



MARKENVERBAND

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

## PRESSEMITTEILUNG

**Risiko beim Einkauf, denn online werden Verbraucher in der EU sich selbst überlassen!**

### **Warum Black Friday ein schwarzer Tag für Verbraucher bei Online-Einkäufen ist: Effektiver Verbraucherschutz erfordert akutes Handeln der EU-Staaten**

Berlin, 23.11.2021. Den bevorstehenden Black Friday werden Millionen Verbraucher zur Online-Schnäppchenjagd nutzen. Erneut ist kein unbeschwerter Online-Einkauf möglich, weil in vielen EU-Mitgliedsstaaten der Wille fehlt konsequent die illegalen Akteure der Fälschungskriminalität in den Fokus zu nehmen. „Online-Shopping darf gerade in Zeiten von Corona kein Russisches Roulette für die Verbraucher bleiben!“ sagt Christian Köhler, Hauptgeschäftsführer des Markenverbandes. „Anstelle leicht und aktuell umsetzbare Maßnahmen zu ergreifen, versteckt sich die EU-Politik lieber hinter den Verhaltenstipps, die den Verbrauchern gegeben werden müssen, damit sie sich vor den Angeboten krimineller Fälschungsverkäufer und den damit verbundenen Gefahren schützen können.“

Kommen Ihnen die folgenden Tipps, die sich mit konsequentem Handeln des EU-Gesetzgebers vermeiden ließen, nicht auch bekannt vor?

(i) Finger weg von Angeboten die zu verlockend sind, um wahr zu sein.

(ii) Darauf achten, dass man nicht von Fälschungshändlern auf obskuren Fake-Seiten geleitet wird: Fake-Seiten benutzen häufig eine Adresse, die ähnlich (aber nicht identisch) dem Seitennamen bekannter Händler oder Marken ist.

(iii) Fälschungshändler verlangen häufig Vorkasse – um auf der sicheren Seite zu sein nur auf Rechnung oder mit Lastschrift bezahlen. Die „AGBs“ auf Fake-Shops sind häufig unvollständig oder in schlechter Sprache verfasst, das Impressum ist oft fehlerhaft.

Es ist unzumutbar, dass die Verbraucher sich zu einem beträchtlichen Teil selber schützen sollen, weil immer noch viele EU-Staaten bei den aktuellen Beratungen zur Ausgestaltung des Digital Services Act (DSA) zögern den Online Handel für die Verbraucher sicherer zu machen. Um Fälschungsverkäufe zu verhindern, müssen deshalb auch die Plattformen ihren Teil beitragen – egal, ob Interaktions-, Transaktions-, oder Spieleplattform. Christian Köhlers deutlicher Appell an den Europäischen Rat: „Einkaufen im Internet muss sicher werden – stellen Sie dafür am 25.11. die richtigen Weichen in der Ratsposition!“

Damit der Digital Services Act (DSA) weitgehend sicheren Einkauf im Internet gewährleistet, müssen alle Plattformen zwingend überprüfen, wer auf ihrer Plattform Waren anbietet oder bewirbt. Christian Köhler dazu: „Kunden auf Online-Plattformen müssen sich auf die angegebene Identität von Anbietern verlassen können. Ohne rechtssichere Identifizierung der Anbieter auf Plattformen ist kein effektiver Käuferschutz möglich. Das ist keine Frage der Überregulierung sondern notwendig für wirksame Risikominimierung und Eindämmung von Kriminellen!“

Weiterhin betont Christian Köhler: „Und selbstverständlich ist der Schutz vor Fälschungen nur dann möglich, wenn verhindert wird, dass eine einmal gelöschte Fälschung erneut hochgeladen und angeboten wird. Denn jeder Aufwand der Identifizierung von Fälschungen ist im Ergebnis wirkungslos, wenn Kriminelle von den Plattformen nicht daran gehindert werden, Fälschungen immer wieder anzubieten. Das Ziel ist, dass Verbraucher originale und damit sichere Produkte erhalten.“

## **Ansprechpartnerinnen**

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

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

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.