

Schriften zum Bürgerlichen Recht

Band 502

Wandel der Verbraucherrollen

Das Recht der Verbraucher und Prosumer
in der Sharing Economy

Von

Caroline Meller-Hannich



Duncker & Humblot · Berlin

CAROLINE MELLER-HANNICH

Wandel der Verbraucherrollen

Schriften zum Bürgerlichen Recht

Band 502

Wandel der Verbraucherrollen

Das Recht der Verbraucher und Prosumer
in der Sharing Economy

Von

Prof. Dr. Caroline Meller-Hannich
Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg

Unter Mitarbeit von

Elisabeth Krausbeck, René Wittke
und Lisa Kemmstedt



Duncker & Humblot · Berlin

Die Förderung des Vorhabens erfolgte aus Mitteln
des Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV)
aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages. Die Projektträgerschaft
erfolgte über die Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) im Rahmen
des Programms zur Innovationsförderung.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in
der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten
sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Alle Rechte vorbehalten

© 2019 Duncker & Humblot GmbH, Berlin
Satz: TextFormA(r)t, Daniela Weiland, Göttingen
Druck: CPI buchbücher.de GmbH, Birkach
Printed in Germany

ISSN 0720-7387

ISBN 978-3-428-15796-9 (Print)

ISBN 978-3-428-55796-7 (E-Book)

ISBN 978-3-428-85796-8 (Print & E-Book)

Gedruckt auf alterungsbeständigem (säurefreiem) Papier
entsprechend ISO 9706 ☼

Internet: <http://www.duncker-humblot.de>

Vorwort

Dieses Buch ist aus einem Forschungsbericht für das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz hervorgegangen, welches im Jahr 2017 einen Call für Forschungsvorhaben zum „Wandel der Verbraucherrollen – Prosuming, kollaborativer Konsum, Ko-Produktion etc.“ veröffentlicht hat. In der zwölfmonatigen Projektlaufzeit (1.2.2018 bis 31.1.2019) haben wir die tatsächlichen und rechtlichen Schutzlücken für die in der kollaborativen Wirtschaft aktiven Verbraucher und Prosumer untersucht und für die gefundenen Desiderate Lösungsvorschläge entwickelt. Wir haben die neuen Geschäftsmodelle rechtlich analysiert, Experteninterviews geführt und wissenschaftliche Literatur sowie die einschlägige Rechtsprechung ausgewertet. Wir konnten zudem auf vorhandene quantitative Untersuchungen auf europäischer Ebene zurückgreifen. Unsere Erkenntnisse haben wir inzwischen auf mehreren wissenschaftlichen Konferenzen zur Diskussion gestellt.

Wir danken allen Expertinnen und Experten aus der Praxis, die uns für Interviews zur Verfügung standen. Mit ihren Branchenkenntnissen, ihren Erfahrungen aus der Verbraucherberatung und aus der Schlichtung, ihrer wirtschaftlichen und praktischen Expertise sowie ihren persönlichen Erfahrungsberichten haben sie einen wesentlichen Beitrag zu unseren Forschungen geleistet und unsere Ergebnisse erst möglich gemacht. Unser Dank gilt auch den Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern aus dem In- und Ausland, mit denen wir unsere Ergebnisse diskutieren durften und deren Anregungen und Kritik äußerst hilfreich waren.

Halle, 5. Juli 2019

*Caroline Meller-Hannich
und das Forschungsteam*

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	13
I. Forschungsgegenstand und Forschungsziel	13
II. Forschungsergebnisse	14
A. Bestandsaufnahme/Strukturanalyse	17
I. Geschäftsmodelle und Vertragsverhältnisse des Prosumings und der Plattformen	18
1. Branchen und untersuchte Plattformen	18
a) Wohnen	19
b) Transport und Logistik	20
c) Dienstleistungen	21
d) Informationsgüter	22
e) Kreditwirtschaft	22
f) Fahrzeuge	22
g) Gebrauchsgüter	23
2. Vertragsbeziehungen und Kostenmodelle	24
a) Vertragsbeziehungen	24
b) Kosten/Finanzierung	29
c) Gesamtbetrachtung	30
3. Typische Klauseln und Merkmale	31
a) Klauseln und Merkmale das materielle Recht betreffend	31
b) Klauseln und Merkmale das Verfahrensrecht betreffend	35
c) Klauseln die Rechtswahl betreffend	37
d) Rechtsformen der Plattformbetreiber	38
4. Auffälligkeiten	38
a) Wohnen	38
b) Transport und Logistik	39
c) Dienstleistungen	40
d) Informationsgüter	41
e) Kreditwirtschaft	42
f) Fahrzeuge	43
g) Gebrauchsgüter	43

5. Konsolidierungsprozesse	45
a) Konzentrationen	45
b) Schließung	46
c) Änderung des Geschäftsmodells	46
6. Zusammenfassung	46
II. Erkenntnisse aus den Experteninterviews	47
B. Rechtsanalyse	56
I. Literaturanalyse	56
1. Grundlagen	56
2. Die Unternehmer- und Verbrauchereigenschaft der Anbieter auf P2P-Märkten	61
a) Unternehmer	62
b) Verbraucher	64
c) Transparenz der Rollen	65
3. Rechtsbeziehungen auf Online-Plattformen	66
a) Rolle der Plattformbetreiber	67
aa) Vertragliche Beziehung des Plattformbetreibers mit den Nutzern ...	68
bb) Pflichten der Plattformbetreiber	70
b) Beziehung der Nutzer untereinander	78
c) Grenzüberschreitende Dimensionen	79
aa) Anwendbares Recht	79
bb) Grenzüberschreitende Rechtsdurchsetzung	80
4. Wettbewerbsbeschränkungen	80
5. Einzelne Branchen	82
a) Reiserecht	82
b) Crowdfunding	83
c) Vermittlung von Dienstleistungen und Crowdfunding	86
d) Wohnen	88
e) Carsharing/Fahrzeuge	89
f) Transport	90
6. Rechtsdurchsetzung	90
a) Effektivität der Rechtsdurchsetzung	90
b) Plattformeigene Streitbeilegung	91
c) Alternative Streitbeilegung	91
7. Regulierungsbedarf und -ansätze	92
a) Allgemeines	92

b) Unionsrecht	95
c) Insbesondere: Diskussionsentwurf für eine Richtlinie über Online-Vermittlungsplattformen	96
II. Rechtsprechungsanalyse	98
1. Verbraucherschutz im Verhältnis zwischen Anbietern und Abnehmern	98
a) Unternehmereigenschaft und geschäftliche Handlungen der Anbieter	98
b) Verbrauchereigenschaft der Abnehmer	106
c) Transparenz der Rolle des Plattformbetreibers	106
d) Zurechnung der Plattformgestaltung gegenüber den Anbietern	107
e) Auslegung der Nutzererklärungen anhand der Plattform-AGB	108
f) Schlussfolgerungen zur Rechtsprechung im Anbieter-/Abnehmer-Verhältnis	108
2. Rolle der Plattformbetreiber	109
a) Vertragliche Rolle	109
b) Deliktische Haftung	111
c) Verbraucherrechtliche Pflichten	112
3. Branchen und Geschäftsmodelle	113
a) Zweitmarkt für Veranstaltungstickets	113
b) Beherbergung	113
c) App-basierte Fahrdienste/Uber	115
d) Steuerbegünstigung von Car-Sharing-Diensten	115
C. Ergebnisse	116
I. Prosumerbegriff, Pflichten und Schutz des Prosumers	116
1. Intransparenz der Rollen und Beziehungen in der kollaborativen Wirtschaft	117
2. Schutzbedürftigkeit des Prosumers	118
3. Lösungsansätze	119
a) Einführung eines Rechtsbegriffs „Prosumer“?	119
b) Behandlung der Prosumer als Unternehmer?	120
c) Echte Transparenz	121
d) Schutz des Prosumers	122
e) Chancen des Prosumers	124
II. Plattformhaftung	126
1. Die Rolle der Plattformen in der kollaborativen Wirtschaft	126
2. Haftung des Plattformbetreibers für den Vertrag zweier Nutzer	127
3. Haftung für Informationspflichten der Nutzer und eigene Informationspflichten	132
4. Portabilität von Nutzerkontodaten	133

III. Grenzüberschreitende Sachverhalte	135
1. Rechtswahl	136
2. Gerichtsstandsklauseln	138
3. Vorrang der Rechtsangleichung auf europäischer Ebene	138
IV. Rechtsdurchsetzung	140
1. Zur Bedeutung der Rechtsdurchsetzung in der kollaborativen Wirtschaft	140
2. Das interne Beschwerdemanagement	141
3. Die Verbraucherschlichtung	141
4. Gerichtsverfahren	142
5. Gründe für die mangelnde Bedeutung gerichtlicher Rechtsdurchsetzung in der kollaborativen Wirtschaft	142
6. Gründe für die geringe Bedeutung der Verbraucherschlichtung in der kollaborativen Wirtschaft	144
7. Schutzlücken und Lösungsansätze	144
a) Kollektiver Rechtsschutz	145
b) Vereinfachte elektronische Gerichtsverfahren für geringfügige Streitigkeiten	147
c) Behördliche Rechtsdurchsetzung	147
V. Gesamtergebnis und Thesen	147
Anlagen	152
Anlage 1: Zuordnung der Plattformen zu den Vertragsmodellen (laut AGB, Stand 23.3.2018)	152
Anlage 2: Übersicht zu ausgewählten Gesichtspunkten nach Branchen	154
Anlage 3: Schwellenwerte Verbraucher-/Unternehmereigenschaft (nicht abschließend)	160
Anlage 4: Leitfaden Experteninterviews	165
Quellenverzeichnis	166

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Werbung für das Anbieten von Unterkünften auf Airbnb (Quelle: Instagram)	19
Abbildung 2: Werbung für geteilte Arbeitsplätze (Quelle: Instagram)	21
Abbildung 3: Modell 1	24
Abbildung 4: Modell 2	26
Abbildung 5: Modell 3	27
Abbildung 6: Modell 4	28
Abbildung 7: Werbung für Etsy (Quelle: Instagram)	61
Abbildung 8: Werbung zum Teilen eines Museumscafés (Quelle: Instagram)	62
Abbildung 9: Anzeigen privater Anbieter auf Ebay-Kleinanzeigen (Quelle: privater Ebay-Kleinanzeigen-Account)	100
Abbildung 10: Werbung für die Errichtung von Photovoltaikanlagen (Quelle: Instagram)	105
Abbildung 11: Werbung für nebenan.de (Quelle: Instagram) und Zeitungsartikel zu Maßnahmen gegen Unterkunftsvermittlungsportale auf Mallorca (Quelle: FAZ 27.8.2019)	117
Abbildung 12: Aktionen der Initiative Foodsharing Halle (Quelle: Foodsharing Halle)	125
Abbildung 13: Szenen einer Demonstration von Taxifahrern (Quelle: ZDF Heute via Instagram 20.9.2018)	125

Einleitung

Das Teilen von Besitz und anderen knappen Ressourcen unter Privatpersonen erweitert die Möglichkeiten des Individuums und hat zudem wirtschaftliche, ökologische, gesellschaftliche und soziale Vorteile. Beispiele hierfür sind Nachbarschaftsnetzwerke oder Crowdfunding für Projekte, die anders nicht realisiert werden könnten. Prosuming und Sharing bedeutet aber auch das stark kommerzialisierte Überlassen privaten Wohnraums, private Chauffeurdienste oder Kapitalanlagegeschäfte.

Hybride Formen des Verhaltens von Privatpersonen stellen Herausforderungen für Praxis, Wissenschaft und Rechtspolitik dar. Bislang hat das Verbraucherrecht mit seinen Leitprinzipien wie Transparenz, Kontrolle, Haftung und Rechtsschutz für ein hohes Verbraucherschutzniveau und Vertrauen gesorgt. Da diesen Standards aber meist die Dualismen Verbraucher/Unternehmer und privat/gewerblich zugrunde liegen, geht mit dem Auftreten der kollaborativen Wirtschaft oder Sharing Economy die Gefahr einher, dass Schutzlücken entstehen und das Verbraucherschutzniveau sinkt.

I. Forschungsgegenstand und Forschungsziel

Vor diesem Hintergrund haben wir untersucht, inwieweit Verbraucherrechtsstandards der B2C-Welt auf die kollaborative Wirtschaft übertragen werden können, ohne dass Innovationsverluste entstehen. Unser Ziel war dabei, die Chancen und Potentiale des Prosumings und der kollaborativen Wirtschaft an Nachhaltigkeit, Gemeinnützigkeit, Ersparnis und gewinnbringenden privaten Aktivitäten zu wahren und gleichzeitig Risiken, Haftung und Verantwortlichkeiten zwischen den Akteuren angemessen zu verteilen. Wir wollten die Schutzlücken in der kollaborativen Wirtschaft identifizieren und hierfür Lösungsansätze, etwa im Recht der unlauteren Geschäftsbedingungen, im Verbrauchervertragsrecht, im Wettbewerbsrecht und in der Verbraucherrechtsdurchsetzung finden.

Als Prosumer bezeichnen wir den privaten Anbieter in der kollaborativen Wirtschaft. Er unterscheidet sich vom Unternehmer durch die fehlende Gewerblichkeit seiner Aktivität, vom Verbraucher durch seine Rolle als Anbieter anstatt als Konsument. Zudem befindet sich der Prosumer häufig auf der Schwelle zwischen privater und gewerblicher Aktivität, so dass seine Einordnung entweder als Verbraucher oder als Unternehmer schwer fällt.

Unter kollaborativer Wirtschaft oder Sharing Economy sind Geschäftsmodelle anzusehen, in denen Plattformen mehrseitige Märkte zur vorübergehenden Nutzung

von Waren oder Dienstleistungen bereitstellen, die häufig von Privatpersonen genutzt werden.¹ Das Spektrum der Erscheinungsformen ist sehr groß und reicht von niedrigschwelligen und altruistisch orientierten Initiativen bis zu hochkommerzialisierten Geschäftsmodellen.

II. Forschungsergebnisse

Auf Basis unserer Forschungen haben wir Lösungsvorschläge für die Rechte und Pflichten der Prosumer in der kollaborativen Wirtschaft, die Haftung der Plattformbetreiber, die grenzüberschreitenden Aspekte der kollaborativen Wirtschaft sowie für die Rechtsdurchsetzung in diesem Bereich entwickelt:

Im Hinblick auf die Rechte und Pflichten der Prosumer kommen wir zu dem Ergebnis, dass keine selbständige rechtliche Kategorie des Prosumers mit einem daran anknüpfenden Kanon von Rechten und Pflichten gesetzlich verankert werden soll. Angesichts der Dynamik der kollaborativen Wirtschaft und der sehr unterschiedlichen Branchen, in denen sie stattfindet, wäre ein solcher Prosumerbegriff weder sinnvoll zu finden noch angemessen einsetzbar. Wegen der europäischen Vorgaben im Verbraucherrecht wäre er als gesetzliche Kategorie auf nationaler Ebene auch rechtlich schwerlich zulässig. Aus diesen Überlegungen folgt auch, dass die europäisch geprägten Begrifflichkeiten des Verbrauchers einerseits und des Unternehmers andererseits auch in der kollaborativen Wirtschaft ihre Gültigkeit behalten.

Zum Schutz des Prosumers sollte allerdings zugleich feststehen, dass er weder durchgängig als Unternehmer behandelt wird, noch eine entsprechende Vermutung für ein gewerbliches Handeln bei Anbietern in der kollaborativen Wirtschaft festgeschrieben werden sollte. Beides würde der privaten Anbieterrolle des Prosumers nicht gerecht werden und die Potentiale der kollaborativen Wirtschaft ggf. ersticken. Dem Prosumer werden dadurch keine ungerechtfertigten Wettbewerbsvorteile gegenüber gewerblichen Anbietern gewährt. Zudem ist zu beachten, dass der in der kollaborativen Wirtschaft als Abnehmer aktive Verbraucher nach unseren Erkenntnissen regelmäßig dem informierten und nicht dem verletzlichen Verbrauchertypus entspricht. Auch um einen verstärkten Schutz des Abnehmers zu erreichen, ist es deshalb nicht angemessen, den Prosumer generell als Unternehmer einzuordnen. Die Einordnung des Prosumers generell als Unternehmer bzw. eine Vermutung der Unternehmereigenschaft würde den Prosumer zudem im Verhältnis zu einer dazwischengeschalteten Plattform auf eine Augenhöhe stellen, die letztlich nicht vorhanden ist, weil die Plattform aufgrund ihrer Marktmacht als „Gatekeeper“ und „Repeat Player“ in der Regel dem Prosumer überlegen ist. Wir konnten hier

¹ Vgl. auch die Mitteilung der Europäischen Kommission „Europäische Agenda für die kollaborative Wirtschaft“, 2.6.2016, COM (2016) 356 final, S. 3.

im Übrigen schon im Laufe des Forschungsprojekts deutliche Konzentrations- bis hin zu Monopolisierungsprozesse beobachten.

Deshalb halten wir insgesamt eine verstärkte rechtliche Sichtbarkeit des Prosumers in folgender Hinsicht für notwendig: Im Verhältnis zur Plattform bzw. zum Plattformbetreiber ist er, solange er privat handelt, als Verbraucher anzusehen. Auch im Verhältnis zum Abnehmer entstehen ihm nur dann unternehmerische Pflichten, wenn er tatsächlich gewerblich handelt. Dies wird weder unterstellt noch vermutet, sondern ist – wie auch sonst – vom Abnehmer vorzutragen und zu beweisen. Die auf europäischer Ebene derzeit für den gewerblichen Anbieter auf Plattformen diskutierten Schutzregeln sollten zudem auch dem privaten Anbieter zu Gute kommen. Und schließlich ist an eine organisierte Interessenvertretung des Prosumers zu denken, der derzeit als „Klient“ weder im Fokus der Verbraucherzentralen noch der Wirtschaftsverbände steht.

Diese Argumente zu Gunsten eines Schutzes des Prosumers gelten freilich nur dann, wenn für den Abnehmer erkennbar ist, wer überhaupt sein Vertragspartner ist und in welcher Rolle, privat oder gewerblich, der Anbieter ihm gegenübertritt. Als entscheidendes Problem der kollaborativen Wirtschaft konnten wir insoweit die Erkenntnis gewinnen, dass es im Hinblick auf diese beiden Aspekte ein schwerwiegendes Transparenzproblem gibt. Wegen der Einschaltung von Plattformen als typische Erscheinungsform der kollaborativen Wirtschaft ist weder Transparenz im Hinblick auf die vertraglichen Beziehungen noch im Hinblick auf die Rolle, in der der Anbieter aktiv wird, vorhanden. Die Vertragsmodelle in der kollaborativen Wirtschaft unterscheiden sich zudem sehr stark voneinander. Insbesondere ist ein Plattformbetreiber teilweise nur als Vermittler, teilweise selbst als Leistungsanbieter einzuordnen. Welche Konstellation vorliegt, ist für den privaten Abnehmer schwer zu erkennen, zumal auch „rein vermittelnde“ Plattformbetreiber einen maßgeblichen Einfluss auf die Leistungsinhalte und -modalitäten haben können. Zur Erhöhung der Transparenz und Reaktion auf die beschriebene Marktmacht von Plattformbetreibern halten wir eine rechtliche Regulierung ihrer Informationspflicht und Informationsverantwortlichkeit für erforderlich. Diese bezieht sich insbesondere auf Informationen darüber, wer der Vertragspartner des privaten Abnehmers ist, sowie darüber, ob es sich bei dem Vertragspartner um einen gewerblichen oder einen privaten Anbieter handelt. Die Plattform ist zur Herstellung von Transparenz im Hinblick auf die Vertragsbeziehungen sowie zur Prüfung der Plausibilität der Angaben des Anbieters und zu deren anlassbezogener Kontrolle zu verpflichten. Im Falle dass der Plattformbetreiber entscheidenden Einfluss auf die Leistungsmodalitäten nimmt und dementsprechend das Vertrauen des Abnehmers genießt, soll er unter gewissen, durchaus hoch anzusetzenden Voraussetzungen auch für etwaige Schlecht- und Nichtleistungen sekundär haften; und zwar selbst dann, wenn er nur in einer Vermittlerrolle auftritt. Eine Erfüllungshaftung halten wir nicht für rechtlich begründbar. Wegen der Marktmacht des Plattformbetreibers gegenüber Abnehmer und Anbieter ist zudem eine Datenportabilität, insbesondere