

Digitalisierung – Der mündige Verbraucher steht im Mittelpunkt

Flexible Preise weiterhin ermöglichen

- Die Digitalisierung hat bereits viele Bereiche des Handels verändert. Auch für die Preisbindung ergeben sich neue Möglichkeiten: Während Verbraucher die Transparenz des Internets für die Suche nach günstigen Angeboten nutzen, können Händler ihre Preise mithilfe von künstlicher Intelligenz besser aussteuern, z. B. über die Zeit oder nach Loyalität. Entsprechende Technologien werden zukünftig nicht nur online verstärkt zum Einsatz kommen. Auch der stationäre Handel kann – z. B. über elektronische Etiketten – seine Preise dynamisieren.
- Der bestehende Rechtsrahmen schützt die Verbraucher bei der flexiblen Preissetzung bereits ausreichend – vor unlauterem Verhalten oder ungerechtfertigten Diskriminierungen. Durch das Datenschutzrecht wird gewährleistet, dass Kundendaten nicht unbefugt genutzt werden. Die Praxis zeigt, dass Verbraucher eine differenzierte Preisgestaltung durchaus schätzen, was sich an der Beliebtheit von Kundenkarten zeigt.
- Der bestehende Rechtsrahmen bietet den Verbrauchern somit einen angemessenen Schutz. Der Wettbewerb sichert eine faire Preisbildung. Wettbewerbsbeschränkungen drohen eher durch die geplanten Regulierungen als durch die flexible Preissetzung. Es besteht aus Sicht des Handels somit kein Handlungsbedarf des EU-Gesetzgebers.

Prinzipienbasierter Ansatz bei der Algorithmenkontrolle

- Algorithmen sind entscheidend an der Gestaltung moderner Handelsformate beteiligt: Sie ermöglichen eine Anpassung des Produktangebots an die individuellen Wünsche der Kunden oder optimieren Absatzprognosen. Die dahinter stehenden Entscheidungen sind nicht neu. Auch im klassischen „Tante-Emma-Laden“ schlägt der Händler Stammkunden ihre Lieblingsprodukte vor und lässt nur vertrauenswürdige Kunden anschreiben – diese Entscheidungen sind Teil der unternehmerischen Freiheit.
- Daher würde sowohl eine behördliche Überprüfung als auch ein Zwang zur Offenlegung von Algorithmen einen übermäßig starken Eingriff in die Geschäftsstrategie bedeuten. Eine staatliche Überprüfung der Algorithmen würde einen immensen bürokratischen Aufwand bedeuten – sowohl für Unternehmen als auch für die Behörden. Algorithmen sind oft vielschichtig, ändern sich häufig und enthalten Zufallszüge, sodass eine effektive Überprüfung, selbst bei Ausstattung mit weitreichenden Ressourcen, in Frage gestellt werden kann.
- Die Pflicht zur Veröffentlichung von Algorithmen würde wiederum Geschäftsgeheimnisse publik machen und jegliche



Innovation zum Erliegen bringen. Gerade im Handel sind Algorithmen zum wichtigen Differenzierungsmerkmal geworden. Wenn die Kerninhalte von Algorithmen wie Kriterien und deren Gewichtungen offengelegt werden müssen, verschwindet der Anreiz für Weiter- und Neuentwicklungen. Wir favorisieren daher einen prinzipienbasierten Ansatz, der ethische Grundsätze einer fairen Algorithmenutzung festlegt.

Verbraucherinformation einfach und klar gestalten

- Händler sollten Informationspflichten rechtssicher und unkompliziert erfüllen können. Dies wird durch den Rechtsrahmen der Verbraucherrechtlinie nicht immer gewährleistet, da die Regeln in der EU unterschiedlich ausgelegt werden. Klarstellungen an den Vorgaben sind erforderlich. Um den Handel innerhalb der EU zu stärken und regulatorische Barrieren abzubauen, sollten Vorschriften EU-weit einheitlich gehandhabt werden. Auch die Sinnhaftigkeit einzelner Pflichten sollte grundsätzlich überprüft werden, wie z. B. die Angabe des Kontaktes jedes einzelnen Mitglieds einer Verbundgruppe in einem gemeinsam publizierten Werbeprospekt.
- Der HDE unterstützt eine transparente und nachvollziehbare Produktinformation im E-Commerce. Entsprechende Informationspflichten sind im stationären Handel bereits etabliert. Bei der unbürokratischen Umsetzung sollte aber darauf geachtet werden, dass Produktinformationen ihre Gültigkeit auch bei einer Überarbeitung behalten, um ein aufwändiges Umeticketieren zu vermeiden. Die Verantwortung zur Richtigkeit der Angaben obliegt den Herstellern, ebenso wie die Pflicht digitale Produktinformationen zur Verfügung zu stellen.