

POSITION

Konsultation der EU-Kommission

„Follow up“ zum Grünbuch Kollektive Rechtsdurchsetzungsverfahren für Verbraucher

Der Markenverband ist die Spitzenorganisation der Markenwirtschaft in Deutschland. Er vertritt die Interessen von gegenwärtig rund 400 Mitgliedern auf nationaler und europäischer Ebene. Er tritt ein für ein positives Konsumklima, für transparenten Leistungswettbewerb, für mündige Verbraucher, für den Schutz geistigen Eigentums und für nachhaltiges Wirtschaften. Er ist registrierter Interessenvertreter bei der EU-Kommission (Nr. 2157421414-31).

I. Negative Effekte kollektiver Rechtsdurchsetzungsverfahren

Markenorientierte Unternehmen genießen in besonderem Maße öffentliche Bekanntheit und Verbrauchervertrauen. Beides wird in einem langwierigen Prozess durch qualitativ hochwertige und innovative Produkte sowie durch ressourcenintensive Kommunikation mühsam erarbeitet. Umso mehr stellen auf diese Weise geschaffene Marken gewachsene Werte dar, die häufig sogar den größten Vermögenswert des Unternehmens verkörpern. Das aufgebaute Verbrauchervertrauen ist für Markenunternehmen von großer Bedeutung und ein strategisches Wettbewerbselement. Es sichert effektiven Verbraucherschutz.

Gegebenenfalls neue Rechtsdurchsetzungsverfahren dürfen die Wettbewerbsfähigkeit und Innovationsbereitschaft von Unternehmen nicht gefährden. Eine solche Gefährdung liegt allerdings gerade für die bekannten und in der öffentlichen Wahrnehmung präsenten Markenunternehmen in der Schaffung kollektiver Rechtsdurchsetzungsverfahren. Vor allem Markenunternehmen stehen im Visier all jener, die Verfahren zur eigenen Gewinnerzielung ausnutzen wollen. Markenunternehmen leiden besonders unter dem Imageschaden, der in aller Regel mit solchen Klagen einhergeht. Da die Öffentlichkeit in der Regel nicht zwischen berechtigten und missbräuchlichen Verfahren unterscheidet - und auf Grund fehlender Sachkenntnis häufig auch nicht unterscheiden kann - lassen sich Markenunternehmen leichter in (ungerechtfertigte) Vergleiche drängen. Diese sind für das Unternehmen im Zweifel günstiger als Imageschäden durch langwierige Prozesse.

Markenunternehmen geraten durch kollektive Rechtsdurchsetzungsverfahren in eine besondere Gefährdungslage. Es ist von entscheidender Bedeutung, den Schutz von Verbrauchern zugleich mit dem Schutz der Unternehmen und des Wettbewerbs an sich zu betrachten.



II. Mangelnder Bedarf an kollektiven Rechtsdurchsetzungsverfahren

Neue oder zusätzliche staatliche Regulierung setzt das Bestehen eines zwingenden Bedarfs voraus, der im Voraus zu ermitteln und nachzuweisen ist. Hierbei gilt der Grundsatz, dass die Notwendigkeit der Neuregelung dargetan werden muss und nicht Gegenargumente nachzuweisen sind, um eine Regulierung abzuwenden.

- Die Annahme der EU-Kommission, Verbraucher würden ihre bestehenden Ansprüche eher durchsetzen, wenn sie sich anderen Verbrauchern anschließen könnten, ist spekulativ. Schon allein weil die Frage, wie ein solcher Zusammenschluss erfolgen sollte, nicht thematisiert wird. Ohne diese Konnexität zur Frage der Durchführung kann auch kein Effizienzgewinn unterstellt werden, der den Verbraucher dazu verleiten würde, seine Rechte stärker als bisher wahrzunehmen und einzufordern.
- Es ist reine Vermutung, dass Kleinstbeträge (wenige Cent oder Euro) von Verbrauchern überhaupt geltend gemacht werden, selbst wenn dies kollektiv in vereinfachter Form möglich wäre. Solche Schäden sind dem Verbraucher im Zweifel keine besonderen Bemühungen wert. Bezüglich geringerer Beträge, die solche Minimalschwellen überschreiten, hat die deutsche Bundesregierung darauf aufmerksam gemacht, dass die Schwelle für das Rechtsschutzersuchen in Deutschland sehr niedrig ist (S. 3 der Stellungnahme der Bundesregierung Deutschland). So hatten mehr als 230.000 aller vor Amtsgerichten im Jahr 2007 entschiedenen Zivilprozesse einen Streitwert von unter 300,-€.
- Der Harmonisierungsbedarf ist nicht dargelegt. Die von der EU-Kommission vorgelegte, unsystematische Auflistung von 326 Einzelfällen in acht Mitgliedstaaten in den letzten 10 Jahren zeigt in lediglich 10 % grenzüberschreitende Elemente. Diese alleine lassen aber ebenso wenig den Schluss zu, dass europaweit ein Rechtsdurchsetzungsdefizit besteht, wie der einfache Befund, dass 14 EU-Mitgliedstaaten über keine Möglichkeiten der kollektiven Rechtsdurchsetzung verfügen. Die Notwendigkeit der Einführung eines kollektiven Rechtsdurchsetzungsinstrumentes lässt sich nicht mit dessen fehlender Existenz begründen.

Neben diesen Aspekten gibt es weitere Gründe, die gegen die europaweite Schaffung eines solchen Rechtsinstrumentes sprechen.

Es widerspricht den Grundsätzen der besseren Rechtsetzung / „better regulation“, wenn neue Regelungen geschaffen werden, ohne vorab bestehende Regelungen gründlich auf Wirkung und Effektivität untersucht zu haben. Folglich sind bestehende Instrumente erst einmal auf ihre Wirksamkeit zu prüfen. Zu denken ist dabei an die Verordnung für geringfügige Forderungen, die Mediationsrichtlinie und das Netz der Europäischen Verbraucherzentren. In Deutschland befindet sich in diesem Kontext gegenwärtig § 10 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) in Evaluation.



Die geringe Anzahl an Fällen und die minimale grenzüberschreitende Komponente lassen keinen klaren Mehrwert durch Gesetzgebungsaktivität auf europäischer Ebene erkennen. Es gibt berechtigte Gründe, bei weiteren Aktivitäten eine Verletzung der Prinzipien von Subsidiarität und Verhältnismäßigkeit anzunehmen. Denn es bleibt mehr als fraglich, ob eine Gesetzgebung auf Gemeinschaftsebene einen deutlichen Vorteil im Vergleich zu Maßnahmen auf Ebene der Mitgliedstaaten brächte. Verschärfend wirkt, dass die EU-Kommission bislang nicht einmal eine verlässliche und allseits akzeptierte vertragliche Grundlage für regulatorisches Tätigwerden benennen konnte.

Aus Sicht des Markenverbands bleibt festzuhalten, dass das vorhandene Instrumentarium zu außergerichtlicher Streitbeilegung und zu gerichtlicher Durchsetzung bestehender Ansprüche - einschließlich Schadenersatzansprüchen - umfassenden Rechtsschutz gewährt. Dieser Schutz ergibt sich aus europäischen Regelungen für grenzüberschreitende Fälle sowie aus den nationalen Rechtsvorschriften.

Es besteht kein Handlungsbedarf zur weiteren Regulierung.

III Anmerkungen zum „follow up“ und den Optionen:

Unbefriedigend ist, dass das Konsultationsdokument der EU-Kommission zum „follow-up“:

- lediglich in englischer Sprache verfügbar ist. Ein Dokument zumindest in allen offiziellen Arbeitssprachen der EU wäre für Breite und Tiefe der Debatte sicherlich hilfreich gewesen.
- die EU-Kommission wesentliche Diskussionsbeiträge der Konsultation zum Grünbuch kaum zur Kenntnis zu nehmen scheint und nahezu unverändert an den Optionen ihrer Agenda / ihrem Vorhaben festhält.

Vor dem Hintergrund fehlender Regelungsnotwendigkeit spricht sich der Markenverband:

- **für Option 1** im Sinne „keine EU-Rechtssetzung“ aus.
- **gegen die Optionen 3 bis 5** aus, die kollektive Rechtsdurchsetzungs- oder Musterverfahren vorsehen.

Selbstverpflichtungen und / oder Verhaltenskodizes, wie sie **Option 2** vorsieht, können in bestimmten Fällen / Branchen ein interessantes Instrument sein. Sie lassen sich jedoch in aller Regel nicht einheitlich auf alle Wirtschaftsbereiche übertragen. Der Markenverband steht, auch in Zusammenarbeit mit seinem europäischen Dachverband AIM, für weitergehende Überlegungen und Gespräche selbstverständlich gern zur Verfügung.

Berlin, 03.07.2009

* + *