

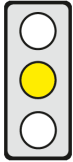
## TEIL 2: DURCHSETZUNG DES EU-VERBRAUCHERRECHTS

cepAnalyse Nr. 36/2018

### KERNPUNKTE

**Ziel der Richtlinie:** Das EU-Verbraucherrecht soll „modernisiert“ und seine Durchsetzung verbessert werden.

**Betroffene:** Verbraucher, Unternehmen.



**Pro:** (1) Die Richtlinie passt den Verbraucherschutz an moderne Geschäftspraktiken an und stärkt dessen Durchsetzung.

(2) Die verbesserte Transparenz auf Online-Marktplätzen ermöglicht rationalere Kaufentscheidungen.

**Contra:** (1) Ausdrücklich zu regeln ist, inwieweit die Mitgliedstaaten sich bei der Durchsetzung weiterhin auch auf privatrechtliche Verfahren und Rechtsfolgen beschränken dürfen.

(2) Die Richtlinie ist mit der DSGVO und der Richtlinie über digitale Inhalte abzustimmen.

Die wichtigsten Passagen im Text sind durch einen Seitenstrich gekennzeichnet.

### INHALT

#### Titel

**Vorschlag COM (2018) 185** vom 11. April 2018 für eine **Richtlinie** des Europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates vom 5. April 1993, der Richtlinie 98/6/EG des Europäischen Parlaments und des Rates, der Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates **zur besseren Durchsetzung und Modernisierung der EU-Verbraucherschutzvorschriften**

Hinweis: Erwägungsgründe und Seitenangaben ohne Verweis beziehen sich auf den Richtlinienvorschlag COM (2018) 185.

#### Kurzdarstellung

##### ► Hintergrund und Ziele

- Die Kommission will angesichts des zunehmenden Risikos EU-weiter Verstöße gegen das EU-Verbraucherrecht dessen Durchsetzung stärken und so dessen Einhaltung verbessern. Um dies zu erreichen, will sie
  - die Verbandsklagemöglichkeiten bei Verbraucherrechtsverstößen ausweiten (s. [cepAnalyse](#)) und
  - vier EU-Verbraucherschutz-Richtlinien ändern (diese [cepAnalyse](#)):
    - Die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken [2005/29/EG] (nachfolgend: „UGP-RL“) regelt, wann Handelspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern „unlauter“ und damit verboten sind.
    - Die Verbraucherrechterichtlinie [2011/83/EU] („VR-RL“) regelt Informationspflichten der Unternehmen und das Widerrufsrecht der Verbraucher bei Verträgen im Fernabsatz und außerhalb von Geschäftsräumen.
    - Die Richtlinie über missbräuchliche Vertragsklauseln [93/13/EWG] (nachfolgend: „Klausel-RL“) regelt, wann Vertragsklauseln, die nicht im Detail mit dem Verbraucher ausgehandelt wurden, als missbräuchlich gelten.
    - Die Richtlinie über Preisangaben [98/6/EG] (nachfolgend: „Preisangaben-RL“) regelt, wie Händler die Preise für die von ihnen angebotene Erzeugnisse angeben müssen.
- Die Kommission will die genannten Richtlinien „modernisieren“, ihre Durchsetzung verbessern, die Transparenz und die Rechte der Verbraucher stärken und Unternehmen teilweise entlasten [S. 2-4].

##### ► Ausweitung der Verbraucherrechte bei digitalen Dienstleistungen

- Die VR-RL gilt für Verträge über digitale Dienstleistungen bislang nur, wenn der Verbraucher einen „Preis“ (Geld) zahlt. Künftig gilt sie – wie schon bei Verträgen über die Bereitstellung „digitaler Inhalte“ wie z.B. Videos, die ein Unternehmen „einmalig“ online bereitstellt – für Verträge über digitale Dienstleistungen auch, wenn der Verbraucher „personenbezogene Daten“ bereitstellt [Art. 2 Nr. 11, 16, 18 VR-RL, Erwägungsgründe 21, 22].
  - „Personenbezogene Daten“ sind Informationen, die sich auf eine zumindest identifizierbare natürliche Person beziehen, z.B. der Name [Art. 4 Nr. 1 Datenschutzgrundverordnung (EU) 2016/679 („DSGVO“), s. [cepAnalyse](#)].
  - „Digitale Dienstleistungen“ sind Dienstleistungen, durch die ein Unternehmen es einem Verbraucher kontinuierlich ermöglicht [Art. 2 Nr. 17 lit. a), b) VR-RL, Erwägungsgrund 21],
    - Daten digital zu erstellen, zu speichern, sonst zu verarbeiten oder auf sie zuzugreifen, z.B. Cloud-Dienste, oder
    - digitale Daten wie Videos oder Audioinhalte, die vom Verbraucher und anderen Nutzern hochgeladen oder erstellt wurden, gemeinsam zu nutzen oder anders mit ihnen zu interagieren, z.B. über soziale Medien.
- Die VR-RL gilt nicht, wenn der Verbraucher keinen Preis zahlt und das Unternehmen [Art. 2 Nr. 16, 18 VR-RL]
  - die Daten „ausschließlich“ erhebt, um die Dienstleistung zu erbringen oder rechtliche Pflichten wie eine vorgeschriebene Registrierung zu erfüllen, und sie „nicht zu anderen Zwecken“ verarbeitet [Erwägungsgrund 25];
  - nur Metadaten wie die IP-Adresse, den Browserverlauf oder „sonstige Informationen“ z.B. über Cookies erhebt, es sei denn, dies „gilt“ nach nationalem Recht „als Vertrag“ [Erwägungsgrund 26].

► **Mehr Transparenz auf Online-Marktplätzen**

- „Online-Marktplätze“ sind Diensteanbieter wie Amazon oder ebay, die es Verbrauchern über eine „Online-Benutzeroberfläche“ – eine Website, mobile Anwendung oder andere Software – ermöglichen, Verträge mit Unternehmen oder Verbrauchern abzuschließen [Art. 2 Nr. 19, 20 VR-RL i.V.m. Art. 2 Nr. 16 Verordnung (EU) 2018/302].
- Verbraucher sollen auf Online-Marktplätzen mehr Klarheit über ihren Vertragspartner, ihre Rechte und die Reihenfolge (das „Ranking“) der bei Suchanfragen angezeigten Angebote erhalten [Erwägungsgründe 17–19].
- Online-Marktplätze müssen die Verbraucher daher vor Vertragsabschluss zusätzlich informieren [Art. 6a VR-RL]
  - über die „Hauptparameter“ für das Ranking der Angebote, ohne Geschäftsgeheimnisse offenbaren zu müssen,
  - ob Drittanbieter auf dem Online-Marktplatz ihrer Selbsterklärung zufolge Unternehmen sind oder nicht,
  - ob die Verbraucherrechte aus den EU-Verbraucherschutzvorschriften auf den Vertrag Anwendung finden und
  - ob der Verbraucher diese Rechte gegenüber dem Drittanbieter oder ggf. dem Online-Marktplatz ausüben muss.

► **Mehr Schutz für Verbraucher gegen unlautere Geschäftspraktiken**

- Es wird „klargestellt“, dass die Mitgliedstaaten Verbraucher auch über die UGP-RL hinaus gegen irreführende und aggressive Werbepraktiken bei Wohnungsbesuchen oder Werbefahrten („Kaffeefahrten“) schützen dürfen, wenn dies zum Schutz der „öffentlichen Ordnung“ oder des Privatlebens gerechtfertigt ist [Art. 3 Abs. 5 UGP-RL].
- Als verbotene unlautere Geschäftspraktik gilt künftig, wenn Verbraucher nicht eindeutig erkennen können, dass Online-Suchergebnisse ihnen nur angezeigt oder besser platziert werden, weil ein Unternehmer zur „Verkaufsförderung“ dafür bezahlt hat („kostenpflichtige Berücksichtigung/Platzierung“) [Anhang I Nr. 11 UGP-RL].
- Als „irreführende Geschäftspraktik“ wird künftig explizit verboten, Produkte, z.B. Lebensmittel, mitgliedstaatenübergreifend „als identisch“ zu vermarkten, wenn sie sich „wesentlich“ voneinander unterscheiden und dies die Kaufentscheidung beeinflussen kann („dual quality products“) [Art. 6 Abs. 2 lit. c), Erwägungsgründe 41–43 UGP-RL].
- Die Mitgliedstaaten müssen für durch unlautere Geschäftspraktiken „geschädigte“ Verbraucher – „im Einklang“ mit ihren Rechtsvorschriften – individuelle „vertragliche und außervertragliche Rechtsbehelfe“, vorsehen, mindestens
  - ein vertragliches Recht zur einseitigen Vertragsbeendigung („Kündigung“) [Art. 11a Abs. 1, 2 UGP-RL] und
  - ein außervertragliches Recht auf Schadensersatz [Art. 11a Abs. 1, 3 UGP-RL].

► **Entlastung für Unternehmer und Einschränkungen des Verbraucherschutzes**

- Die Vorschriften der VR-RL zu Verträgen, die im Fernabsatz – z.B. online – oder außerhalb von Geschäftsräumen geschlossen werden, werden zugunsten der Unternehmen insbesondere wie folgt geändert:
  - Das Widerrufsrecht des Verbrauchers entfällt, wenn er eine Ware exzessiver nutzt, als zur Prüfung ihrer Beschaffenheit und Funktion nötig; die bisherige Wertersatzpflicht [Art. 14 Abs. 2] wird gestrichen [Art. 16 lit. n) VR-RL].
  - Unternehmen müssen im Widerrufsfall die Rückzahlung erst dann leisten, wenn sie die Ware zurückerhalten haben, und nicht bereits, wenn der Verbraucher die Ware nachweislich versandt hat [Art. 13 Abs. 3 VR-RL].
  - Statt eine E-Mail-Adresse anzugeben, dürfen Unternehmen auf andere Online-Kontaktwege wie Webformulare ausweichen, wenn die Verbraucher die Korrespondenz dauerhaft speichern können [Art. 6 Abs. 1 lit. c) VR-RL].
  - Bei Verträgen über Fernkommunikationsmittel wie Telefon und SMS, die kaum Platz oder Zeit für Informationen bieten, müssen Unternehmer künftig kein Muster-Widerrufsformular mehr bereitstellen [Art. 8 Abs. 4 VR-RL].

► **Harmonisierte Kriterien für die Verhängung von Sanktionen gegen Verbraucherrechtsverstöße**

- VR-RL, UGP-RL und Preisangaben-RL verpflichten die Mitgliedstaaten, „wirksame, verhältnismäßige und abschreckende Sanktionen“ für Verstöße vorzusehen; das nationale Recht ist aber uneinheitlich [Erwägungsgründe 4, 5].
- Die mitgliedstaatlichen „Verwaltungsbehörden und Gerichte“ müssen künftig bei der Entscheidung, ob und in welcher Höhe sie eine Sanktion verhängen, bestimmte „nicht erschöpfende gemeinsame Kriterien“ berücksichtigen [Art. 13 UGP-RL, Art. 24 VR-RL, Art. 8 Preisangaben-RL, Art. 8b Klausel-RL, Erwägungsgrund 6]. Dazu zählen
  - erlangte Vorteile, die Art und Vorsätzlichkeit des Verstoßes, die Zahl der betroffenen Verbraucher [jeweils Abs. 2];
  - bei der Bemessung von Geldbußen auch der Jahresumsatz und die Nettogewinne des Unternehmens sowie in anderen Mitgliedstaaten verhängte Geldbußen wegen Verstößen gegen dieselbe Richtlinie [jeweils Abs. 3].
- Nationale Behörden und Gerichte müssen bei bestimmten „weitverbreiteten“ – in der Verordnung über die Zusammenarbeit im Verbraucherschutz [(EU) 2017/2394, s. [cepAnalyse](#)] definierten – Rechtsverstößen, die Verbraucher in mehreren Mitgliedstaaten betreffen, Geldbußen bis hin zu einem Höchstbetrag verhängen können, der mindestens 4% des in diesen Staaten erzielten Jahresumsatzes des Verletzers beträgt [jeweils Abs. 4].

## Wesentliche Änderungen des Status quo

- Die VR-RL gilt künftig auch, wenn Verbraucher eine digitale Dienstleistung mit personenbezogenen Daten „bezahlen“.
- Das Widerrufsrecht des Verbrauchers ist bei exzessiver Nutzung der gekauften Ware künftig ausgeschlossen.
- Online-Marktplätze müssen Verbraucher klarer über ihre Rechte, ihren Vertragspartner und das Ranking informieren.
- Verbraucher, die durch unlautere Geschäftspraktiken geschädigt wurden, sollen eigene Ansprüche erhalten.
- Weitreichende Verstöße können künftig mit Geldbußen von bis zu 4% des Jahresumsatzes oder mehr bestraft werden.

## Subsidiaritätsbegründung der Kommission

Die EU-weite Durchsetzung von EU-Verbraucherschutzrecht und der Schutz der Verbraucher beim oft grenzüberschreitenden Online-Handel sind Probleme „unionsweiten Charakters“ [S. 9, Erwägungsgrund 46].

## Politischer Kontext

Der Vorschlag fußt auf Berichten zur [Eignungsprüfung der Verbraucher- und Marketingvorschriften](#) [SWD(2017) 209] und [Bewertung der VR-RL](#) [COM(2017) 259]. Der [Europäische Rat](#) forderte 2017 Transparenz bei der Plattform-Nutzung ein.

## Stand der Gesetzgebung

11.04.18 Annahme durch Kommission

Offen Annahme durch Europäisches Parlament und Rat, Veröffentlichung im Amtsblatt, Inkrafttreten

## Politische Einflussmöglichkeiten

Generaldirektionen:	GD Justiz und Verbraucher (federführend)
Ausschüsse des Europäischen Parlaments:	Binnenmarkt und Verbraucherschutz (federführend), Berichterstatter: Daniel Dalton (ECR); Wirtschaft und Währung; Umweltfragen; Recht
Bundesministerien:	Justiz und Verbraucherschutz (federführend)
Ausschüsse des Deutschen Bundestags:	Recht und Verbraucherschutz (federführend)
Entscheidungsmodus im Rat:	Qualifizierte Mehrheit (Annahme durch 55% der Mitgliedstaaten, die 65% der EU-Bevölkerung ausmachen)

## Formalien

Kompetenznorm:	Art. 114 AEUV (Binnenmarkt);
Art der Gesetzgebungszuständigkeit:	Geteilte Zuständigkeit (Art. 4 Abs. 2 AEUV)
Verfahrensart:	Art. 294 AEUV (ordentliches Gesetzgebungsverfahren)

# BEWERTUNG

## Ökonomische Folgenabschätzung

**Die Richtlinie passt den Verbraucherschutz an moderne Geschäftspraktiken an und stärkt zudem dessen Durchsetzung.** Die Ausweitung der Verbraucherrechte-Richtlinie auf digitale Dienstleistungen, für die Verbraucher mit persönlichen Daten bezahlen, ist sinnvoll. Denn eine Freigabe dieser Daten ist für Verbraucher oft mit einem gewissen Verlust an Privatsphäre verbunden und daher nicht umsonst. Vorvertragliche Informationspflichten und ein Widerrufsrecht im Fernabsatz können den Verbraucher hier – wie bei Geldzahlungen – vor Fehlentscheidungen oder Täuschung schützen. **Die verbesserte Transparenz auf Online-Marktplätzen ermöglicht rationalere Kaufentscheidungen**, indem u.a. bezahlte Angebotsrankings offengelegt werden. Klargestellt werden sollte allerdings, was unter die vom Online-Marktplatz offenzulegenden „Hauptparameter“ für das Ranking fällt.

Dass Verbraucher Waren nur im nötigen Umfang testen dürfen, um ihr Widerrufsrecht nicht zu verlieren, erschwert den Missbrauch des Widerrufsrechts durch Verbraucher und schützt Unternehmen vor daraus entstehenden Verlusten. Dies kann auch preissenkend wirken.

**Das pauschale Verbot, „wesentlich“ unterschiedliche Produkte mitgliedstaatsübergreifend „als identisch“ zu vermarkten**, stellt zwar klar, dass eine gleiche Vermarktung von Produkten mit zweierlei Qualität verboten sein kann. Sie ist aber viel zu vage und löst daher **nicht die bestehende Rechtsunsicherheit bei der Vermarktung auf**: Der Richtlinie fehlt erstens jede Konkretisierung, wann eine Vermarktung – z.B. über einen einheitlichen Markennamen oder eine einheitliche Aufmachung – „als identisch“ zu gelten hat. Zweitens wird nicht ausreichend klar, ob und ggf. wann Produktunterschiede durch welche Gründe – z.B. Unterschiede in den Verbraucherpräferenzen, der Kaufkraft oder dem Produktionsort – gerechtfertigt werden können. Die Rechtsunsicherheit bleibt so bestehen und erschwert die Vermarktung und damit den freien Güterverkehr im EU-Binnenmarkt. Die Richtlinie sollte daher das Verbot und mögliche Ausnahmen näher definieren oder das Verbot an klare Kriterien knüpfen.

## Juristische Bewertung

### Kompetenz

Die EU kann im Rahmen der Binnenmarktkompetenz [Art. 114 AEUV] zur Gewährleistung eines hohen Verbraucherschutzes [Art. 169 AEUV] geltende Verbraucherrichtlinien ändern und neue Regeln zur Verbesserung ihrer Durchsetzung erlassen, wenn dadurch tatsächlich der grenzüberschreitende Handel gestärkt wird oder Wettbewerbsverzerrungen beseitigt werden. Dies erscheint möglich, sollte aber von der Kommission jeweils genauer begründet werden.

### Subsidiarität

Unproblematisch, soweit bereits harmonisiertes Recht inhaltlich geändert wird. Auch kann der Schutz gegen unlautere Praktiken i.S.d. UGP-RL, die vermehrt grenzüberschreitend auftreten, besser durchgesetzt werden, wenn Verbrauchern

in diesen Fällen EU-weit eigene Ansprüche auf Vertragsbeendigung und Schadensersatz zustehen. Solche Ansprüche nur bei transnationalen Verstößen einzuführen, wäre problematisch, weil die Grenzüberschreitung für den Verbraucher oft nicht erkennbar ist. Subsidiaritätskonform ist auch, dass künftig alle Mitgliedstaaten bei „koordinierten Aktionen“ i.S.d. CPC-Verordnung in der Lage sein müssen, hohe Geldbußen zu verhängen.

Die EU kann Sanktionen für gemeinsame Verfahren besser regeln als die Mitgliedstaaten. Sie kann auch deren Pflicht, effektive Sanktionen zu verhängen, besser konkretisieren, da Unternehmen zunehmend grenzüberschreitend handeln und stark abweichende nationale Sanktionen eine EU-weit effektive Rechtsdurchsetzung erschweren.

#### Verhältnismäßigkeit gegenüber den Mitgliedstaaten

Die pauschale Verpflichtung, Verbrauchern bei unlauteren Geschäftspraktiken eigene Ansprüche auf Vertragsbeendigung und Schadensersatz zu gewähren, beschränkt den legislativen Spielraum der Mitgliedstaaten und führt ggf. zu Konflikten mit deren Vertrags- und Deliktsrecht. Der Eingriff ist zwar begrenzt, weil die Mitgliedstaaten die Verbraucheransprüche „im Einklang mit ihren nationalen Rechtsvorschriften“ umsetzen müssen. Um die Verhältnismäßigkeit zu wahren, sollte aber klargestellt werden, dass die Mitgliedstaaten einen weiten Regelungsspielraum haben und u.a. die ersatzfähigen Schäden bestimmen, die Ansprüche an weitere Bedingungen wie eine gewisse Erheblichkeit des Verstoßes, Verschulden und Kausalität knüpfen und z.B. dem Gewährleistungsrecht Vorrang einräumen dürfen. Zusätzliche einseitige Kündigungsrechte können das Vertrauen in den Fortbestand von Verträgen schwächen; sie erscheinen z.B. nicht gerechtfertigt, wenn der Verbraucher durch den Verstoß nicht individuell betroffen ist.

Die Sanktionsregeln greifen in die Befugnis der Mitgliedstaaten zur Durchsetzung des Verbraucherschutzrechts ein. Durch harmonisierte Verhältnismäßigkeitskriterien lassen sich nationale Sanktionen aber annähern, ohne die Wahlfreiheit der Mitgliedstaaten übermäßig einzuschränken, soweit ihr Vorliegen im Einzelfall unschwer feststellbar ist.

**Ausdrücklich zu regeln ist aber u.a., inwieweit die Mitgliedstaaten sich bei der Durchsetzung weiterhin auch auf privatrechtliche Verfahren und Rechtsfolgen wie die Unwirksamkeit einer Klausel beschränken dürfen.** Die Richtlinie nimmt ihnen formal nicht die Freiheit, die Durchsetzung privatrechtlich oder behördlich zu organisieren, regelt aber, dass die Kriterien von „Verwaltungsbehörden oder Gerichten“ zu berücksichtigen sind. Eine pauschale Verpflichtung, ergänzende „behördliche oder gerichtliche“ Sanktionsbefugnisse auch für alle rein nationalen Verstöße zu schaffen, wäre unverhältnismäßig und allenfalls partiell gerechtfertigt, soweit nationale Durchsetzungssysteme insgesamt gesehen nicht wirksam, verhältnismäßig und abschreckend genug sind und daher eine EU-weit effektive Durchsetzung erschweren.

Klarer formuliert werden sollte, dass die Mitgliedstaaten nicht jeden Verstoß mit einer Sanktion belegen müssen. Auch sollten sie Sanktionen an weitere Voraussetzungen – z.B. Schwere, Dauer – knüpfen dürfen, da Verstöße auch unbewusst begangen werden können und unbestimmte Rechtsbegriffe ihre Vorhersehbarkeit erschweren.

#### Sonstige Vereinbarkeit mit EU-Recht

Dass die Richtlinie Sanktionen auch bei Verstößen gegen auslegungsbedürftige Vorschriften z.B. des Lauterkeitsrechts vorsieht, könnte gegen das auch in Art. 49 Abs. 1 GRCh verankerte Bestimmtheitsgebot verstoßen, wonach Straf- und Bußgeldnormen die Tatbestandsvoraussetzungen und Strafen deutlich definieren müssen. Generalklauseln und unbestimmte Rechtsbegriffe sind aber zulässig, wenn der Verletzer aufgrund einschlägiger Gerichtsurteile klar erkennen kann, welches Handeln oder Unterlassen zu welcher Strafe führt (EuG T 43/02, Rn. 80). Ob zu allen sanktionsbewehrten Normen EU-weit eine hinreichende Rechtsprechungsdichte besteht, ist jedoch fraglich.

**Die Richtlinie ist mit der DSGVO [(EU) 2016/679] und der geplanten Richtlinie über digitale Inhalte [COM (2015) 634, s. [cepAnalyse](#)] abzustimmen. Klarzustellen ist u.a., wie der Datenschutz und das Widerrufsrecht des Verbrauchers zusammenspielen, wenn dieser Daten als Gegenleistung bereitstellt,** die für die Vertragserfüllung selbst nicht erforderlich sind. Bisher ist nicht hinreichend geklärt, ob darin zugleich eine datenschutzrechtliche Einwilligung zu sehen und ob diese jederzeit widerruflich ist – wie es die DSGVO postuliert –, oder ob ihre Widerruflichkeit durch die vertragliche Verpflichtung des Verbrauchers rechtskonform auf die verbraucherrechtliche Widerrufsfrist begrenzt werden kann.

#### Auswirkungen auf das deutsche Recht

Im Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB) sind insbesondere die Regeln zu den Informationspflichten (§§ 312 d, Art. 246 a EGBGB) und zum Widerrufsrecht (§ 355) anzupassen. Im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) müssen die neuen Tatbestände geregelt, Verbraucheransprüche geschaffen und die Aktivlegitimation (§ 8 Abs. 3) erweitert werden. Um außervertragliche Schadensersatzansprüche zu schaffen, könnte ggf. das UWG als Schutzgesetz i.S.v. § 823 Abs. 2 BGB benannt werden. Zur Umsetzung der Sanktionsregelungen müssen u.a. das EG-Verbraucherschutzdurchsetzungsgesetz und das UWG angepasst und ggf. ergänzende behördliche Befugnisse geschaffen werden.

#### Zusammenfassung der Bewertung

Die Richtlinie passt den Verbraucherschutz an moderne Geschäftspraktiken an und stärkt dessen Durchsetzung. Die verbesserte Transparenz auf Online-Marktplätzen ermöglicht rationalere Kaufentscheidungen. Das pauschale Verbot, „wesentlich“ unterschiedliche Produkte mitgliedstaatsübergreifend „als identisch“ zu vermarkten, ist zu vage und löst nicht die bestehende Rechtsunsicherheit bei der Vermarktung auf. Ausdrücklich zu regeln ist, inwieweit die Mitgliedstaaten sich bei der Durchsetzung weiterhin auch auf privatrechtliche Verfahren und Rechtsfolgen beschränken dürfen. Die Richtlinie ist mit der DSGVO und der Richtlinie über digitale Inhalte abzustimmen. Klarzustellen ist, wie der Datenschutz und das Widerrufsrecht des Verbrauchers zusammenspielen, wenn dieser Daten als Gegenleistung bereitstellt.