

TOP 3.4.7 EU-Initiative „Digitaler Binnenmarkt“ und Verbraucherschutzanliegen

Im Mai 2015 veröffentlichte die EU-Kommission eine **Mitteilung zur „digitalen Binnenmarktstrategie für Europa“**. Ziel ist, Hindernisse für einen freien Binnenmarkt für Online-Aktivitäten zu beseitigen. Start-Ups wie etablierte Unternehmen sollen bessere Wachstumschancen erhalten und Europa eine weltweit führende Rolle im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien einnehmen. Die Strategie beruht auf drei Säulen: ein besserer Zugang für KonsumentInnen zum Onlinevertrieb von Waren und Diensten, ein neuer Rechtsrahmen für digitale Netze und Services und die optimale Nutzung von Wachstumspotential der digitalen Wirtschaft. Das Vorhaben dürfte KonsumentInnen überschaubare Verbesserungen bringen. Allerdings werden auch Vorhaben skizziert, die gegenüber dem Status quo eine erhebliche Verschlechterung bedeuteten.

Die Kritikpunkte: Konsumenten- und Datenschutz kommen zu kurz. Aus Sorge vor einer Nivellierung des Schutzniveaus nach unten spricht sich die AK entschieden dagegen aus, vertragsrechtliche Aspekte des Online-Handels vollständig zu vereinheitlichen. Dies betrifft sowohl den Onlinekauf herkömmlicher Waren wie auch jenen der digitalen Güter auf Abruf (Filme, Spiele etc). Bei Werbung und Jugendschutz in Onlinemedien muss ebenso darauf geachtet werden, dass eine Vereinheitlichung der Regeln nicht zu einem insgesamt niedrigeren Schutzniveau führt. Nach Schätzung der EU-Kommission wird der Handelswert persönlicher Daten 2020 allein in Europa 330 Milliarden Euro betragen. Ankündigungen wie „ein freier Binnenmarkt für Datenflüsse“ und „leichtere Handhabung von Daten“ verstärken nun die Sorge, dass strikter Datenschutz den Wachstumshoffnungen durch Big Data Dienste geopfert werden. Vor allem die aufgeworfene Frage „nach dem Eigentum an Daten“ gibt Anlass zur Befürchtung, dass das längst ausjudizierte Selbstbestimmungsrecht der KonsumentInnen an ihrer persönlichen Daten in Frage gestellt wird. Die AK forderte immer wieder wesentlich striktere Grenzen für die kommerzielle Verwertung von personenbezogenen digitalen Daten.

Positives: Begrüßt werden die Maßnahmen gegen ungerechtfertigtes Geoblocking. Angesprochen sind damit Onlinediensteanbieter, die Kaufmöglichkeiten auf ihrer Webseite abhängig von der Nationalität des Konsumenten (erkennbar an den geografischen Internetadressen) verweigern oder zu nationalen Seiten mit teureren Preisen umleiten.

AK-Initiativen: neben Positionspapieren, Pressearbeit und Studien zu einzelnen Aspekten digitaler Verbraucherrisiken (Überwachung, Datenschutz, Bonitätsbewertung, Rechtskonformität von Webseiten) lud das BMASK die AK zu einem wissenschaftlichen Beitrag zum Thema „Datenschutz und digitaler Binnenmarkt“ für sein verbraucherpolitisches Jahrbuch ein. Die EU-Kommission und das BKA ermöglichten der AK die Präsentation von digitalen Verbraucheranliegen im Rahmen der Veranstaltung „die digitale Agenda und Österreich“ im Haus der EU. Aktuell kann die AK durch Mitarbeit in einer Arbeitsgruppe der EU-Kommission zum Onlinekauf und einer weiteren des BKA und Wirtschaftsressorts zur Erarbeitung eines Strategiepapiers „digitale Roadmap“ darauf achten, dass Verbraucheranliegen nicht zu kurz kommen. Bei einer im Juli im BAK-Büro Brüssel abgehaltenen Veranstaltung „Datenschutz ist Verbraucherschutz!“ wurde nicht nur für eigene Positionen geworben, sondern auch die Kabinettschefin der Verbraucherkommissarin Jourova für die Teilnahme an der Podiumsdiskussion gewonnen. Im September engagiert sich die AK mit einem eigenen Workshop (drei Vorträge zum Thema digitaler Verbraucher- und Datenschutz) beim internationalen – in Österreich vom BKA gehosteten - Internet Governance Forum.