



1

2

3 **Beschluss Nr. 1 des Themenforums Verbraucherpolitik (13.10.2017)**

4

5 **Verbraucherschutz in der digitalen Welt**

6 *Arbeitsprogramm für das Themenforum Verbraucherpolitik*

7 Die Digitalisierung ist für uns eine große Chance, stellt uns aber in vielen
8 Politikbereichen vor große Herausforderungen. Einerseits ist sie ein großes
9 Freiheitsversprechen, andererseits beinhaltet sie ein ebenso großes Potenzial der
10 Freiheitsgefährdung und des Verstärkens sozialer Ungleichheiten und
11 Ungerechtigkeiten.

12 Jeder Mensch hinterlässt digitale Spuren. Jeder virtuelle Klick wird aufgezeichnet,
13 reale Schritte im Alltag sind über permanent online gehaltene Smartphones
14 nachvollziehbar. Vernetzte Daten haben mehr und mehr Einfluss darauf, welche
15 Waren wir zu welchem Preis angeboten bekommen, wie groß unsere Chancen auf
16 eine Wohnung oder einen Arbeitsplatz sind.

17 Post-Privacy-Anhänger sehen die bisherigen Konzepte des Datenschutzes als
18 Grundrechtsschutz durch die technische Entwicklung als überholt an und
19 befürworten eine Regulierung, die zunächst die freie Nutzung aller, auch
20 persönlichen Daten zulässt und nur die Ergebnisse der Datenverarbeitung durch
21 ein Diskriminierungsverbot beschränkt. Dieses Konzept übersieht, dass es zum
22 Kernbereich der eigenen Persönlichkeitsentfaltung gehört, selbst zu entscheiden,
23 was öffentlich wird und was nicht. Privatheit, und damit die Persönlichkeitsrechte
24 der Bürgerinnen und Bürger, und die hinter diesen Rechten stehende Würde des

1 Menschen sind notwendige Voraussetzung für die freie Entfaltung der Person.
2 Wirklich freie Entscheidungen sind nur möglich, wenn nicht jede Handlung
3 öffentlich ist oder sein muss.

4 Es sind bereits heute Tendenzen erkennbar, dass die Einschränkung von Freiheit in
5 digitalen Zusammenhängen auch neue Fragen der Gerechtigkeit aufwirft. Wenn
6 große Datenmengen zur Profilbildung genutzt und Entscheidungen danach
7 getroffen werden, besteht ein enormes Diskriminierungspotential.
8 Algorithmenbasierte Technik ist nicht so objektiv wie man gerne glauben möchte.
9 Algorithmen werden von Menschen mit einer bestimmten Zielsetzung
10 programmiert. Enthalten die Angaben, die zur Programmierung des Algorithmus
11 genutzt werden, bereits selbst diskriminierende Elemente, kann sich
12 Diskriminierung durch den Einsatz des Algorithmus noch weiter vervielfältigen. Die
13 soziale Ungleichbehandlung wird größer. Verhaltensvorhersagen dienen heute
14 schon – und in Zukunft noch mehr – nicht nur zur Absicherung von Kreditrisiken.
15 Sie berechnen Vorlieben, Interessen, Zahlungswilligkeit und vieles mehr und
16 können sehr schnell dazu führen, dass Chancengleichheit beispielsweise auf dem
17 Arbeitsmarkt oder bei der Wohnungssuche dauerhaft verloren geht.

18 Unsere Aufgabe ist es, Antworten auf zukünftige Entwicklungen zu liefern und den
19 rechtlichen Rahmen vorzugeben, damit die Chancen, die sich uns durch die
20 Digitalisierung bieten, von allen genutzt werden können und zugleich die
21 weitgehende Autonomie über die eigenen Daten gewährleistet ist. Dazu gehört
22 auch das Recht auf Vergessen.

23 Aus der Verknüpfung von Daten und dem zunehmenden Umgang mit neuen
24 Technologien wie autonomem Fahren, dem Internet der Dinge und dem Einsatz
25 von künstlicher Intelligenz ergeben sich viele neuartige rechtliche und ethische
26 Fragen. Wir wollen daher in einen umfassenden Dialog mit der Zivilgesellschaft,
27 der Wissenschaft und der Wirtschaft treten, um entsprechende Lösungen zu
28 entwickeln.

1 *Die Digitalisierung aus der Perspektive der*
2 *Verbraucherinnen und Verbraucher gestalten*

3 Die Digitalisierung stellt auch an die Verbraucherpolitik neue Anforderungen. Als
4 einzige Partei in Deutschland hat die SPD die Notwendigkeit, Verbraucherpolitik
5 neu zu denken und als Gesellschaftspolitik zu verstehen, erkannt und ist nicht
6 zuletzt mit der Einführung der Marktwächter für Finanzen und die digitale Welt,
7 der Vernetzung und Stärkung der Verbraucherforschung und der Einführung eines
8 Sachverständigenrates für Verbraucherfragen die ersten Schritte in die richtige
9 Richtung gegangen. Wir haben in den letzten vier Jahren den
10 Verbraucherdatenschutz gestärkt, die Rechtsdurchsetzung bei
11 Datenschutzverstößen ebenso wie den Anlegerschutz beim Crowdfunding
12 verbessert, die IT-Sicherheit gestärkt und Rechtssicherheit für WLAN-Hotspots
13 erreicht.

14 Wir werden diesen Weg weitergehen. Weder die bisherige technische noch die
15 mit ihr korrespondierende gesellschaftliche Entwicklung folgen einem
16 naturgesetzlichen Zwang. Sie sind vom Menschen gemacht und sind von diesem
17 auch in Zukunft gestaltbar. Hierfür braucht es in allen Politikbereichen teils neue
18 Konzepte, teils Methoden, wie bewährte Konzepte übertragen werden können.

19 Das Themenforum Verbraucherpolitik will dazu einen Beitrag leisten.

20 *Teilhabe in der digitalen Gesellschaft sichern*

21 Wenn es um Gerechtigkeit geht, ist Teilhabe eine Kernfrage. In der digitalen
22 Gesellschaft sind vier Ebenen der Teilhabe besonders wichtig:

- 23 • Alle Bürgerinnen und Bürger müssen Zugang zu ausreichenden digitalen
24 Infrastrukturen haben. Infrastruktur für schnelles Internet gleichsam auf dem
25 Land und in der Stadt ist die Grundvoraussetzung für eine gerechte
26 Verteilung der Chancen, die die Digitalisierung bietet.

- 1 • Der Anschluss an vorhandene digitale Infrastruktur muss allen
2 Verbraucherinnen und Verbrauchern ohne Übervorteilung oder
3 Diskriminierung möglich sein.
- 4 • Es muss sichergestellt sein, dass Infrastrukturen nicht dazu benutzt werden,
5 den Zugang zu Inhalten zu steuern. Netzneutralität ist zu gewährleisten. Aber
6 auch Mechanismen, die hinter der immer größer werdenden profilbasierten
7 „Filterblase“ stehen, müssen daraufhin überprüft werden, ob sie Teilhabe in
8 Form von freier Zugänglichkeit beliebiger Inhalte gefährden. Das Wissen des
9 Netzes muss allen zur Verfügung stehen.
- 10 • „Open Data“, also der freie Zugang aller Anbieter und Verbraucherinnen und
11 Verbraucher zu diesen Daten, ist die Grundlage dafür, dass die
12 Wertschöpfung aus diesen Daten allen gleichermaßen zugutekommt und die
13 ökonomischen Chancen gerecht verteilt sind.

14 *Recht auf Gleichbehandlung – auch in der Digitalen Welt*

15 Profilbildung ermöglicht es, Waren und Dienstleistungen aller Art an die Wünsche
16 und Bedürfnisse einzelner Verbraucherinnen und Verbraucher anzupassen. Sie
17 kann dazu führen, dass zwei Menschen im Onlineshop dieselbe Ware zu einem
18 unterschiedlichen Preis erhalten. Dabei werden auch Daten verwendet, die zurecht
19 nach den Regeln des Rechts auf Gleichbehandlung – wie sie zum Beispiel im
20 Antidiskriminierungsgesetz Niederschlag gefunden haben – nicht zur Bewertung
21 oder anderen Behandlung eines Menschen herangezogen werden dürfen.
22 Geschlecht, Religion oder ethnische Herkunft, Behinderung, sexuelle Orientierung
23 oder Alter gehören ebenso wenig wie das bisherige Online- oder Kaufverhalten in
24 ein Bewertungsraster, das dazu dient, den individuell höchst möglichen Preis für
25 eine Ware aufzurufen.

- 26 • Unfaire individuelle Preisbildung als Folge der Profilbildung aus Nutzerdaten
27 lehnen wir ab. Dynamische Preisanpassungen müssen Verbrauchern transparent
28 dargestellt werden.

- 1 • Kein Profiling auf Grund von Geschlecht, Religion oder ethnische Herkunft,
2 Behinderung, sexuelle Orientierung oder Alter.
- 3 • Mögliche Verbesserungen durch Digitalisierung müssen allen zu Gute kommen
4 – beispielsweise darf die Solidarität unter den Versicherungsnehmern nicht
5 durch individuelle Risikoberechnungen in der Krankenversicherung abgelöst
6 werden.
- 7 • Wir wollen deutlich mehr Transparenz in allen Stadien der Datenverarbeitung.
8 Niemand darf durch softwaregestützte Entscheidungen diskriminiert werden
9 oder zu Schaden kommen. Sichergestellt werden muss daher, dass es keinen
10 Missbrauch von Marktmacht gibt und es müssen Transparenz und
11 Diskriminierungsfreiheit für Intermediäre und Plattformen festgeschrieben
12 werden.
- 13 • Wir wollen eine Kontrollinstanz, die auf Algorithmen basierte
14 Entscheidungssysteme im Hinblick auf mögliche Diskriminierungen kontrolliert.
15 Ihr gegenüber müssen Unternehmen die Funktionsweise ihrer Algorithmen und
16 die verwendete Datenbasis offenlegen.
- 17 • Wir halten an unserem Ziel fest, das Bundeskartellamt vollumfänglich mit der
18 Durchsetzung wirtschaftlich bedeutender, kollektiver Verbraucherinteressen zu
19 beauftragen, insbesondere in der digitalen Welt.

20 *Finanzieller Verbraucherschutz 2.0*

21 Wie die meisten Branchen befindet sich auch die Finanzbranche mitten im
22 digitalen Umbruch. Das klassische Bankgeschäft wird von FinTechs (Financial
23 Technology), innovativen Start-Ups aus der Gründerszene mehr und mehr
24 getrieben und verändert: Banking-Modelle per App, und eben immer häufiger
25 ohne Banken, sind im Aufwind. Ebenso haben Unternehmen und auch der
26 traditionelle Bankensektor die Kryptotechnologie und ihr eigentliches Herzstück –
27 die Blockchain – für sich entdeckt. Ob Kryptowährungen das neue „Bargeld 2.0“
28 werden, wird sich noch zeigen. Der Zahlungsdienstemarkt in der EU hat aber

1 beispielsweise mit Instant Payments (schnelle Zahlungen auf SEPA-Basis) bereits
2 mehr Konkurrenz bekommen. Verbraucherschutz muss im Finanzsektor immer eine
3 besondere Rolle spielen, gerade auch im Hinblick auf das Thema Datensensibilität
4 und -autonomie. Ob im klassischen Bankensektor, oder in der „Neuen Welt“ der
5 FinTechs ist dabei unerheblich:

- 6 • Oberste Priorität hat Sicherheit: Das Geld und die Zugangsdaten der
7 Verbraucherinnen und Verbraucher müssen sicher vor Diebstählen, sicher vor
8 Veruntreuung und generell sicher vor unberechtigtem Zugriff sein.
- 9 • Nicht minder wichtig ist Interoperabilität: Verbraucherinnen und Verbraucher
10 sollten ihren Zahlungsdienstleister frei wählen können und nicht von Händlern
11 oder anderen Marktteilnehmern zur Nutzung eines bestimmten Dienstes
12 gezwungen werden. Dies schafft Sicherheit für Verbraucherinnen und
13 Verbraucher und sorgt für Wettbewerb.
- 14 • Was in der analogen Welt möglich ist, muss auch online gehen: Wir wollen
15 Verbraucherinnen und Verbrauchern das Recht geben, Alltagsgeschäfte online
16 anonym zu tätigen. Am Bargeld halten wir fest. Wichtige Geschäfte des Alltags
17 müssen auf analoge Art und Weise möglich bleiben.
- 18 • Wir wollen die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungen als einheitliche
19 Aufsicht für alle Finanzdienstleistungen etablieren und stärken. Anleger-,
20 Kleinanleger- und Datenschutz müssen sichergestellt werden.
- 21 • FinTechs und die alt bewährten Sparkassen dürfen nicht gegeneinander
22 ausgespielt werden. Sparkassen können enorm von der Zusammenarbeit mit
23 und Implementierung von FinTechs profitieren. Dies sollte im Sinne der
24 Verbraucherinnen und Verbraucher gefördert werden.