



MARKENVERBAND

Leiter Presse & Öffentlichkeitsarbeit
Johannes Ippach
j.ippach@markenverband.de

PRESSEMITTEILUNG

EP-Plenum: Keine Lösung des Handlungsbedarfs

Digital Services Act muss im Trilog so nachgebessert werden, damit er tatsächlich der „neue Sheriff in der Stadt“ ist

Berlin, 20.01.2022. Mit dem Digital Services Act (DSA) will der EU-Gesetzgeber dafür sorgen, dass der Online Handel in Zukunft ein Stück sicherer wird. Der Kommissar für Binnenmarkt, Thierry Breton, hat Erfolgsgewiss in Zusammenhang mit der gestrigen Plenarabstimmung ein Western-Video gepostet, das zeigen soll, dass der DSA nun „The new Sheriff in town“ sei. Aktuell kann der Markenverband nicht bestätigen, dass der Wunschgedanke aus dem Video Realität wird. Christian Köhler, Hauptgeschäftsführer des Markenverbandes, fasst die Entscheidung des EP wie folgt zusammen: „Nach der Abstimmung des Europaparlamentes (EP) besteht aus Sicht des Markenverbandes auch weiterhin Nachbesserungsbedarf: Denn der zum Sheriff bestimmte DSA hat zwar einen Stern, aber keine Colts, mit denen er für Recht und Ordnung im Internet sorgt. So kann er die Verbraucher und Hersteller nicht vor den kriminellen Machenschaften von Onlinefälschungsverkäufern wirksam schützen.“

Grundsätzlich positiv ist, dass das EP es Verbrauchern in Zukunft erleichtern will, die Identität von Händlern auf Onlineplattformen überprüfen zu können. Das ist das sog. KYBC-Prinzip, d. h. Verbraucher müssen sich auf allen Onlineplattformen, über die Fälschungskäufe stattfinden können, auf die angegebene Identität der Händler verlassen können. „Es geht in die richtige Richtung, wenn das KYBC-Prinzip mit der Ausweitung über Marketplaces hinaus Eingang in die Erwägungsgründe des DSA finden soll. Aber kriminelle Fälschungserkäufer lassen sich von Erläuterungen nicht abschrecken. Im Rahmen der Trilogverhandlungen wird sich der Markenverband daher weiterhin konsequent dafür einsetzen, dass das KYBC-Prinzip als rechtliche Anforderung verbindlich festgeschrieben wird“, sagt Christian Köhler. „Und selbst dann bleibt ein effektiver Verbraucherschutz löchrig, so lange online identifizierte Fälschungen immer wieder hochgeladen werden können. Unsere besondere Aufmerksamkeit wird daher während des Trilogs ebenso der Einführung des Stay Down Prinzips gelten.“ Auch wird sich der Markenverband weiterhin dafür einsetzen, dass die dringend notwendigen Sorgfaltspflichten in Bezug auf illegale Produkte, zu denen auch Fälschungen gehören, für alle Onlinehandelsplattformen gelten. Denn nur so wird Fälschungserkäufern die Möglichkeit genommen, sich Schlupflöcher zu suchen. Schließlich wird auch wichtig im Trilog sein, dass das EP die aktuelle Position des Rats übernimmt, dass Onlineplattformen die Kunden im Nachgang zu ihrem Kauf informieren, wenn der Verkäufer im Zusammenhang mit Fälschungsverkauf auffällig geworden ist.

Ansprechpartnerinnen

Dr. Julia Hentsch
Leiterin Rechts- & Verbraucherpolitik
Tel.: +49 30 206168-40
E-Mail: j.hentsch@markenverband.de

Anja Siegemund
Leiterin Büro Brüssel
Tel.: +32 2 50230-91
E-Mail: a.siegemund@markenverband.eu

Markenverband e.V.
Unter den Linden 42 | D-10117 Berlin
Telefon +49 30 206168-37
Telefax +49 30 206168-737
Postfach 080 629 | D-10006 Berlin
www.markenverband.de

Die Markenwirtschaft steht in Deutschland für einen Markenumsatz in Höhe von knapp 1,1 Bill. Euro und rund 5,2 Mio. Arbeitsplätze. Der 1903 in Berlin gegründete Markenverband ist die Spitzenorganisation der deutschen Markenwirtschaft und mit seinen rund 400 Mitgliedern der größte Verband dieser Art in Europa. Die Mitgliedsunternehmen stammen aus vielfältigen Branchen – von Automobil, Finanzen, Nahrungs- und Genussmittel über Telekommunikation bis hin zu Luxus und Lifestyle. Zu den Mitgliedern zählen Unternehmen aller Größenordnungen, vom Mittelstand bis zu internationalen Konzernen, wie ABUS, Beiersdorf, Hugo Boss, Coca-Cola, Deutsche Bank, Deutsche Bahn, Deutsche Post, Deutsche Telekom, Dr. Doerr Feinkost, Falke, Miele, Nestlé, Procter & Gamble, Dr. Oetker, Schamel Meerrettich, August Storck, WMF und viele andere renommierte Firmen.