personen mit Ausnahme des Artikels 8 Absatz 2 und der Artikel 19, 21 und 22;“

ii) Es wird folgender Buchstabe angefügt:

„n) über alle Waren, die aufgrund von Zwangsvollstreckungsmaßnahmen oder anderen gerichtlichen Maßnahmen verkauft werden.“

3. Artikel 5 Absatz 1 wird wie folgt geändert:

a) Buchstabe e erhält folgende Fassung:

„e) zusätzlich zu dem Hinweis auf das Bestehen eines gesetzlichen Gewährleistungsrechts für Waren, digitale Inhalte und digitale Dienstleistungen gegebenenfalls das Bestehen und die Bedingungen von Kundendienstleistungen nach dem Verkauf und gewerblichen Garantien;“

b) Die Buchstaben g und h erhalten folgende Fassung:

„g) gegebenenfalls die Funktionalität von Waren mit digitalen Elementen, digitalen Inhalten und digitalen Dienstleistungen, einschließlich anwendbarer technischer Schutzmaßnahmen;

h) gegebenenfalls – soweit wesentlich – die Kompatibilität und Interoperabilität von Waren mit digitalen Elementen, digitalen Inhalten und digitalen Dienstleistungen, soweit diese dem Unternehmer bekannt sind oder vernünftigerweise bekannt sein müssen.“

4. Artikel 6 erhält folgende Fassung:

a) Absatz 1 wird wie folgt geändert:

i) Buchstabe c erhält folgende Fassung:

„c) die Anschrift des Ortes, an dem der Unternehmer niedergelassen ist, sowie seine Telefonnummer und E-Mail-Adresse; wenn der Unternehmer andere Online-Kommunikationsmittel bereitstellt, die gewährleisten, dass der Verbraucher etwaige schriftliche Korrespondenz mit dem Unternehmer, einschließlich des Datums und der Uhrzeit dieser Korrespondenz, auf einem dauerhaften Datenträger speichern kann, so umfassen die Informationen darüber hinaus auch Angaben zu diesen anderen Kommunikationsmitteln; sämtliche dieser vom Unternehmer bereitgestellten Kommunikationsmittel stellen sicher, dass der Verbraucher schnell Kontakt zum Unternehmer aufnehmen und effizient mit ihm kommunizieren kann; gegebenenfalls gibt der Unternehmer auch die Anschrift und die Identität des Unternehmers an, in dessen Auftrag er handelt;“

ii) Folgender Buchstabe wird eingefügt:

„ea) gegebenenfalls den Hinweis, dass der Preis auf der Grundlage einer automatisierten Entscheidungsfindung personalisiert worden ist;“

iii) Buchstabe l erhält folgende Fassung:

„l) einen Hinweis auf das Bestehen eines gesetzlichen Gewährleistungsrechts für die Waren, digitalen Inhalte und digitalen Dienstleistungen;“

iv) Die Buchstaben r und s erhalten folgende Fassung:

„r) gegebenenfalls die Funktionalität von Waren mit digitalen Elementen, digitalen Inhalten und digitalen Dienstleistungen, einschließlich anwendbarer technischer Schutzmaßnahmen;

s) gegebenenfalls – soweit wesentlich – die Kompatibilität und Interoperabilität von Waren mit digitalen Elementen, digitalen Inhalten und digitalen Dienstleistungen, soweit diese dem Unternehmer bekannt sind oder vernünftigerweise bekannt sein müssen;“

b) Absatz 4 erhält folgende Fassung:

„(4) Die Informationen nach Absatz 1 Buchstaben h, i und j dieses Artikels können mittels der Muster-Widerrufsbelehrung gemäß Anhang I Teil A gegeben werden. Die Informationspflicht des Unternehmers gemäß Absatz 1 Buchstaben h, i und j dieses Artikels ist erfüllt, wenn der Unternehmer dieses Informationsformular zutreffend ausgefüllt dem Verbraucher übermittelt hat. Der Hinweis auf die Widerrufsfrist von 14 Tagen in der in Anhang I Teil A aufgeführten Muster-Widerrufsbelehrung muss durch Hinweise auf eine Widerrufsfrist von 30 Tagen ersetzt werden, sofern Mitgliedstaaten Bestimmungen nach Artikel 9 Absatz 1a erlassen haben.“

5. Es wird folgender Artikel eingefügt:

„Artikel 6a

Zusätzliche besondere Informationspflichten bei auf Online-Marktplätzen geschlossenen Verträgen

- (1) Bevor ein Verbraucher durch einen Fernabsatzvertrag oder ein entsprechendes Vertragsangebot auf einem Online-Marktplatz gebunden ist, informiert der Anbieter des Online-Marktplatzes den Verbraucher, unbeschadet der Richtlinie 2005/29/EG, in klarer, verständlicher und in einer den benutzten Fernkommunikationsmitteln angepassten Weise über Folgendes:
- a) allgemeine Informationen, die die Hauptparameter zur Festlegung des Rankings der Angebote gemäß der Definition in Artikel 2 Absatz 1 Buchstabe m der Richtlinie 2005/29/EG, die dem Verbraucher als Ergebnis seiner Suchanfrage auf dem Online-Marktplatz präsentiert werden, sowie die relative Gewichtung dieser Parameter im Vergleich zu anderen Parametern betreffen und die in einem bestimmten Bereich der Online-Benutzeroberfläche zur Verfügung gestellt werden, der von der Seite, auf der die Angebote angezeigt werden, unmittelbar und leicht zugänglich ist;
 - b) ob es sich bei dem Dritten, der die Waren, Dienstleistungen oder digitalen Inhalte anbietet, um einen Unternehmer handelt oder nicht, auf der Grundlage der Erklärung dieses Dritten gegenüber dem Anbieter des Online-Marktplatzes;
 - c) sofern der Dritte, der die Waren, Dienstleistungen oder digitalen Inhalte anbietet, kein Unternehmer ist, dass die im Verbraucherschutzrecht der Union verankerten Verbraucherrechte auf den Vertrag keine Anwendung finden;

d) gegebenenfalls wie die sich aus dem Vertrag ergebenden Verpflichtungen zwischen dem Dritten, der die Waren, Dienstleistungen oder digitalen Inhalte anbietet, und dem Anbieter des Online-Marktplatzes aufgeteilt werden, wobei diese Information die Verantwortung, die der Anbieter des Online-Marktplatzes oder der dritte Unternehmer in Bezug auf den Vertrag im Rahmen anderer Vorschriften des Unionsrechts oder des nationalen Rechts hat, nicht berührt.

(2) Unbeschadet der Richtlinie 2000/31/EG hindert dieser Artikel die Mitgliedstaaten nicht daran, zusätzliche Informationspflichten für Anbieter von Online-Marktplätzen vorzusehen. Diese Bestimmungen müssen verhältnismäßig, nicht diskriminierend und aus Gründen des Verbraucherschutzes gerechtfertigt sein.“

6. Artikel 7 Absatz 3 erhält folgende Fassung:

„(3) Möchte ein Verbraucher, dass die Dienstleistung oder die Lieferung von Wasser, Gas oder Strom, wenn sie nicht in einem begrenzten Volumen oder in einer bestimmten Menge zum Verkauf angeboten werden, oder von Fernwärme während der Widerrufsfrist gemäß Artikel 9 Absatz 2 beginnt, und verpflichtet der Vertrag den Verbraucher zur Zahlung, so fordert der Unternehmer den Verbraucher dazu auf, ein entsprechendes ausdrückliches Verlangen auf einem dauerhaften Datenträger zu erklären und verlangt vom Verbraucher die Bestätigung, dass dieser zur Kenntnis genommen hat, dass er das Widerrufsrecht mit vollständiger Vertragserfüllung durch den Unternehmer verliert.“

7. Artikel 8 wird wie folgt geändert:

a) Absatz 4 erhält folgende Fassung:

„(4) Wird der Vertrag mittels eines Fernkommunikationsmittels geschlossen, bei dem für die Darstellung der Informationen nur begrenzter Raum beziehungsweise begrenzte Zeit zur Verfügung steht, so hat der Unternehmer auf dem Wege des jeweiligen Fernkommunikationsmittels vor dem Abschluss des Vertrags zumindest diejenigen vorvertraglichen Informationen zu erteilen, die die in Artikel 6 Absatz 1 Buchstaben a, b, e, h und o genannten wesentlichen Merkmale der Waren oder Dienstleistungen, die Identität des Unternehmers, den Gesamtpreis, das Widerrufsrecht, die Vertragslaufzeit und die Bedingungen der Kündigung unbefristeter Verträge betreffen; hiervon ausgenommen ist das unter Buchstabe h genannte Muster-Widerrufsformular gemäß Anhang I Teil B. Die anderen in Artikel 6 Absatz 1 genannten Informationen, einschließlich des Muster-Widerrufsformulars, hat der Unternehmer dem Verbraucher in geeigneter Weise gemäß Absatz 1 dieses Artikels zu erteilen.“

b) Absatz 8 erhält folgende Fassung:

„(8) Möchte ein Verbraucher, dass die Dienstleistung oder die Lieferung von Wasser, Gas oder Strom, wenn sie nicht in einem begrenzten Volumen oder in einer bestimmten Menge zum Verkauf angeboten werden, oder von Fernwärme während der Widerrufsfrist gemäß Artikel 9 Absatz 2 beginnt, und verpflichtet der Vertrag den Verbraucher zur Zahlung, so fordert der Unternehmer den Verbraucher dazu auf, ein entsprechendes ausdrückliches Verlangen zu erklären und verlangt vom Verbraucher die Bestätigung, dass dieser zur Kenntnis genommen hat, dass er das Widerrufsrecht mit vollständiger Vertragserfüllung durch den Unternehmer verliert.“

8. Artikel 9 wird wie folgt geändert:

a) Folgender Absatz wird angefügt:

„(1a) Zum Schutz der berechtigten Interessen der Verbraucher in Bezug auf aggressive oder irreführende Vermarktungs- oder Verkaufspraktiken kann ein Mitgliedstaat Bestimmungen erlassen, gemäß derer die in Absatz 1 genannte Widerrufsfrist von 14 Tagen auf 30 Tage verlängert wird, wenn die Verträge im Zusammenhang mit unerbetenen Besuchen eines Unternehmers in der Wohnung eines Verbrauchers oder im Zusammenhang mit Ausflügen geschlossen werden, die von einem Unternehmer in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert werden, dass für den Verkauf von Produkten bei Verbrauchern geworben wird oder Produkte an Verbraucher verkauft werden. Diese Bestimmungen müssen verhältnismäßig, nicht diskriminierend und aus Gründen des Verbraucherschutzes gerechtfertigt sein.“

b) In Absatz 2 erhält der Einleitungssatz folgende Fassung:

„(2) Unbeschadet des Artikels 10 endet die in Absatz 1 genannte Widerrufsfrist wie folgt, wobei die Dauer der Frist 30 Tage beträgt, sofern ein Mitgliedstaat Bestimmungen gemäß Absatz 1a erlassen hat.“

9. Artikel 10 Absatz 2 erhält folgende Fassung:

„(2) Hat der Unternehmer dem Verbraucher die in Absatz 1 genannten Informationen binnen 12 Monaten ab dem in Artikel 9 Absatz 2 genannten Tag erteilt, so endet die Widerrufsfrist 14 Tage oder, sofern ein Mitgliedstaat Bestimmungen gemäß Absatz 1a erlassen hat, 30 Tage nach dem Tag, an dem der Verbraucher diese Informationen erhalten hat.“

10. Artikel 13 werden folgende Absätze angefügt:

„(4) In Bezug auf personenbezogene Daten des Verbrauchers hat der Unternehmer die nach der Verordnung (EU) 2016/679 geltenden Vorschriften einzuhalten.

(5) Der Unternehmer darf Inhalte, die nicht personenbezogene Daten sind, und die vom Verbraucher bei der Nutzung der vom Unternehmer bereitgestellten digitalen Inhalte oder digitalen Dienstleistungen bereitgestellt oder erstellt wurden, nicht verwenden, es sei denn, diese Inhalte

a) haben außerhalb des Kontextes der von dem Unternehmer bereitgestellten digitalen Inhalte oder digitalen Dienstleistungen keinen Nutzen;

- b) hängen ausschließlich mit der Nutzung der von dem Unternehmer bereitgestellten digitalen Inhalte oder digitalen Dienstleistungen durch den Verbraucher zusammen;
 - c) wurden vom Unternehmer mit anderen Daten aggregiert und können nicht oder nur mit unverhältnismäßigem Aufwand disaggregiert werden oder
 - d) wurden vom Verbraucher gemeinsam mit anderen erzeugt und andere Verbraucher können die Inhalte weiterhin nutzen.
- (6) Mit Ausnahme der in Absatz 5 Buchstabe a, b oder c genannten Fälle stellt der Unternehmer dem Verbraucher auf dessen Ersuchen alle Inhalte, die nicht personenbezogene Daten sind, bereit, welche vom Verbraucher bei der Nutzung der vom Unternehmer bereitgestellten digitalen Inhalte oder digitalen Dienstleistungen bereitgestellt oder erstellt wurden.
- (7) Der Verbraucher ist berechtigt, diese digitalen Inhalte kostenfrei, ohne Behinderung durch den Unternehmer, innerhalb einer angemessenen Frist und in einem allgemein gebräuchlichen und maschinenlesbaren Format wiederzuerlangen.
- (8) Im Falle des Widerrufs des Vertrags darf der Unternehmer jede weitere Nutzung der digitalen Inhalte oder der digitalen Dienstleistungen durch den Verbraucher unterbinden, insbesondere indem er unbeschadet des Absatzes 6 den Zugang des Verbrauchers zu den digitalen Inhalten oder digitalen Dienstleistungen oder das Nutzerkonto des Verbrauchers sperrt.“

11. Artikel 14 wird wie folgt geändert:

a) Folgender Absatz wird angefügt:

„2a. Im Falle des Widerrufs des Vertrags hat der Verbraucher die Nutzung der digitalen Inhalte oder der digitalen Dienstleistungen sowie deren Zurverfügungstellung an Dritte zu unterlassen.“

b) Absatz 4 Buchstabe b Ziffer i erhält folgende Fassung:

„i) der Verbraucher sich nicht zuvor ausdrücklich damit einverstanden erklärt hat, dass die Erfüllung des Vertrags vor Ablauf der in Artikel 9 genannten Frist von 14 oder 30 Tagen beginnt;“

12. Artikel 16 wird wie folgt geändert:

a) Absatz 1 erhält folgende Fassung

i) Buchstabe a erhält folgende Fassung:

„a) bei Dienstleistungsverträgen die Dienstleistung vollständig erbracht worden ist ab, sofern der Vertrag den Verbraucher zur Zahlung verpflichtet, nur wenn der Unternehmer die Erbringung mit der vorherigen ausdrücklichen Zustimmung und Bestätigung des Verbrauchers, dass er zur Kenntnis genommen hat, dass er sein Widerrufsrecht mit vollständiger Vertragserfüllung durch den Unternehmer verliert, begonnen hatte;“

ii) Buchstabe m erhält folgende Fassung:

„m) bei Verträgen über die Bereitstellung digitaler Inhalte, die nicht auf einem körperlichen Datenträger geliefert werden, die Vertragserfüllung begonnen hat, und, sofern der Vertrag den Verbraucher zur Zahlung verpflichtet, wenn

- i) der Verbraucher dem Beginn der Vertragserfüllung während der Widerrufsfrist ausdrücklich zugestimmt hat;
- ii) der Verbraucher bestätigt hat, dass er zur Kenntnis genommen hat, dass er hierdurch sein Widerrufsrecht verliert und
- iii) der Unternehmer eine Bestätigung gemäß Artikel 7 Absatz 2 oder Artikel 8 Absatz 7 zur Verfügung gestellt hat.“

b) Es werden die folgenden Absätze angefügt:

„Zum Schutz der berechtigten Interessen der Verbraucher in Bezug auf aggressive oder irreführende Vermarktungs- oder Verkaufspraktiken können Mitgliedstaaten von den in Absatz 1 Buchstaben a, b, c und e vorgesehenen Ausnahmen vom Widerrufsrecht für Verträge abweichen, die im Zusammenhang mit unerbetenen Besuchen eines Unternehmers in der Wohnung eines Verbrauchers oder im Zusammenhang mit Ausflügen geschlossen werden, die von einem Unternehmer in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert werden, dass für den Verkauf von Produkten bei Verbrauchern geworben wird oder Produkte an Verbraucher verkauft werden. Diese Bestimmungen müssen verhältnismäßig, nicht diskriminierend und aus Gründen des Verbraucherschutzes gerechtfertigt sein.

Die Mitgliedstaaten können vorstehen, dass der Verbraucher bei Dienstleistungsverträgen, die ihm eine Zahlungspflicht auferlegen, sein Widerrufsrecht verliert, nachdem die Dienstleistung vollständig erbracht worden ist, wenn die Leistungserbringung mit der vorherigen ausdrücklichen Zustimmung des Verbrauchers begonnen hat und der Verbraucher den Unternehmer ausdrücklich zu einem Besuch aufgefordert hat, um Reparaturarbeiten vornehmen zu lassen.“

13. Artikel 24 erhält folgende Fassung:

„Artikel 24

Sanktionen

- (1) Die Mitgliedstaaten erlassen Vorschriften über Sanktionen, die bei Verstößen gegen die gemäß dieser Richtlinie erlassenen nationalen Vorschriften zu verhängen sind, und treffen alle für die Anwendung der Sanktionen erforderlichen Maßnahmen. Die vorgesehenen Sanktionen müssen wirksam, verhältnismäßig und abschreckend sein.
- (2) Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass bei der Verhängung der Sanktionen folgende als nicht abschließend zu verstehende und beispielhafte Kriterien, sofern zutreffend, berücksichtigt werden:
 - a) die Art, die Schwere, der Umfang und die Dauer des Verstoßes;
 - b) Maßnahmen des Unternehmers zur Minderung oder Beseitigung des Schadens, der Verbrauchern entstanden ist;
 - c) frühere Verstöße des Unternehmers;

- d) vom Unternehmer aufgrund des Verstoßes erlangte finanzielle Vorteile oder vermiedene Verluste, wenn dazu die entsprechenden Daten verfügbar sind;
 - e) Sanktionen, die gegen den Unternehmer für denselben Verstoß in grenzüberschreitenden Fällen in anderen Mitgliedstaaten verhängt wurden, sofern Informationen über solche Sanktionen im Rahmen des aufgrund der Verordnung (EU) 2017/2394 des Europäischen Parlaments und des Rates* errichteten Mechanismus verfügbar sind;
 - f) andere erschwerende oder mildernde Umstände im jeweiligen Fall.
- (3) Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass im Rahmen der Verhängung von Sanktionen nach Artikel 21 der Verordnung (EU) 2017/2394 entweder Geldbußen im Verwaltungsverfahren verhängt werden können oder gerichtliche Verfahren zur Verhängung einer Geldbuße eingeleitet werden können oder beides erfolgen kann, wobei sich der Höchstbetrag solcher Geldbußen auf mindestens 4 % des Jahresumsatzes des Unternehmers in dem (den) betreffenden Mitgliedstaat(en) beläuft.
- (4) Für den Fall, dass eine Geldbuße gemäß Absatz 3 zu verhängen ist, jedoch keine Informationen über den Jahresumsatz des Unternehmers verfügbar sind, sehen die Mitgliedstaaten die Möglichkeit der Verhängung von Geldbußen mit einem Höchstbetrag von mindestens 2 Millionen Euro vor.

- (5) Die Mitgliedstaaten teilen der Kommission ihre Vorschriften und Maßnahmen nach Absatz 1 bis zum ... [24 Monate nach dem Tag der Annahme dieser Änderungsrichtlinie] mit und unterrichten sie unverzüglich über etwaige spätere Änderungen dieser Vorschriften und Maßnahmen.

* Verordnung (EU) 2017/2394 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Dezember 2017 über die Zusammenarbeit zwischen den für die Durchsetzung der Verbraucherschutzgesetze zuständigen nationalen Behörden und zur Aufhebung der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 (ABl. L 345 vom 27.12.2017, S. 1).“;

14. Artikel 29 Absatz 1 erhält folgende Fassung:

„(1) Macht ein Mitgliedstaat von einer Regelungsmöglichkeit nach Artikel 3 Absatz 4, Artikel 6 Absätze 7 und 8, Artikel 7 Absatz 4, Artikel 8 Absatz 6, Artikel 9 Absätze 1a und 3 sowie Artikel 16 Absätze 2 und 3 Gebrauch, so setzt er die Kommission hierüber sowie über etwaige spätere Änderungen bis zum ... [24 Monate nach dem Tag der Annahme dieser Änderungsrichtlinie] in Kenntnis.“;

15. Anhang I wird wie folgt geändert:

a) Teil A wird wie folgt geändert:

i) Der dritte Absatz unter „Widerrufsrecht“ erhält folgende Fassung:

„Um Ihr Widerrufsrecht auszuüben, müssen Sie uns [2] mittels einer eindeutigen Erklärung (z. B. mit der Post versandter Brief oder E-Mail) über Ihren Entschluss, diesen Vertrag zu widerrufen, informieren. Sie können dafür das beigefügte Muster-Widerrufsformular verwenden, das jedoch nicht vorgeschrieben ist. [3]“

ii) Nummer 2 unter „Gestaltungshinweise“ erhält folgende Fassung:

„[2.] Fügen Sie Ihren Namen, Ihre Anschrift, Ihre Telefonnummer und Ihre E-Mail-Adresse ein.“

b) Teil B erster Gedankenstrich erhält folgende Fassung:

„An [hier ist der Name, die Anschrift und die E-Mail-Adresse des Unternehmers durch den Unternehmer einzufügen]:“.

Artikel 5
Information über Verbraucherrechte

Die Kommission stellt sicher, dass Bürger, die Informationen über ihre Rechte als Verbraucher oder über ein außergerichtliches Streitbeilegungsverfahren benötigen, sich an eine Online-Anlaufstelle im Rahmen des durch die Verordnung (EU) 2018/1724 des Europäischen Parlaments und des Rates¹ eingerichteten einheitlichen digitalen Zugangstors wenden können, die es ihnen ermöglicht,

- a) in klarer, verständlicher und leicht zugänglicher Art und Weise auf aktuelle Informationen über ihre Verbraucherrechte in der Union zuzugreifen, und
- b) über die im Rahmen der Verordnung (EU) Nr. 524/2013 des Europäischen Parlaments und des Rates² eingerichtete Plattform zur Online-Streitbeilegung und, je nach Art der beteiligten Parteien, beim zuständigen Europäischen Verbraucherzentrum, Beschwerde einzureichen.

¹ Verordnung (EU) 2018/1724 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 2. Oktober 2018 über die Einrichtung eines einheitlichen digitalen Zugangstors zu Informationen, Verfahren, Hilfs- und Problemlösungsdiensten und zur Änderung der Verordnung (EU) Nr. 1024/2012 (ABl. L 295 vom 21.11.2018, S. 1).

² Verordnung (EU) Nr. 524/2013 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 21. Mai 2013 über die Online-Beilegung verbraucherrechtlicher Streitigkeiten und zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 und der Richtlinie 2009/22/EG (Verordnung über Online-Streitbeilegung in Verbraucherangelegenheiten) (ABl. L 165 vom 18.6.2013, S. 1).

Artikel 6

Berichterstattung durch die Kommission und Überprüfung

Die Kommission legt dem Europäischen Parlament und dem Rat spätestens am ... [54 Monate nach dem Tag der Annahme dieser Änderungsrichtlinie] einen Bericht über die Anwendung dieser Richtlinie vor. Dieser Bericht enthält insbesondere eine Bewertung der Bestimmungen der Richtlinie im Hinblick auf

- a) Veranstaltungen außerhalb der Geschäftsräume des Unternehmers und
- b) Fälle von Waren, die als identisch vermarktet wurden, obgleich sie sich in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen wesentlich voneinander unterscheiden, einschließlich einer Prüfung der Frage, ob diese Fälle strengerer Bestimmungen unterliegen sollten, einschließlich des Verbots durch Aufnahme in Anhang I der Richtlinie [2005/29/EG](#), und ob detailliertere Bestimmungen über Informationen über die Unterscheidung von Waren nötig sind.

Zu diesem Bericht ist erforderlichenfalls ein Legislativvorschlag vorzulegen.

Artikel 7

Umsetzung

- (1) Bis zum ... [24 Monate nach dem Tag der Annahme dieser Änderungsrichtlinie] erlassen und veröffentlichen die Mitgliedstaaten die Maßnahmen, die erforderlich sind, um dieser Richtlinie nachzukommen. Sie setzen die Kommission unverzüglich davon in Kenntnis.

Sie wenden diese Rechtsvorschriften ab dem ... [30 Monate nach Tag der Annahme dieser Änderungsrichtlinie] an.

Bei Erlass dieser Maßnahmen nehmen die Mitgliedstaaten in den Vorschriften selbst oder durch einen Hinweis bei der amtlichen Veröffentlichung auf diese Richtlinie Bezug. Die Mitgliedstaaten regeln die Einzelheiten dieser Bezugnahme.

- (2) Die Mitgliedstaaten teilen der Kommission den Wortlaut der wichtigsten nationalen Maßnahmen mit, die sie auf dem unter diese Richtlinie fallenden Gebiet erlassen.

Artikel 8
Inkrafttreten

Diese Richtlinie tritt am zwanzigsten Tag nach dem Tag ihrer Veröffentlichung im *Amtsblatt der Europäischen Union* in Kraft.

Artikel 9
Adressaten

Diese Richtlinie ist an die Mitgliedstaaten gerichtet.

Geschehen zu ... am ...

Im Namen des Europäischen Parlaments
Der Präsident

Im Namen des Rates
Der Präsident
