



eccnet.eu
5. September 2025

Förderung des Verbraucherschutzes im Rahmen der neuen EU-Verbraucheragenda

ECC-Net Strategiepapier



Inhalt

Einleitung

Stärkung der Verbraucherrechte in bestehenden und anhaltenden Problembereichen	3
Bekämpfung von digitalen Risiken, Herausforderungen des elektronischen Handels und Finanzbetrug	4
Fairness bei Warenlieferungen und Rücksendungen sicherstellen	6
Schutz der Verbraucher vor Betrug und Finanzbetrug	12
Verbesserung der Rechtsdurchsetzung, der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit und des Zugangs zum Recht	15
Förderung nachhaltiger und sicherer Verbraucherentscheidungen	18

Schlussfolgerung

22

25

Einleitung

Das Netzwerk der Europäischen Verbraucherzentren (ECC-Net) verfügt durch seine tägliche Fallarbeit bei grenzüberschreitenden Verbraucherproblemen und die diesbezügliche Datenerhebung in allen EU-Ländern über eine einzigartige Perspektive auf bestehende und neue Herausforderungen sowie Lücken im Verbraucherschutz.

Vor dem Hintergrund der Verbraucheragenda 2025–2030 der Europäischen Kommission begrüßt das ECC-Net den Fokus der Kommission auf Themen wie digitale Fairness, grenzüberschreitenden E-Commerce und Rechtsdurchsetzung.

In diesem Positionspapier werden Erkenntnisse aus der Fallbearbeitung des ECC-Net sowie aus aktuellen Stellungnahmen¹ gebündelt. Im Fokus stehen die Bewältigung teilweise schon seit langem bestehender Missstände sowie neuer Herausforderungen.

Ziel ist es, anhand einiger, wenn auch nicht abschließender Beispiele, Schwerpunkte für eine ambitionierte Verbraucheragenda aufzuzeigen, die mit praxisnahen Lösungen Probleme nahe am Verbraucheralltag angehen.

1. [Publications | European Consumer Centers Network](#)

Stärkung der Verbraucherrechte in bestehenden und anhaltenden Problembereichen



Flugreisen und multimodaler Verkehr

Die vom ECC-Net bearbeiteten Beschwerden zeigen, dass es im Personenverkehr, insbesondere im Flugverkehr, nach wie vor Probleme gibt. Verbraucher haben immer noch mit unklaren Zuständigkeiten und dem „Ping-Pong“ zwischen Fluggesellschaften und Ticketvermittlern zu kämpfen, wenn Flüge verspätet sind oder annulliert werden. Das ECC-Net hat vor kurzem ein ausführliches Strategiepapier veröffentlicht [Towards a more effective air passenger rights regulation | European Consumer Centers Network](#), in dem alle bei der Fallbearbeitung festgestellten Probleme von Fluggästen aufgelistet sind.² Das ECC-Net wünscht sich, dass die Institutionen die Überarbeitung der Verordnung 261/2004 über Fluggastrechte bald abschließen und erhofft sich eine Überarbeitung, in der 20 Jahre Rechtsprechung durch den EUGH respektiert wird und sich auch mit Herausforderungen wie Flugunterbrechungen und Insolvenzen von Fluggesellschaften befasst.

2. [Towards a more effective air passenger rights regulation | European Consumer Centers Network](#)

Das ECC-Net hat der Generaldirektion Mobilität und Verkehr (GD Move) auch Beiträge zu anderen Verordnungen über Fahrgastrechte geliefert, die bei der Überarbeitung der Rechte von Bahn-, Bus- und Schiffsreisenden berücksichtigt werden sollten.

Autovermietung

Ein weiterer Bereich, der Anlass zur Sorge gibt, ist die Autovermietung, die das ECC-Net als „wilden Westen“ betrachtet, da es keine spezifischen EU-Vorschriften für diesen Sektor gibt und die Vertragsklauseln eine ungerechtfertigte Benachteiligung von Verbrauchern gegenüber den Anbietern darstellen. Die Verbraucher berichten weiter häufig über Probleme wie **unangemessen hohe Schadensgebühren, überraschende Gebühren oder Streitigkeiten über den Zustand des Fahrzeugs**. Der Versuch, ungewünschtes Verhalten durch einen Verhaltenskodex zu regulieren scheiterte daran, dass bislang nur große Anbieter für ihre Premiummarken dem zustimmten. Das ECC Net empfiehlt deshalb nun die Entwicklung eines EU-weiten Rahmens für Autovermietungen, um **grundlegende Fairness- und Transparenzpflichten einzuführen**. So sollten die Vermieter verpflichtet werden, das Fahrzeug bei der Abholung und Rückgabe im Beisein des Verbrauchers zu inspizieren; wird keine gemeinsame Inspektion durchgeführt, so sollte jede spätere Schadensersatzforderung des Unternehmens als ungültig gelten. Zusatzkosten dürfen nur mit ausdrücklicher **schriftlicher Zustimmung** des Kunden erhoben werden, die Verwendung von Vorautorisierungen auf Kreditkarten müssen für diese Fälle ausgeschlossen sein. Alle Gebühren und Versicherungsoptionen sollten klar dargestellt und schriftlich vereinbart werden und die Verbraucher sollten immer eine physische oder **digitale Kopie des Mietvertrags** erhalten. Solche Maßnahmen würden Missbräuche wie undokumentierte Schadensersatzansprüche eindämmen und die Praktiken der Autovermietung im gesamten Binnenmarkt vereinheitlichen. Das ECC-Net hat vor kurzem ein detailliertes Papier zu allen vom Network identifizierten Problemen bei der Autovermietung veröffentlicht.³

3. [Publications | European Consumer Centers Network](#)

Bekämpfung von digitalen Risiken, Herausforderungen des elektronischen Handels und Finanzbetrug



Bekämpfung von Dark Patterns und unlauteren Online-Praktiken

Im Zuge der Digitalisierung der Märkte sieht das ECC-Net einen Anstieg der Verbraucherbeschwerden über manipulative Webseiten- und App-Designs. Der geplante Digital Fairness Act der Kommission erkennt die Bekämpfung von Problemen, die sich aus **Dark Patterns**, irreführendes Influencer-Marketing und süchtig machende App-Funktionen ergeben, als wichtige Ziele an.

Das ECC-Net unterstützt diese Richtung voll und ganz und drängt darauf, dass bestimmte unlautere digitale Praktiken im EU-Verbraucherrecht ausdrücklich verboten werden. Diese irreführenden Designtechniken (vorausgefüllte Kästchen, verwirrende Schnittstellen, versteckte Opt-outs usw.) werden zunehmend eingesetzt, um Verbraucher zu Entscheidungen zu bewegen, die sie sonst nicht treffen würden. Wir empfehlen, die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (UCPD) dahingehend zu ändern, dass bestimmte gängige Dark Patterns in ihrem Anhang I auf eine schwarze Liste gesetzt werden. So sollten beispielsweise Praktiken

wie die absichtliche Erschwerung der Kündigung eines Abonnements oder Preiserhöhungen im letzten Moment während der Kaufabwicklung („Drip-Pricing“ oder **dynamische Preisgestaltung**, die den Verbraucher im letzten Moment des Zahlungsvorgangs überraschen) als unlautere Praktiken untersagt werden. Ebenso können eine datengestützte **personalisierte Preisgestaltung oder ein Targeting**, das für den Nutzer undurchsichtig ist, nachteilig sein. Wenn die Personalisierung von Angeboten oder Preisen für den Verbraucher nicht völlig transparent ist, sollte sie nicht erlaubt sein. Die Verbraucher haben ein Recht darauf zu wissen, wann und auf welcher Grundlage sie von einem Algorithmus gesteuert werden - andernfalls untergraben solche personalisierten Geschäftspraktiken die bewusste Entscheidung.

Die künftige Gesetzgebung sollte zukunftssicher sein und Entwicklungen wie Social Commerce, Super-Apps und E-Commerce-Plattformen, die verschiedene Einzelhandelsbereiche kombinieren, bereits berücksichtigen. Gerade auch neue Entwicklungen müssen hier mitberücksichtigt werden, wie die genannten Superapps. Dies sind multifunktionale digitale Plattformen, die verschiedene Dienste in einer einzigen App integrieren – beispielsweise Messaging, Shopping, Zahlungen, Reisebuchungen und vieles mehr. Damit können Unternehmen riesige Mengen an Verbraucherdaten sammeln und das Verhalten der Nutzer in verschiedenen Bereichen ihres digitalen Lebens beeinflussen. Ihre zunehmende Dominanz bringt neue Herausforderungen für den Verbraucherschutz mit sich, da sie häufig die Grenzen zwischen verschiedenen Diensten verwischen, die Transparenz einschränken und es den Nutzern erschweren, unlautere Praktiken zu erkennen oder fundierte Entscheidungen zu treffen.

Ein immer wiederkehrendes Problem ist die **irreführende Gestaltung** und Nutzung von **Landing Pages** im Online-Handel. Verbraucher werden oft über Suchmaschinen oder gesponserte Anzeigen auf Landing Pages geleitet, die das Erscheinungsbild offizieller oder bekannter Einzelhändler imitieren, in Wirklichkeit aber zu nicht verbundenen oder nicht autorisierten Verkäufern gehören. Diese Seiten können irreführendes Branding verwenden, Zugehörigkeiten suggerieren, die nicht existieren oder die wahre Identität des Händlers verschleiern. Bei einigen handelt es sich sogar um eine völlig betrügerische Aneignung der Identität.

Dieses Problem in Verbindung mit der Zunahme von Geschäftspraktiken wie **Dropshipping**, bei denen die Händler oft nicht ihren richtigen Namen und Standort angeben und ihre Webseiten-Registrierung verbergen, führt dazu, dass die Verbraucher gleich zu Beginn ihrer Transaktion in die Irre geführt werden und häufig unter Vorspiegelung falscher Tatsachen Vertrauen in einen Händler oder eine Dienstleistung setzen. Auch wenn der derzeitige Rechtsrahmen gegen diese Täuschung in der Anfangsphase vorgeht, bleibt die Durchsetzung fragmentiert. Das ECC-Net empfiehlt, dass künftige EU-Verbraucherschutzvorschriften, einschließlich Aktualisierungen der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken, die Verwendung irreführender Landing-

Page-Praktiken eindeutig verbieten und eine Transparenzpflicht vom ersten Punkt der Verbraucherinteraktion an auferlegen, insbesondere wenn es sich um gesponserte Inhalte oder bezahlte Platzierung handelt oder wenn Händler Infrastrukturen in Drittländern nutzen. Eine stärkere Überwachung von Online-Werbeökosystemen und die Gewährleistung, dass Plattformen die Verantwortung für irreführende kommerzielle Inhalte übernehmen, würden dazu beitragen, das Vertrauen der Verbraucher in digitale Marktplätze wiederherzustellen.

Die komplexe Frage für ECCs besteht darin, eine rechtliche Diskussion über die Fairness einer Website zu führen. In zahlreichen Fällen tragen Verbraucher vor, dass sie ungewollt einen Vertrag mit diesem Webshop abgeschlossen hätten. Den Nachweis, ob es sich um eine ungesetzliche Täuschung durch den Anbieter oder um einen dem Verbraucher zurechenbaren Fehler handelt, ist oftmals strittig und nicht mehr nachweisbar. Die Anzahl der Fälle sollte somit ausschlaggebend sein, um den CPCs die Befugnis zu erteilen, einen Webshop offline zu nehmen oder vorübergehend zu sperren, bis der Webshop die erforderlichen Nachweise erbringt.

Abofallen und Kündigungsrechte

Das ECC-Net erhält nach wie vor viele Beschwerden über so genannte „Abo-Fallen“ - Situationen, in denen Verbraucher in wiederkehrende Abonnements gelockt werden (oft über eine kostenlose Testphase oder ein günstiges Einführungsangebot) und dann Schwierigkeiten haben, rechtzeitig zu kündigen. Ein typisches Beispiel ist ein kostenloses Probeabonnement für einen Dienst, das automatisch in ein kostenpflichtiges Abonnement umgewandelt wird, oder irreführende Angebote in sozialen Medien, die auf inoffizielle Seiten von kurzer Existenz verweisen, die die Beweisführung erschweren. Hinzukommt für Verbraucher, dass die Bedingungen des Probeabonnements schwer zu erkennen sind, oder sie versuchen zu kündigen, haben aber Probleme den Händler überhaupt zu erreichen. Um hier Abhilfe zu schaffen, bedarf es der Einführung einfacher Kündigungsmechanismen mit zwei bis maximal drei Klicks für jedes Online-Abonnement, die sich an den bewährten Praktiken orientieren, die in einigen Mitgliedstaaten bereits gesetzlich verankert sind. In Deutschland und Frankreich wurden bereits Gesetze erlassen, die einen Kündigungs-Button vorschreiben, so dass der Vertrag genauso einfach gekündigt wie geschlossen werden kann. Nach österreichischem und französischem⁴ Recht muss der Verbraucher ein bis drei Monate vor dem Verlängerungsdatum durch einen Brief oder eine spezielle E-Mail über die bevorstehende Vertragsverlängerung und die Kündigungsmodalitäten informiert werden.

4. „Châtel“-Gesetz

Die Verankerung dieses Grundsatzes auf EU-Ebene würde unnötige Hürden für Verbraucher deutlich abbauen, ausbeuterische Kundenbindungsstrategien verhindern und zugleich Anreize für Unternehmen schaffen, transparent und nachvollziehbar zu kommunizieren.

Darüber hinaus sollte im Verbraucherrecht das Widerrufsrecht bei kostenlosen Testversuchen, die in kostenpflichtige Verträge übergehen, geklärt werden. Derzeit besteht Unklarheit darüber, wann die 14-tägige Widerrufsfrist gemäß der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher beginnt, wenn ein digitaler Dienst zunächst als kostenloser Testzugang angeboten wurde. Das ECC-Net schlägt vor, dass bei der Umwandlung von kostenlosen in kostenpflichtige Dienste das Widerrufsrecht ab dem Zeitpunkt gilt, an dem der Verbraucher zum ersten Mal zur Zahlung in Anspruch genommen wird und nicht schon ab dem Beginn der Testphase. Dies würde den Verbrauchern eine faire Chance geben, die Dienstleistung zu bewerten, sobald die Zahlung einsetzt, und sie würden ihr Widerrufsrecht nicht während eines kostenlosen Zeitraums verlieren. Die Testphase muss ein Plus zum sofortigen Vertragsabschluss sein. Sie wird für den Verbraucher als unverbindlich wahrgenommen und darf aus diesem Grund nicht das Vertrags-Widerrufsrecht aufweichen. Generell sollten Unternehmen verpflichtet sein, die Verbraucher daran zu erinnern, bevor eine kostenlose Testphase endet und eine Zahlungsverpflichtung beginnt. Zusätzlich sind viele Abofallen in der Regel mit einem „Sofortservice“ verbunden, wie z. B. dem Zugang zu einem Kundenbereich, einem Standarddokument, das den Verbrauchern zur Verfügung steht, und ähnliches, so dass die Unternehmer das Widerrufsrecht ausschließen können, wenn der Verbraucher ausdrücklich zugestimmt hat. Das ECC-Net hat jedoch viele Varianten gesehen, bei denen die ausdrückliche Zustimmung fraglich ist und eine harmonisierte Durchsetzung in der gesamten EU notwendig ist.

Schutz von schutzbedürftigen Verbrauchern und Minderjährigen im Internet

Während die Entwicklung der digitalen Umgebung für viele Verbraucher nur schwer nachvollziehbar ist, hat sich die Gruppe der besonders schutzbedürftigen Verbraucher in den letzten Jahren stark vergrößert. Im Grunde könnten alle Verbraucher als schutzbedürftig gelten – aufgrund von Zugangsbeschränkungen und eingesetzten Techniken.

Eine besonders schutzbedürftige Gruppe, die besondere Aufmerksamkeit verdient, sind jedoch Kinder und Jugendliche. In der Praxis könnte dies bedeuten, dass für Dienste, die wahrscheinlich von Minderjährigen oder schutzbedürftigen Verbrauchern genutzt werden, stärkere Schutzmaßnahmen als Standard vorgeschrieben werden. Wir begrüßen den aktuellen Schwerpunkt der Kommission, die digitale Welt für junge Verbraucher

sicherer zu machen. Konkret schlägt das ECC-Net vor, **süchtig machende Designmerkmale** einzuschränken – etwa endloses Scrollen, automatisch abspielende Videos oder spielerisch gestaltete Einkaufsbelohnungen – insbesondere, aber nicht ausschließlich, wenn sie sich an Minderjährige richten. Digitale Dienste sollten eine Opt-out-Option für solche Funktionen anbieten oder sie standardmäßig deaktivieren.

Bei Online-Spielen und Apps, die bei Kindern beliebt sind, ist besondere Vorsicht bei In-App-Käufen und virtuellen Währungen geboten. Das ECC-Net schlägt vor, vollständige Transparenz über die Kosten in echtem Geld für jede „virtuelle Währung“ (z. B. Spieljuwelen oder Token) zu verlangen, um Minderjährige nicht über den Wert ihrer Käufe zu täuschen. Darüber hinaus sollten Spiele, die sich an Minderjährige richten, überhaupt keine undurchsichtigen virtuellen Währungen zur Monetarisierung verwenden – junge Verbraucher neigen besonders dazu, zu viel auszugeben, wenn die tatsächlichen Kosten durch abstrakte Währungen verschleiert werden. Wir unterstützen ein Verbot manipulativer Verkaufsstrategien in Spielen, die Minderjährige zu Käufen verleiten, und empfehlen, Online-Spiele ganzheitlich auf Verbraucherrisiken zu prüfen. Falls nötig, sollte ein spezieller Rechtsrahmen entwickelt werden, um Themen wie Lootboxen, Pay-to-Win-Modelle und andere potenziell schädliche oder ausbeuterische Praktiken im Gaming-Bereich zu regeln – oder diese sollten im Rahmen des Digital Fairness Act behandelt werden.

Schließlich ist es entscheidend sicherzustellen, dass **automatisierte Online-Interaktionen** (wie Chatbot-Kundendienste oder KI-basierte „digitale Assistenten“) keine Barrieren für schutzbedürftige Verbraucher darstellen. Unternehmen, die KI-Chatbots einsetzen, sollten verpflichtet sein, Nutzer klar darüber zu informieren, dass sie mit einer Maschine interagieren und einen einfachen Weg zu einem menschlichen Ansprechpartner bereitstellen. Das ECC-Net hat viele Fälle beobachtet, in denen Verbraucher – insbesondere weniger technikaffine – in einer Sackgasse landeten, weil Chatbots keine hilfreichen Antworten gaben und kein menschlicher Support verfügbar war. Die kommende Agenda sollte das Prinzip „Mensch in der Schleife“ durchsetzen: Kein Verbraucher darf im Bedarfsfall ohne echten menschlichen Kundendienst bleiben – unabhängig vom Automatisierungsgrad.

Influencer Marketing and Consumer Trust

Der Aufstieg von Influencern in den sozialen Medien als Marketingkanal hat neue Risiken in Form von irreführender Werbung, verdeckten Aktionen und sogar Betrug gegenüber Verbrauchern mit sich gebracht. Influencer können Millionen von Followern erreichen, wodurch die Grenze zwischen persönlicher Beratung und bezahlter Werbung oft verschwimmt. Das ECC-Net ist der Ansicht, dass es an der Zeit ist, **die Praktiken des Influencer-Marketings** auf EU-Ebene **zu regeln**, um die Verbraucher zu schützen.

Frankreich hat eine Gesetzgebung zur Eindämmung des Missbrauchs durch Influencer eingeführt, die bestimmte Werbemaßnahmen (wie zum Beispiel für Schönheitsoperationen und risikoreiche Finanzprodukte) verbietet, eine klare Offenlegung gesponserter Inhalte vorschreibt und sogar verpflichtet, dass Influencer mit Sitz außerhalb der EU einen gesetzlichen Vertreter in der EU benennen müssen. Das französische Gesetz definiert auch den Begriff „Influencer“ in rechtlicher Hinsicht und macht sowohl den Influencer als auch die Marke gemeinsam für die Einhaltung der Vorschriften verantwortlich. Das ECC-Net empfiehlt der EU, auf diesem Modell aufzubauen: eine Definition des Begriffs „Influencer-Marketing“ in den Rechtsrahmen für unlautere Geschäftspraktiken aufzunehmen und die Haftung auf alle beteiligten Akteure (Influencer, Vermittler und den Werbetreibenden/die Marke) auszudehnen, um sicherzustellen, dass die Werbung wahrheitsgemäß ist und den Vorschriften entspricht. Die Verbraucher sollten klar darüber informiert werden, wenn Inhalte gesponsert oder retuschiert werden, und unlautere Praktiken⁵ müssen nach dem Verbraucherrecht effektiv unterbunden werden können. Die Aufnahme dieser Bestimmungen in die EU-Gesetzgebung sorgt für gleiche Wettbewerbsbedingungen und verhindert, dass ehrliche Influencer und Unternehmen gegenüber missbräuchlich agierenden Akteuren benachteiligt werden. Die Influencer-Wirtschaft kann nur dann nachhaltig florieren, wenn die Verbraucher den Inhalten, die sie online sehen, vertrauen können.



5. z. B. Influencer, die betrügerische Behauptungen über Produkte aufstellen

Fairness bei Warenlieferungen und Rücksendungen sicherstellen



Schluss mit den Dropshipping-Überraschungen

Das ECC-Net hat einen starken Anstieg von Verbraucherbeschwerden im Zusammenhang mit Dropshipping-Praktiken beobachtet, bei denen Waren häufig von Zwischenhändlern verkauft werden, die weder über Lagerbestände verfügen noch die volle Verantwortung für die Transaktion übernehmen. Die Verbraucher sind sich häufig nicht bewusst, dass sie bei einem Dropshipping-Unternehmen kaufen, was zu einer Reihe von Problemen führt, wie z. B. mangelnde Transparenz bei den Lieferzeiten, Schwierigkeiten beim Zugang zum Kundendienst und unklare oder unzugängliche Rücksendungsrichtlinien - vor allem, wenn die Rücksendung in Drittländer zu hohen Kosten erfolgen muss. Viele Dropshipping-Webseiten führen die Verbraucher auch mit Taktiken wie gefälschten Knappheitsmeldungen, ungeprüften Umweltaussagen oder dem Anschein lokaler Herkunft in die Irre, wenn die Waren von außerhalb der EU verschickt werden.

Eine wachsende Zahl von Dropshipping-Unternehmen wird über Social-Media-Plattformen wie Instagram beworben, häufig von Influencern, die scheinbar lokale oder hochwertige Produkte anpreisen, die in Wirklichkeit aus Drittländern stammen. Diese „Social-Media-Shops“ stellen ein neues und wachsendes Risiko dar, da sie die Grenzen zwischen Marketing und tatsächlicher Verantwortung im Einzelhandel verwischen.

Das ECC-Net empfiehlt, dass die EU-Gesetzgebung die vollständige Offenlegung der Lieferkette, einschließlich der Versandherkunft und der Rückgabebedingungen, in einer klaren, transparenten und einfach zugänglichen

Weise vor dem Kauf vorschreibt. Außerdem sollten alle Verkäufer, die sich an Verbraucher in der EU wenden - unabhängig von ihrem Standort - verpflichtet sein, eine Rücksendeadresse in der EU anzugeben, die Einhaltung der Produktsicherheit zu gewährleisten und einen angemessenen Kundendienst anzubieten. Darüber hinaus sollten Internetplattformen, die die Gründung von Dropshipping-Unternehmen ermöglichen, nur den rechtlichen Anforderungen entsprechende Webseiten veröffentlichen dürfen.⁶ Influencer, die für Dropshipping-Waren werben, sollten im Einklang mit der französischen Gesetzgebung direkt für Produktaussagen und Produktsicherheit verantwortlich gemacht werden⁷. Ausführlichere Empfehlungen finden Sie im Positionspapier des ECC-Net: <https://www.eccnet.eu/publication/dropshipping-recommendations-regulation-eu-level>.

Bessere Zustelldienste und grenzüberschreitende Paketabfertigung

Die rechtzeitige und zuverlässige Zustellung von Waren ist ein wesentlicher Bestandteil des elektronischen Handels. Das ECC-Net hat viele Fälle beobachtet, in denen Pakete verschwunden sind, erhebliche Verzögerungen aufgetreten sind oder grenzüberschreitende Lieferungen schlecht bearbeitet wurden. Das ECC-Net empfiehlt, die Durchsetzung von Zustellungsstandards in der gesamten EU zu stärken. Dazu könnten regelmäßige Audits von Liefer- und Kurierdiensten sowie Strafen oder Sanktionen für diejenigen gehören, die systematische Lieferfehler begehen. Oftmals hat der Verbraucher bereits den Kaufpreis bezahlt und fühlt sich machtlos, wenn das Paket auf dem Transportweg verloren geht, und Verkäufer und Transportunternehmen sich wechselseitig die Verantwortung zuweisen, derweil der Käufer weder Ware noch die Rückerstattung des Kaufpreises erhält. Eine wirksame Aufsicht, möglicherweise durch eine EU-Stelle oder eine verbesserte Zusammenarbeit zwischen den nationalen Postregulierungsbehörden, könnte dazu beitragen, grenzüberschreitende Zustellungsstreitigkeiten effizienter zu lösen.

Gleichzeitig basiert der Rechtsrahmen für die Transport- und Paketzustellung nach wie vor weitgehend auf veralteten Gesetzen, die aus der Zeit vor dem E-Commerce-Boom stammen. Diese Rahmenbedingungen lassen oft Haftungslücken, vor allem wenn der Verbraucher nie in den physischen Besitz des Pakets gelangt. In solchen Fällen schlägt das ECC-Net vor, eine automatische Umkehr der Beweislast einzuführen: Meldet der Verbraucher, dass er das Paket nie erhalten hat, sollte das Transportunternehmen gegenüber dem Verkäufer voll haften. Auf diese Weise müssten die Beförderungsunternehmen die erfolgreiche Zustellung nachweisen und sicher-

6. Compliance by design

7. In Frankreich bereits gesetzlich geregelt

stellen, dass die Verkäufer eine entsprechende Erstattung oder Entschädigung erhalten, ohne dass die Last auf den Verbraucher abgewälzt wird. Da Gewerbetreibende in der Regel keine Kurierbedingungen aushandeln oder ändern können, sollte das EU-Recht sicherstellen, dass Plattformen und Logistikanbieter im Rahmen einer klaren und fairen Haftungsstruktur arbeiten, die weder den Verkäufer noch den Verbraucher für Zustellungsfehler bestraft, auf die sie keinen Einfluss haben.

Einen genaueren Blick auf die vom ECC-Net ermittelten Probleme bei der Paketzustellung finden Sie unter <https://www.eccnet.eu/publication/parcel-delivery-challenges-addressed-ecc-net-e-commerce-sector>.

Digital erbrachte Dienstleistungen in sensiblen Bereichen - insbesondere mit aufkommenden Praktiken wie appbasierten medizinischen oder Wellness-Diensten: Das ECC-Net ist besorgt über die Zunahme „digital unterstützter medizinischer Behandlungen“, die direkt von kommerziellen Unternehmen ohne angemessene medizinische Überwachung angeboten werden. Um die Verbraucher (und Patienten) zu schützen, schlagen wir die Entwicklung eines Rechtsrahmens vor, der klarstellt, dass alle gesundheitsbezogenen digitalen Dienstleistungen, die sich an Verbraucher richten, von qualifizierten Fachleuten erbracht werden müssen. So sollten beispielsweise Diagnose- oder Therapieberatungs-Apps unter der Aufsicht von zugelassenen Ärzten stehen, nicht nur von Technologieunternehmen, um Qualität und Sicherheit zu gewährleisten. Während Innovationen im Bereich der elektronischen Gesundheitsdienste zu begrüßen sind, müssen Verbraucherschutz- und Gesundheitsvorschriften Schritt halten, damit gefährdete Verbraucher nicht durch ungeprüfte digitale Behandlungen irregeführt oder geschädigt werden.

Schutz der Verbraucher vor Betrug und Finanzbetrug



Bankbetrug und Rückerstattung

Betrügerische Machenschaften, die auf das Geld der Verbraucher abzielen, werden immer trickreicher, von Online-Kaufbetrug bis hin zu Betrug bei Banküberweisungen (autorisierter Push-Zahlungsbetrug). Das ECC-Net begrüßt die Bemühungen in einigen Ländern, die Verbraucher besser zu informieren, bevor sie eine Zahlung bestätigen, und den Opfern von Betrug eine bessere Rückerstattung zu garantieren. Im Vereinigten Königreich beispielsweise müssen die Banken nach neuen Vorschriften, die 2024 in Kraft traten, die Opfer von autorisiertem Push-Payment-Betrug in den meisten Fällen entschädigen, wobei die Kosten für die Erstattung je zur Hälfte von der sendenden und der empfangenden Bank getragen werden. Die meisten Opfer sollen nach diesem Modell innerhalb von fünf Geschäftstagen entschädigt werden. Eine solche Regelung schafft Anreize für Zahlungsdienstleister, die Betrugsprävention zu verbessern (da beide Seiten die Kosten von Betrugereien tragen), und stellt sicher, dass die Verbraucher nicht auf dem Schaden raffinierter Betrugereien sitzen bleiben. Das ECC-Net begrüßt die Fortschritte bei der vorgeschlagenen EU-Verordnung über Zahlungsdienste und der PSD3, die einen besseren Schutz der Verbraucher vor Bankbetrug - insbesondere vor Betrug durch autorisierte Push-Zahlungen (APP) - versprechen. Der gemeinsame Standpunkt des Rates unterstützt einen umfassenden Rahmen zur Betrugsbekämpfung, der sowohl Banken als auch Zahlungsanbieter dazu verpflichtet, betrugsrelevante Informationen auszutauschen, die Überprüfung von IBAN-Zahlungen einzuführen und die Transparenz von Gebühren vor Abhebungen am Geldautomaten und Kartentransaktionen sicher-

zustellen. Darüber hinaus sehen die jüngsten Änderungen unter der Zahlungs-Dienste-Richtlinie (PSD3) und die begleitende Verordnung nun Erstattungen für Betrugsopfer vor, die zur Genehmigung von Zahlungen verleitet wurden, und machen sowohl Zahlungsdienstleister als auch Anbieter elektronischer Kommunikationsdienste in Fällen von betrügerischen Überweisungen haftbar. Das ECC-Net geht davon aus, dass diese Vorschriften noch im laufenden Gesetzgebungsverfahren verbindlich werden, und drängt darauf, dass in dem künftigen Gesetz klare Erstattungspflichten verankert werden, die keine unangemessenen Verzögerungen oder Nachteile für die Verbraucher mit sich bringen, und dass der Rechtsschutz für alle Zahlungsarten gestärkt wird. Sobald diese Reformen umgesetzt sind, haben sie das Potenzial, den Verbrauchern Sicherheit zu geben, indem sie ein System schaffen, in dem die Opfer von Betrug geschützt sind und die Finanzinstitute eine klare Verantwortung für die Verhinderung von und die Reaktion auf Betrug tragen.

Ein Unterstützungsnetzwerk als erste Anlaufstelle für Geschädigte: Die ECCs sind regelmäßig eine der ersten Anlaufstellen für Verbraucher, die Opfer eines Betrugs im Zusammenhang mit Verbraucherangelegenheiten geworden sind. Dies ist ein dringender Aufruf aus den Erfahrungen des grenzüberschreitenden Verbraucherschutzes, die Unterstützung der Geschädigten zu verbessern. Wenn dies in Angriff genommen wird, kann das ECC-Netzwerk Teil dieses Sicherheitsnetzes sein, indem es grundsätzlich als erste Anlaufstelle fungiert und Verbraucher sodann sicher an weitere Akteure vermittelt.

Erhöhte Zahlungssicherheit und Überwachung

Neben den Erstattungsansprüchen ist es von entscheidender Bedeutung, Betrug von vornherein zu verhindern. Das ECC-Net setzt sich für eine kontinuierliche Verbesserung der Verbraucherauthentifizierung und der Sicherheitsmaßnahmen ein. Die starke Kundenauthentifizierung im Rahmen der PSD2 hat geholfen, aber Betrüger passen sich schnell an. Die neue Verbraucheragenda sollte **sicherere und dennoch benutzerfreundliche Authentifizierungsmethoden** fördern - zum Beispiel biometrische Verifizierung, robuste Zwei-Faktor-Verfahren, die für die Verbraucher einfach anzuwenden sind, und vielleicht KI-gestützte Betrugserkennung, die den Kunden nicht übermäßig belastet. Zahlungsanbieter und digitale Wallet-Dienste müssen den Nutzern gegenüber auch völlig transparent sein, wie ihre Daten verwendet und gespeichert werden. Die Verbraucher sollten in Kenntnis der Sachlage ihre Zustimmung zu jeder Datenweitergabe geben, insbesondere wenn Zahlungsdaten für die Erstellung von Geschäftsprofilen genutzt werden könnten. Das ECC-Net befürwortet auch die Forderung nach einer fortschrittlichen Betrugsüberwachung und schnellen Meldekanälen. Zahlungsunternehmen sollten modernste Betrugserkennungssysteme einsetzen und verpflichtet werden, auf Warnzeichen (wie ungewöhnliche Transaktionsmuster) zu reagieren, um Betrügereien

in Echtzeit zu stoppen. Außerdem sollten sie es den Verbrauchern leicht machen, einen Betrugsverdacht zu melden, und dafür sorgen, dass diese Meldungen zügig untersucht werden. Im Wesentlichen **müssen Betrugsprävention und -bekämpfung zu den Hauptaufgaben** der Finanzinstitute gehören, nicht zu den optionalen Bemühungen.

Durchsetzung von Artikel 8 der SEPA-Verordnung: Im Falle von Co-Branding-Karten müssen die Verbraucher auf Webseiten die Möglichkeit haben, den von ihnen gewünschten Zahlungsweg zu wählen: national, bankintern, internationale Kreditkarte usw., da die Garantien unterschiedlich sein können. Derzeit geben der Händler und letztlich der Anbieter des Zahlungsterminals die Kanäle vor, die der Verbraucher ändern müsste.

Auf vielen Webseiten kann der Verbraucher beispielsweise zwischen sofortiger Kartenzahlung, Sofortkauf, späterer Zahlung oder Rechnung wählen, aber alle Karten werden in einem präsentiert, ohne dass der Verbraucher eine echte Wahl treffen kann. Dies könnte zum Beispiel dazu führen, dass er keine Rückbuchungsmöglichkeiten mehr hat.

Verbesserung der Rechtsdurchsetzung, der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit und des Zugangs zum Recht



Selbst die besten Verbraucherrechte nützen wenig, wenn sie in der Praxis nicht durchgesetzt werden können. Die Bearbeitung von Fällen durch das ECC-Net hat mehrere strukturelle Mängel bei der Rechtsdurchsetzung und beim Rechtsschutz aufgezeigt, insbesondere in grenzüberschreitenden Situationen. Wir schlagen eine Reihe von Maßnahmen vor, um sicherzustellen, dass die Verbraucherrechte wirklich greifen und die Verbraucher ihre Streitigkeiten effizient beilegen können.

Stärkeres Vorgehen gegen Nicht-EU-Händler

Eine wachsende Herausforderung ist der Zustrom von Händlern aus Nicht-EU-Ländern, die über Online-Plattformen und Marktplätze direkt an EU-Verbraucher verkaufen. Viele problematische Webshops haben ihren Sitz außerhalb der EU, so dass es für die europäischen Behörden schwierig ist, sie zur Rechenschaft zu ziehen, wenn sie gegen das EU-Verbraucherrecht verstoßen. Das ECC-Net empfiehlt, dass jeder Händler aus einem Drittland, der an EU-Verbraucher verkauft, einen gesetzlichen Vertreter in der EU haben muss, der für die Einhaltung der

Vorschriften verantwortlich gemacht werden kann. Artikel 13 des DSA besagt, dass Anbieter von Vermittlungsdiensten (einschließlich Online-Marktplätzen), die nicht in der EU niedergelassen sind, aber Dienstleistungen in der EU anbieten, einen gesetzlichen Vertreter in der EU benennen müssen.⁸ Diese Verpflichtung gilt nicht direkt für die einzelnen Händler aus Drittländern, die eine Plattform nutzen, sondern für den Vermittler selbst, d. h. die Plattform oder den Marktplatz.

Darüber hinaus ermöglicht die geänderte ADR-Richtlinie Händlern aus Drittländern eine freiwillige Teilnahme an der Streitbeilegung. Dies könnte für europäische Verbraucher hilfreich sein, löst jedoch nicht das grundlegende Problem.

Modernisierung des CPC-Netzes und grenzüberschreitende Zusammenarbeit

Die EU-Verordnung über die Zusammenarbeit im Verbraucherschutz (CPC) hat die Koordinierung zwischen den nationalen Behörden zwar verbessert, sie bleibt jedoch langsam und schwerfällig. Wir schlagen vor, den CPC-Mechanismus weiter zu straffen. Eine Idee ist, die IT-Plattform (das Binnenmarkt-Informationssystem, IMI) zu verbessern, um sie benutzerfreundlicher zu machen und eine schnelle Meldung und Bearbeitung von Fällen zu ermöglichen. Die Behörden sollten in die Lage versetzt werden, aufkommende Betrügereien oder Verstöße schneller zu erkennen und festzustellen, ob andere IMI-Nutzer dasselbe Problem bemerkt haben. Das ECC-Net schlägt vor, **qualifizierten Verbraucherorganisationen und -netzen (wie dem ECC-Net selbst)** einen gewissen Zugang zum Warnsystem des CPC zu gewähren oder ihnen zumindest die Möglichkeit zu geben, Informationen über grenzüberschreitende Probleme einzuspeisen. Heutzutage werden Warnungen meist nur von Behörden ausgesprochen, aber viele Hinweise auf Verbraucherrechtsverletzungen stammen aus Verbraucherbeschwerden und NGO-Berichten. Wenn das ECC-Net oder Verbraucherverbände Warnmeldungen eingeben könnten - oder einen öffentlich zugänglichen Teil des Warnsystems sehen könnten, in dem z. B. der Name eines Händlers und die Art des Verstoßes angegeben werden -, könnte dies die Wahrnehmung und das gemeinsame Vorgehen erheblich beschleunigen und verbessern. Das ECC-Net empfiehlt außerdem, dass sich andere Mitgliedstaaten einer Warnmeldung oder Maßnahme eines Mitgliedstaats gegen einen betrügerischen Händler leicht anschließen können (eine Art Opt-in für gemeinsame Ermittlungen). So kann Doppelarbeit vermieden und die Aktivitäten des Händlers auf allen betroffenen Märkten abgedeckt werden. Die Europäische Kommission sollte befugt sein, eine proaktivere Koordinierungsrolle zu

8. Eine vergleichbare und direktere Regelung ist in der Verordnung über die allgemeine Produktsicherheit vorgesehen, die im Dezember letzten Jahres in Kraft getreten ist (Artikel 16).

übernehmen. Das ECC-Netzwerk sieht der Reform der CPC-Verordnung mit großer Erwartung entgegen und ermutigt die Europäische Kommission ausdrücklich dazu, die Möglichkeiten einer verstärkten Zusammenarbeit zwischen den ECCs und den CPCs zu prüfen, um die Erkenntnisse und rechtlichen Kapazitäten des ECC-Netzwerks besser zu nutzen.

Direkte Intervention und Schließen von Rechtsprechungslücken

Die derzeitige Regelung über die Zuständigkeiten der nationalen Behörden nimmt das ECC-Net als besonders frustrierend wahr. Es kommt zu dem unbefriedigenden Ergebnis, dass sich ein Verbraucher aus Land A über einen Händler in Land B beschwert, die nationale Behörde des Verbrauchers jedoch auf die eigene Unzuständigkeit hinweist und im Rahmen der CPC-Regelungen auf die Behörde von Land B verweist. Dieses Vorgehen ist für Verbraucher nicht erklärbar und kann die Hilfeleistung erheblich verlangsamen. Das ECC-Net empfiehlt klarzustellen, dass die nationalen Durchsetzungsbehörden **befugt sein sollten, Beschwerden von ausländischen Verbrauchern oder Organisationen zu bearbeiten**, wenn sie sich auf Gewerbetreibende in ihrem Zuständigkeitsbereich beziehen. Mit anderen Worten: Wenn ein Verbraucherzentrum oder eine Verbraucherorganisation aus Mitgliedstaat A die Behörde des Mitgliedstaats B direkt über einen unseriösen Händler in B informiert, der den Verbrauchern in A schadet, sollte die Behörde in B sich nicht weigern müssen, tätig zu werden, nur weil die Beschwerde nicht über den formellen Weg im Rahmen der CPC-Regelung eingereicht wurde. Die Ermächtigung der Behörden, auf begründete externe Warnungen direkt zu reagieren, würde die Durchsetzung flexibler machen und Schlupflöcher schließen, die manche Geschäftemacher derzeit missbräuchlich nutzen.

In Fällen, in denen ein Gerichtsverfahren unvermeidlich ist, gibt es Instrumente wie das **Europäische Verfahren für geringfügige Forderungen (ESCP)** und den **Europäischen Zahlungsbefehl (EPA)**, die Verbrauchern helfen, grenzüberschreitend zu ihrem Recht zu kommen. Allerdings sind diese Instrumente bei Verbrauchern, Anwälten und Gerichten noch wenig bekannt und es bestehen weiterhin Verfahrenshürden. Das ECC-Net empfiehlt, dass die EU diese Rechtsbehelfsmechanismen verbessert und durch geeignete Maßnahmen fördert und hat hierzu ein entsprechendes Positionspapier verfasst. [Small Claims, Big Impact: Five Barriers to Justice in the European Small Claims Process | European Consumer Centers Network](#).⁹

9. Das ECC-Net hat kürzlich ein Paper zum ESCP-Verfahren und den diesbezüglichen Herausforderungen aufgrund bestehender Hindernisse veröffentlicht: [Small Claims, Big Impact: Five Barriers to Justice in the European Small Claims Process | European Consumer Centers Network](#)

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass eine vielschichtige Stärkung der Rechtsdurchsetzung und des Rechtsschutzes erforderlich ist: Einerseits ist eine engere Zusammenarbeit notwendig, um Betrüger und systematisch missbräuchlich handelnde Anbieter zu greifen, andererseits müssen zugängliche Wege für den einzelnen Verbraucher geschaffen werden, um alltägliche Probleme zu lösen. Das ECC-Net ist bereit, in beiden Bereichen behilflich zu sein: Im Wege des Austauschs von Falldaten, um Prioritäten bei der Rechtsdurchsetzung zu setzen, und indem es Verbrauchern die bestgeeigneten Lösungswege aufzeigt.

digen Rechts auf Reparatur keine Alternative vorgesehen. Dies könnte dazu führen, dass die Verbraucher im Falle der Verweigerung einer Reparatur ohne Rechtsmittel dastehen.

Um die Transparenz zu verbessern, sollte das derzeit freiwillige europäische Reparaturinformationsformular zur Pflicht gemacht werden, wenn ein Hersteller eine Reparatur verweigert. Die obligatorische Erklärung würde dazu beitragen, dass Ablehnungen begründet und in einem klaren, zugänglichen Format dokumentiert werden.

Darüber hinaus sollte ein standardisierter Link zu den Informationen über das Recht auf Reparatur in der gesamten Lieferkette am unteren Rand der einschlägigen Webseiten angezeigt werden, um sicherzustellen, dass die Verbraucher ihre Rechte leicht wahrnehmen können.

Klarstellung der Haltbarkeitsgarantie des Herstellers (Richtlinie (EU) 2024/825)

Die Haltbarkeitsgarantie des Herstellers, insbesondere wenn sie durch das künftige harmonisierte Etikett hervorgehoben wird, sollte klar definiert werden. Wie in der Richtlinie (EU) 2019/771 dargelegt, verpflichtet diese Garantie den Hersteller, für den angegebenen Zeitraum Reparatur oder Ersatz anzubieten. Es ist jedoch unklar, ob dieser Zeitraum im Falle einer Reparatur verlängert wird, wie es bei den neuen Vorschriften über das Recht auf Reparatur der Fall ist. Mehr Klarheit würde den Verbrauchern helfen, Angebote zu vergleichen und die praktischen Vorteile von Haltbarkeitsgarantien zu verstehen.

Eine weitere Angleichung zwischen der Richtlinie (EU) 2019/771 und der Richtlinie (EU) 2024/825 ist erforderlich, um zu definieren, wann eine solche Garantie gegen eine Gebühr angeboten werden kann, und um einen Missbrauch des Gütesiegels durch das Angebot begrenzter oder unklarer Vorteile zu verhindern.

Verstärkung des Digitalen Produktpasses (Verordnung (EU) 2024/1781)

Die Entwicklung des Digitalen Produktpasses im Rahmen der Verordnung (EU) 2024/1781 bietet die Möglichkeit, die Transparenz in Bezug auf produktbezogene Rechte zu verbessern. Um eine fundierte Entscheidungsfindung zu unterstützen, sollte der Pass Informationen über die gesetzliche Konformitätsgarantie, das Recht des Verbrauchers auf Nachbesserung gemäß der Richtlinie (EU) 2024/1799 und das Bestehen einer vom Hersteller angebotenen Haltbarkeitsgarantie enthalten. Die Sichtbarkeit und leichte

Auffindbarkeit dieser Informationen würden andere Instrumente der Verbraucherinformation ergänzen und zu nachhaltigeren Entscheidungen anregen.

Die Verbraucher sollten über den digitalen Produktpass darauf hingewiesen werden, dass die Inanspruchnahme einer Garantie die Möglichkeit einschränken kann, sich auf die andere zu berufen (eine solche Hinweispflicht wäre für eine künftige Version des harmonisierten Etiketts und Hinweises wünschenswert). Gegebenenfalls sollten sie über den digitalen Produktpass auch darüber informiert werden, dass sie, wenn die gesetzliche Garantie abgelaufen ist und die kommerzielle Haltbarkeitsgarantie entweder nicht angeboten wird oder abgelaufen ist, das Recht auf Nachbesserung gemäß der Richtlinie (EU) 2024/1799 haben.

Diese Informationen sollten zusammen, aber in chronologischer Reihenfolge präsentiert werden, um es den Verbrauchern zu erleichtern, ihre verschiedenen Rechte klar zu unterscheiden, fundierte Entscheidungen zu treffen und unbeabsichtigte Rechtsverluste zu vermeiden.

Zugang zu Informationen über Ersatzteile und Reparierbarkeit

Um die Wirksamkeit des Rechts auf Reparatur zu erhöhen, sollten die Verbraucher - sowohl online als auch in den Geschäften - über die Verfügbarkeit von Ersatzteilen und die Reparierbarkeit von Produkten informiert werden. Werden keine Ersatzteile geliefert, sollte dies deutlich angegeben werden. Wenn Ersatzteile verfügbar sind, sollten sie innerhalb von 15 Tagen während der geschätzten Lebensdauer des Produkts geliefert werden, auch wenn das Produkt nicht mehr produziert wird.

Rechte in Bezug auf KI

Um Verbraucher vor den Risiken von KI-Systemen zu schützen, sollten Transparenzanforderungen, Maßnahmen zur Qualitätssicherung und spezifische Haftungsvorschriften eingeführt werden. Strenge Datenschutzbestimmungen und Sicherheitsstandards sind notwendig, um personenbezogene Daten zu schützen. Zudem sollten Verbraucher über die Chancen und Risiken von KI-Systemen aufgeklärt werden.

Schlussfolgerung

Während die Europäische Kommission die Verbraucheragenda 2025-2030 entwirft, bietet das ECC-Net diese Empfehlungen an, um sicherzustellen, dass die Strategie in der Alltagsrealität der Verbraucher verankert ist. Die Erfahrungen unseres Netzwerks in ganz Europa zeigen anhand von Beispielen, wie wichtig es ist, gegen unlautere Praktiken der digitalen Ära (von Dark Pattern bis hin zu Abofallen) vorzugehen, Online-Marktplätze und -Plattformen zur Verantwortung zu ziehen, Lücken im Reise- und Verkehrsrecht zu schließen, die Verbraucher bei Finanztransaktionen zu schützen und die Rechtsdurchsetzung in einem zunehmend grenzenlosen Markt zu verstärken. Wir haben auch betont, dass der verbraucherpolitische Rahmen umfassendere Ziele wie Nachhaltigkeit und den Schutz gefährdeter Gruppen unterstützen muss, damit die Stärkung der Verbraucher mit sozialer Verantwortung einhergeht, gerade in Krisenzeiten, in denen die EU zeigen muss, dass sie sich um ihre Bürger kümmert. Der Verbraucherschutz ist ein perfekter Vektor, da er das tägliche Leben aller Europäer betrifft.

Die kommende Agenda ist eine Gelegenheit, auf den bisherigen Erfolgen aufzubauen und neue Herausforderungen entschlossen anzugehen. Es ermutigt uns, dass die Vision der Kommission bereits Vorreiterinitiativen wie den Digital Fairness Act zur Eindämmung manipulativer Online-Praktiken und den Schutz von Minderjährigen umfasst. Durch die enge Zusammenarbeit mit den EU-Institutionen und den nationalen Behörden können wir schnelle Rückkopplungsschleifen und bei Bedarf flexible politische Reaktionen gewährleisten.

Das ECC-Net sieht der bevorstehenden Verbraucheragenda erwartungsvoll entgegen und ist entschlossen, ihre Entwicklung und Umsetzung zu unterstützen. Indem wir uns gemeinsam mit den angesprochenen Themen befassen - von den Rechten bei der Autovermietung bis hin zu digitaler Fairness und Durchsetzung - können wir sicherstellen, dass das nächste Jahrzehnt der Verbraucherpolitik nicht nur an die Veränderungen auf den Märkten und in der Technologie angepasst wird, sondern die Verbraucher in ihrem täglichen Leben wirklich stärkt und schützt. Dies wird das Vertrauen in den Binnenmarkt fördern und auch seriösen Unternehmen zugutekommen, so dass ein positiver Kreislauf aus Fairness und Wachstum entsteht.

Das ECC-Net hofft, dass diese Erkenntnisse der Kommission als Anregung dienen, und wir stehen für weitere Informationen oder Diskussionen zu allen in diesem Strategiepapier angesprochenen Punkten zur Verfügung.

Finanziell unterstützt durch
die Europäische Union



European
Consumer Centres
Network



Finanziert durch die Europäische Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die des Autors / der Autoren und spiegeln nicht unbedingt die der Europäischen Union oder des Europäischen Innovationsrates und der Exekutivagentur für kleine und mittlere Unternehmen (EISMEA) wider. Weder die Europäische Union noch die Bewilligungsbehörde können dafür zur Verantwortung gezogen werden.

In Fällen, in denen eine ECC-Stelle Teil einer nationalen Behörde ist, können ihre Standpunkte – und die des Mitgliedstaats – von den Empfehlungen des ECC-Netztes abweichen.