

PROBLEMFELDER BEI VERMITTLUNGSPLATTFORMEN

Eine Erhebung und Auswertung von Verbraucherbeschwerden



MARKTWÄCHTER
DIGITALE WELT

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

INHALT:

1	Hintergrund und Relevanz	2
2	Methodisches Vorgehen	2
3	Ergebnisse.....	3
3.1	Vertragsabschluss	3
3.1.1	Untergeschobene Vertragsabschlüsse.....	4
3.1.2	Vertragsabschlüsse trotz abgebrochener Bestellung	4
3.1.3	Überraschende Vertragsverlängerungen	4
3.2	Kosten und Zahlungsverkehr	5
3.2.1	Preiserhöhung durch Zusatzgebühren	5
3.2.2	Lockangebote	6
3.2.3	Fehlende Weiterleitung der Zahlung	7
3.2.4	Doppelte Abbuchung	7
3.3	Abweichende Leistungserbringung	8
3.3.1	Intransparente Darstellung des konkreten Leistungsangebots	8
3.3.2	Mangelhafte Leistungserbringung	8
3.3.3	Bonus und Gutscheine werden nicht oder verspätet ausgezahlt	9
3.4	Werbestrategien	9
3.4.1	Pressure selling	9
3.4.2	Aufdringliche Werbung.....	10
3.4.3	Transparenz in der Auflistung der Angebote	10
3.5	Unklare oder fehlende Verantwortung.....	11
3.5.1	Unklarer Ansprechpartner	11
3.5.2	Fehlende Informationen über vermittelten Vertragspartner	12
3.6	Keine oder schlechte Erreichbarkeit des Kundenservice.....	13

3.7	Datenschutz und Datenweitergabe	14
4	Fazit – Die Problembereiche aus Verbrauchersicht.....	14

1 HINTERGRUND UND RELEVANZ

Vermittlungsplattformen bieten Verbraucherinnen und Verbrauchern¹ zwar eine sinnvolle Hilfestellung an, um sich einen Überblick über die Angebote und die Anbieter auf einem Markt zu verschaffen. Im Beschwerdeaufkommen der Verbraucherzentralen lässt sich allerdings feststellen, dass Verbraucher sich nicht nur über Dienstleister und Anbieter beschwerten, sondern auch über Vermittlungsplattformen, auf denen sie die Dienste buchen. Im Folgenden werden daher die verschiedenen Problembereiche zu Vermittlungsplattformen dargestellt.

2 METHODISCHES VORGEHEN

Als Datengrundlage dienen die gesammelten Verbraucherbeschwerden der Verbraucherzentralen, die im Frühwarnnetzwerk (FWN) der Verbraucherzentralen erfasst wurden. Beim FWN der Verbraucherzentralen handelt es sich um ein Erfassungs- und Analysesystem für auffällige Sachverhalte aus der Verbraucherberatung. Grundlage stellt eine ausführliche Sachverhaltsschilderung durch Beratungskräfte dar, die eine Kategorisierung sowie eine anschließende qualitative Analyse ermöglicht. Eine Quantifizierung der Daten aus dem FWN heraus sowie ein Rückschluss auf die Häufigkeit des Vorkommens in der Verbraucherberatung insgesamt ist jedoch nicht möglich. Insgesamt wurden im Marktwächter-Schwerpunkt Digitale Dienstleistungen über 1.700 Beschwerden aus allen 16 Bundesländern ausgewertet, die zwischen Januar 2018 und April 2019 eingegangen sind. Zur Verdeutlichung der Beschwerdebereiche werden diese mit exemplarischen Beispielen von Verbrauchern angereichert.

Die Auswertung wurde zudem durch Ergebnisse einer bundesweiten Verbraucherbefragung ergänzt, um repräsentative Erkenntnisse über die Verbreitung der genannten Probleme in Deutschland zu erhalten.

Vorab lässt sich festhalten, dass die Arten von Dienstleistungen, die auf Vermittlungsplattformen vermittelt werden, vielfältig sind. In Tabelle 1 werden daher die Segmente aufgezeigt, zu denen in den Verbraucherzentralen Beschwerden eingegangen sind. Diese stellen die Grundlage der

¹ Die im weiteren Text gewählte männliche Form bezieht sich immer zugleich auf Personen aller Geschlechter. Wir bitten um Verständnis für den weitgehenden Verzicht auf Mehrfachbezeichnungen zugunsten einer besseren Lesbarkeit des Textes.

anschließenden Analyse der Problemfelder dar. Hierbei wurden Beschwerden aller Branchen gesichtet. Ziel war es dabei festzustellen, ob von branchenspezifischen Problemen auszugehen ist oder ob grundlegende Probleme erkennbar sind.

Markt-Segmente
Reise und Urlaub
Autos
Immobilien
Tickets
Lieferservice und Catering
Schloss- und Handwerkernotdienste
Sharing Economy
Energie und Strom
Finanzen und Versicherungen
Telekommunikation

Tab. 1: Beschwerden aus dem FWN zu unterschiedlichen Markt-Segmenten²

Jede Beschwerde eines Verbrauchers zu einer Vermittlungsplattform beinhaltet spezifische Problemerkahrungen. Um die vielfältigen Sachverhalte der Beschwerden besser fassen zu können, wurden sie übergreifenden Bereichen zugeordnet.

Im Folgenden werden die verschiedenen Beschwerden innerhalb der Kategorien genauer beleuchtet. Hierbei wurde der Fokus auf eine umfassende Analyse der häufigen Beschwerden gelegt.

3 ERGEBNISSE

3.1 Vertragsabschluss

Im FWN liegen Beschwerden von Verbrauchern vor, die von unbeabsichtigten Vertragsabschlüssen berichten. Die Sachverhalte sind dabei durchaus unterschiedlich und reichen von versteckten Kosten, erfundenen Forderungen bis hin zu vermeintlich abgeschlossenen Verträgen trotz Abbruchs des Buchungsvorgangs. Gemeinsam ist allen erfassten Beschwerden, dass die Verbraucher im Nachgang von vermeintlichen Forderungsschreiben überrascht werden.

Aber auch unbemerkte Verlängerungen von Verträgen werden moniert. Letztendlich sind Verbraucher ungewollt in Verträgen oder an längere Vertragslaufzeiten gebunden.

² Ausgehend vom Beschwerdeaufkommen der Verbraucherzentrale Bayern im Schwerpunktbereich „Digitale Dienstleistungen“ wurden Beschwerden aus weiteren Segmenten gesichtet, die die Verbraucherzentrale Bayern von den Schwerpunkten erhalten hat. Folgende drei Branchen sind diesen anderen Schwerpunkten zugeordnet: „Energie und Strom“, „Finanzen und Versicherungen“ und „Telekommunikation“.

3.1.1 Untergeschobene Vertragsabschlüsse

Bei einigen Vermittlungsplattformen, über die sich Verbraucher beschwerten, sind die Kosten für die Dienstleistung nicht ausreichend transparent dargestellt. Diese wesentliche Information findet sich nur in den AGB wieder, wird aber auf den Seiten innerhalb des Buchungsprozesses nicht deutlich genug dargestellt, so dass Verbraucher bei der Bestellung nicht von einem kostenpflichtigen Vertragsabschluss ausgegangen waren. Letztendlich liegt hier meist ein Verstoß gegen die bestehende „Buttonpflicht“ nach § 312 j BGB vor. In anderen Fällen ist den Schilderungen zu entnehmen, dass die Verbraucher die Dienstleistung überhaupt nicht bestellt hatten.

Diesen Fällen ist gemeinsam, dass die Verbraucher nicht mit dem Erhalt von entsprechenden Forderungsschreiben gerechnet hatten.

Fallbeispiel: Eine Verbraucherin berichtet, dass sie über die Internetseite einer Wohnungsvermittlungsplattform eine Schufa-Auskunft kostenpflichtig bestellen wollte. Nunmehr behauptet allerdings der Anbieter, sie habe zusätzlich eine Premiummitgliedschaft abgeschlossen, was die Verbraucherin bestreitet. Der Anbieter habe daraufhin ein Inkassounternehmen eingeschaltet.

3.1.2 Vertragsabschlüsse trotz abgebrochener Bestellung

Bei Buchungen von Dienstleistungen über Vermittlungsplattformen berichteten Verbraucher wiederholt über technische Pannen wie Seitenabstürze. Manchmal wird der Buchungsprozess vom Verbraucher auch absichtlich vorzeitig beendet. Die betroffenen Verbraucher gehen dann davon aus, dass die Buchung fehlgeschlagen ist. In einigen Fällen buchen sie die Dienstleistung deswegen bei einem anderen Anbieter. Tage später erhalten sie dann die Buchungsbestätigungen von der nicht zu Ende geführten Bestellung. Ein Widerruf wird von der jeweiligen Plattform nicht akzeptiert.

Fallbeispiel: „Bestellprozess für eine Eintrittskarte scheiterte bei Eingabe der Kreditkartendaten. Ich dachte, dass es damit erledigt ist. Einige Tage später kam die Rechnung, aber das Konzert findet schon morgen statt.“

3.1.3 Überraschende Vertragsverlängerungen

Verbraucher berichten, dass sie von automatischen Vertragsverlängerungen überrascht wurden. Sie schildern, dass beim Abschluss des Vertrags nicht deutlich dargestellt wurde, dass dieser sich automatisch verlängert. Ihnen war nicht bewusst, dass sich ein abgeschlossener Vertrag ohne aktive Kündigung verlängert.

Fallbeispiel: Eine Verbraucherin wollte eine Anzeige auf einer Wohnungsvermittlungsplattform schalten und schloss einen Premium-Account mit einmonatiger Laufzeit ab. Im Weiteren ging sie davon aus, dass das Vertragsverhältnis automatisch endet und keine weiteren Kosten entstehen würden. Das Unternehmen stellte ihr aber eine Rechnung für einen weiteren Monat. Als Begründung gab es an, der Vertrag habe sich automatisch verlängert. Zur Beendigung hätte die Verbraucherin die Anzeige deaktivieren müssen. Dies sei erst geschehen, nachdem der zweite Monat begonnen hatte.

Auch die repräsentative Befragung³ bestätigt, dass diese Probleme keine Einzelfälle sind, sondern in der Bevölkerung verbreitet auftreten. So sagen zwei von drei Verbrauchern (66 %), dass sie bereits Schwierigkeiten hatten, Informationen zu den Vertragsbedingungen zu finden. Bei knapp jedem Fünften ist dies sogar häufig der Fall (19 %).⁴

3.2 Kosten und Zahlungsverkehr

Ein weiteres Problemfeld besteht im Zusammenhang mit den Kosten und dem Zahlungsverkehr. Die Schilderungen sind vielseitig. Die folgenden Sachverhalte treten als Beschwerdegründe im FWN auf.

3.2.1 Preiserhöhung durch Zusatzgebühren

Verbraucher beschwerten sich darüber, dass sie auf einer Vermittlungsplattform eine Dienstleistung buchen und der abschließende Preis deutlich höher ist als das zunächst angezeigte Angebot. Während des Buchungsprozesses werden verschiedene Gebühren aufgeschlagen (wie Vermittlungsgebühren oder Extra-Gebühren für bestimmte Zahlungsmittel), die diese Erhöhung verursachen. Den tatsächlichen Preis sehen die Verbraucher also erst nach Eingabe aller persönlichen Daten.

Fallbeispiel: „Ich habe gestern einen Flug gebucht. Dabei wurde während des Bestellprozesses ein Preis angezeigt, der alle Gebühren etc. beinhaltet. Erst bei der Eingabe von Bezahltdaten wurde plötzlich ein höherer Preis angegeben. Dies wurde damit begründet, dass ich kein Premium-Mitglied bin und daher keinen Rabatt von 10 Prozent erhalte. Der

³ Methode: Telefonische Interviews (CATI Bus) mit 1.016 deutschsprachigen Internetnutzern ab 18 Jahren in Deutschland. Auswahlverfahren: Repräsentative Zufallsstichprobe. Befragungszeitraum: 27.03. bis 02.04.2019. Institut: Kantar Emnid, Bielefeld. Statistische Fehlertoleranz: max. +/- 3 Prozentpunkte in der Gesamtstichprobe.

⁴ Frageformulierung: „Bitte denken Sie an Ihre Erfahrungen mit solchen Vermittlungsplattformen in den letzten zwei Jahren. Wie häufig, wenn überhaupt, trafen die folgenden Dinge zu: Es war für mich schwierig, Informationen zu den Vertragsbedingungen zu finden.“ Verteilung der Antworten: „Sehr häufig“: 3 %; „Häufig“: 16 %; „Manchmal“: 19 %; „Selten“: 28 %; „Nie“: 29 %; „weiß nicht“ + „keine Angabe“: 5 %. Die oben genannten „66 %“ setzen sich aus den Antwortkategorien „sehr häufig“ bis „selten“ zusammen. Basis: 514 Verbraucher, die in den letzten 2 Jahren auf einer Vermittlungsplattform gebucht oder bestellt haben.

Rabatt dieser kostenpflichtigen Premiummitgliedschaft wurde zuvor jedoch ohne Kennzeichnung eingerechnet."

Fallbeispiel: „Ich habe einen Flug gebucht für 2 Personen zu einem Preis von 408,- Euro. Im Nachgang habe ich eine zusätzliche Rechnung über eine Vermittlungsgebühr in Höhe von 79,96 Euro erhalten, obwohl es diese Gebühr beim Buchungsvorgang nicht angezeigt hatte. Erst beim Auswählen des Zahlungsmittels wurde der Preis hochgezogen mit dem Hinweis, dass der vorher angezeigte Preis nur bei Bezahlung mit der Master Card Gold von [xxx] gilt. Ich finde, dass dies eine ganz miese Abzocke ist, zumal man für die Auswahl des Zahlungsmittels nach unten scrollt und bei einem Laptop die Preise oben gar nicht mehr sieht.“

Hinzu kommt noch, dass diese zusätzlichen Kosten häufig nicht transparent dargestellt sind und vom Verbraucher leicht übersehen werden können. So kommt es vor, dass die zusätzlichen Kosten auch erst nach Buchungsabschluss wahrgenommen werden. Im Folgenden wird ein Beispiel dargestellt zu einer Plattform, die Stromanbieter an Kunden vermittelt.

Fallbeispiel: „Ich hatte vor kurzem einen Stromanbieterwechsel auf der Seite von [xxx] vorgenommen. Bei Erhalt der Vertragsbestätigung des Lieferanten staunte ich nicht schlecht, als ich zufällig sah, dass der Grundpreis plötzlich fast 40 Prozent höher ausgewiesen wurde als auf der Webseite. (€6,33 statt €4,59).“

Auch die repräsentative Befragung ergab, dass mehr als die Hälfte aller befragten Verbraucher (52 Prozent), die in den letzten zwei Jahren auf einer Vermittlungsplattform eine Dienstleistung buchten, feststellen mussten, dass der Preis am Ende des Buchungsprozesses höher war als zu Beginn angegeben.⁵

3.2.2 Lockangebote

Verbraucher beanstanden, dass sie mit günstigen Ausgangspreisen auf den Startseiten der Vermittlungsplattformen zu Dienstleistungen „gelockt“ werden. Das bedeutet, aufgrund des angezeigten Preises entscheiden sie sich für die Buchung dieses Angebots. Im Buchungsprozess stellen sie dann aber fest, dass das ursprüngliche Angebot gar nicht mehr existiert und dafür andere Angebote zur Verfügung gestellt werden. Auch hier haben die Verbraucher bereits eine Vielzahl an persönlichen Daten preisgegeben. Diese Daten können für Werbezwecke genutzt werden. In

⁵ Frageformulierung: „Bitte denken Sie an Ihre Erfahrungen mit solchen Vermittlungsplattformen in den letzten 2 Jahren. Wie häufig, wenn überhaupt, trafen die folgenden Dinge zu: Der Preis war am Ende höher als zu Beginn der Buchung angegeben.“ Verteilung der Antworten: „Sehr häufig“: 6 %; „Häufig“: 12 %; „Manchmal“: 13 %; „Selten“: 22 %; „Nie“: 44 %; „weiß nicht“ + „keine Angabe“: 4 %. Die oben genannten „52 %“ setzen sich aus den Antwortkategorien „sehr häufig“ bis „selten“ zusammen. Basis: 514 Verbraucher, die in den letzten 2 Jahren auf einer Vermittlungsplattform gebucht oder bestellt haben.

einigen Branchen findet die Masche Anwendung, auf der Startseite besonders attraktive Angebote zu präsentieren, die nicht mehr existieren. Im Folgenden wird dieser Sachverhalt durch ein Beispiel zur Kreditvermittlung verdeutlicht.

Fallbeispiel: „Ein Anbieter wirbt aktuell mit einer negativen Verzinsung bei einem Neukredit von 1.000 €. Nach Anmeldung wird zwar das Angebot angezeigt, aber im letzten Schritt wird genau dieses Angebot abgelehnt. Es werden aber zeitgleich mehrere weitere Angebote abgegeben (die natürlich deutlich teurer sind). Trotz Ablehnung dieser Angebote folgten unzählige E-Mails, SMS und Anrufe, man habe doch ‚ganz tolle Kreditangebote für mich‘. Auch als ich diese telefonisch abgelehnt hatte, bekam ich innerhalb einer Woche mehrere Umschläge mit vorausgefüllten Kreditanträgen, zum Teil sogar mit Summen jenseits der anfangs angefragten 1.000 €. Diese Geschäftspraxis halte ich, gerade in Hinblick auf Kreditanträge, für höchst unseriös.“

3.2.3 Fehlende Weiterleitung der Zahlung

Weiterhin liegen Beschwerden darüber vor, dass Zahlungen, die über eine Vermittlungsplattform abgewickelt werden, nicht zum Anbieter weitergeleitet werden. Für den Verbraucher ist in diesen Fällen nicht nachvollziehbar, ob eine Weiterleitung tatsächlich nicht erfolgt ist oder ob es sich nur um eine Behauptung des eigentlichen Dienstleisters handelt. Zur Veranschaulichung dient folgender Sachverhalt.

Fallbeispiel: Ein Verbraucher bucht auf einer Vermittlungsplattform ein Mietauto und bezahlt einen Teil der Kosten per Lastschrift. Es wird ihm mitgeteilt, dass der Rest bei Anmietung bezahlt wird. Vor Ort in Spanien verlangte man den Gesamtbetrag, von einer Anzahlung wusste man nichts. Die Verbraucher bezahlten ihn und forderten nach der Reise die Vermittlungsplattform auf, die zusätzlichen Kosten für das Mietauto zurückzuerstatten. Trotz mehrmaliger Nachfragen gibt es seit Monaten die Rückmeldung, dass der Vorgang in Arbeit sei und man auf sie zukomme.

3.2.4 Doppelte Abbuchung

Es liegen außerdem Beschwerden von Verbrauchern vor, die schildern, dass die Forderungen für bestellte Dienstleistungen doppelt abgebucht werden. Teilweise drängt sich der Verdacht eines systematischen Vorgehens auf, da ähnliche Beschwerden zu den genannten Plattformen über Monate hinweg festzustellen waren.

Fallbeispiel: „Bei mir wurden die Kosten für eine Eintrittskarte, die ich bei [xxx] gebucht habe, unter der gleichen Auftragsnummer doppelt abgebucht! Nach Recherchen im Internet habe ich festgestellt, dass es sich hierbei nicht um einen Einzelfall, sondern um Betrug handelt.“

3.3 Abweichende Leistungserbringung

Auch hinsichtlich der eigentlichen Leistungserbringung liegen Beschwerden vor, die den Schluss zulassen, dass ein Zusammenhang mit der Angebotsdarstellung durch das Vermittlungsportal besteht.

3.3.1 Intransparente Darstellung des konkreten Leistungsangebots

Immer wieder gehen Beschwerden darüber ein, dass sich im Nachhinein eine uneindeutige Darstellung des vermittelten Angebots herausstellt. Ein Beispiel dabei sind Ticketbörsen, auf denen statt Originaltickets bereits gekaufte Tickets weiterverkauft werden (sogenannte Zweittickets). Vielen Verbrauchern ist dies bei der Bestellung nicht bewusst.⁶ Aber auch in anderen Segmenten tritt dieses Problem auf, wie folgendes Beispiel zeigt.

Fallbeispiel: Der Verbraucher trägt vor, er habe über [xxx] ein Appartement gemietet mit einem „privaten Pool“ in Kroatien. Erst im Nachgang sei deutlich geworden, dass der Pool zwar nicht öffentlich zugänglich, aber für alle Appartementbewohner nutzbar sei.

3.3.2 Mangelhafte Leistungserbringung

Nicht immer entspricht die auf Vermittlungsplattformen beworbene Leistung der anschließend erbrachten. Bestimmte Plattformen vermitteln wiederholt mangel- und fehlerhafte Dienstleistungen. Beispielweise erhalten Verbraucher bei einem vermittelten Kauf von Eintrittskarten für eine Veranstaltung statt der bestellten Sitzplätze nur Karten für Stehplätze oder Karten aus einer tieferen Preiskategorie.

Fallbeispiel: „Ich habe bei [xxx] zwei Tickets für ein Konzert bestellt. Bei der Bestellung handelte es sich um Sitzplatztickets, das Nebeneinanderliegen der Sitzplätze wurde garantiert. Gestern wurden mir die vermeintlich gekauften Tickets übersandt. Anstatt der vereinbarten Sitzplätze handelt es sich um Tickets für Stehplätze. Daraufhin habe ich [xxx] per Mail kontaktiert. Jedoch erhielt ich lediglich eine Rückantwort mit der Aussage, dass es sich bei den empfangenen Tickets um die Bestellten handele.“

⁶ Siehe dazu auch die Marktwächter-Untersuchung „Online-Ticketmarkt: Struktur und Probleme“: www.marktwaechter.de/sites/default/files/downloads/marktueberblick-online-ticketmarkt.pdf

3.3.3 Bonus und Gutscheine werden nicht oder verspätet ausgezahlt

Ein beliebtes Marketinginstrument sind Bonuszahlungen und Gutscheine für eine getätigte Buchung. Allerdings sind diese teilweise an spezielle Bedingungen geknüpft und kommen in der Praxis daher nicht immer zum Tragen. Verbraucher beschwerten sich, dass sie erst davon erfahren haben, als der Vertrag bereits abgeschlossen war oder bei der ersten Zahlungsaufforderung.

Fallbeispiel: „Wir haben einen Flug von Frankfurt nach Venedig beim Anbieter A. gebucht. Unser Flug wurde wetterbedingt gestrichen und die Airline hat das volle Ticket an A. zurückerstattet. Trotz mehrmaliger Nachfrage ist bis heute jedoch keine Rückerstattung bei uns eingegangen, obwohl A. behauptet, sie hätten das Geld überwiesen. Man weigert sich jedoch mir die Karte zu nennen, auf die angeblich überwiesen wurde und hält uns seit Monaten hin.“

3.4 Werbestrategien

Auch die Werbemaßnahmen der Vermittlungsportale schlagen sich in den eingehenden Beschwerden nieder.

3.4.1 Pressure selling

Eine verbraucherunfreundliche Methode zum Generieren von Vertragsabschlüssen ist das sogenannte „Pressure selling“. Dabei werden Verbraucher durch blinkende und leuchtende Aufrufe zur Bestellung gedrängt, indem ihnen angezeigt wird, dass das Angebot nur noch knapp vorhanden ist. Ein Countdown zählt beispielsweise herunter, wie lange das Angebot noch verfügbar ist, oder die vermeintliche Anzahl der verfügbaren Angebote verringert sich sekundlich.

Fallbeispiel: „Ich wollte Tickets für ‚Let's Dance‘ in Leipzig. Ich befragte Google und wurde direkt auf [xxx] verwiesen. Es wurde angezeigt, dass nur noch 6 Karten verfügbar sind und über 10 Interessenten auf der Seite seien. [...] Zugleich lief eine Uhr ab: Ihre Tickets verfallen in 9:23 min (blinkend herunterlaufend). Zudem wurde immer angezeigt, wieviel Interessenten warten. Dies setzte mich unter Druck. [...] Deshalb habe ich mich beeilt den Kauf abzuschließen. (Die Uhr lief ja ab.) Bei der Bezahlung kamen zu dem Betrag von 2x 249 € jeweils 4 € Versand und 66 € Bearbeitungsgebühr hinzu. Die Bearbeitungsgebühr machte mich schon stutzig. Normal hätte ich jetzt [xxx] recherchiert. Jedoch durch den Zeitdruck, gepaart mit dem Wunsch die Karten noch zu erhalten, habe ich diese gekauft.“

Die repräsentative Umfrage zeigt ebenfalls auf, dass jeder zweite Nutzer von Vermittlungsplattformen (52 %) sich schon mal während des Buchungsprozesses durch Hinweise

auf eine begrenzte Verfügbarkeit des Angebots zu einem schnellen Abschluss gedrängt gefühlt hat. Bei mehr als jedem vierten Verbraucher (28 %) kommt dies sogar häufig vor.⁷

3.4.2 Aufdringliche Werbung

Es kommt vor, dass Verbraucher auf bestimmten Vermittlungsplattformen persönliche Daten wie Telefonnummer oder E-Mail-Adresse angeben und dann daraufhin zahlreiche E-Mails oder Telefonanrufe von verschiedenen Anbietern erhalten, die die Verbraucher zu Vertragsabschlüssen überreden wollen. Bei Vermittlungsplattformen für Versicherungen, Telefon- und Strom-Verträgen wird dieser Sachverhalt häufiger gemeldet.

Fallbeispiel: „Ich habe vor ca. 2-3 Monaten versucht über [xxx] den Stromanbieter zu wechseln. Leider kam dieser Wechsel aufgrund eines Schufa-Eintrags meinerseits nicht zustande. Nun hat mich heute eine Dame aus einem Call Center von [xxx] angerufen. Es ginge darum, dass man einen Anbieter für mich gefunden hätte, der mich als Kunde nehmen würde und dieser wäre noch günstiger als meine erste Wahl. Nun hat die Dame ohne Unterlass irgendwelche Zahlen genannt über Grundpreis, Abschlagszahlungen, Ersparnisse, Neukundenbonusse usw. Natürlich war das alles sehr verwirrend. Und als ich ihr sagte, dass ich das ganze erst mal in Schriftform haben möchte hieß es: ‚Ja wir schicken ihnen eine E-Mail und dann haben Sie zwei Wochen Kündigungsfrist‘. Ich müsse mir eine Bandansage mit den Eckdaten des Vertrages anhören und diese dann mit ‚Ja‘ bestätigen. Dies lehnte ich ab mit der Aussage, ich schließe sicherlich am Telefon keinen Vertrag ab. Zumal die Dame mit keinem Wort erwähnt hat, dass es sich dabei um einen Vertragsabschluss handelt. Dieses Spiel ging dann noch drei Mal hin und her, bis die Dame endlich lockergelassen hat.“

Fallbeispiel: „Ich wollte mir einen Kredit berechnen lassen. Ich habe keine Anfrage abgeschlossen oder akzeptiert, werde seitdem via Telefon und E-Mail belästigt. Ich habe schon mehrmals darum gebeten, dass dies aufhört, leider ohne Erfolg.“

3.4.3 Transparenz in der Auflistung der Angebote

Ergänzend zu den Verbraucherbeschwerden wird hier noch auf die Frage der Sortierung der aufgelisteten Angebote eingegangen. Diese ist durchaus entscheidend für das Auffinden einer geeigneten Dienstleistung. Wie eine Untersuchung des Bundeskartellamtes ergeben hat, kommt es

⁷ Frageformulierung: „Bitte denken Sie an Ihre Erfahrungen mit solchen Vermittlungsplattformen in den letzten 2 Jahren. Wie häufig, wenn überhaupt, trafen die folgenden Dinge zu: Während des Buchungsprozesses fühlte ich mich durch den Hinweis auf eine begrenzte Verfügbarkeit des Angebots zu einem schnellen Abschluss der Bestellung gedrängt.“ Verteilung: „Sehr häufig“: 10 %; „Häufig“: 17 %; „Manchmal“: 12 %; „Selten“: 13 %; „Nie“: 43 %; „weiß nicht“ + „keine Angabe“: 4 %. Die oben genannten „52 %“ setzen sich aus den Antwortkategorien „sehr häufig“ bis „selten“ zusammen. Basis: 514 Verbraucher, die in den letzten 2 Jahren auf einer Vermittlungsplattform gebucht oder bestellt haben.

vor, dass im sogenannten Ranking zusätzlich über die eigentliche Suchanfrage hinausgehende Angebote auftauchen⁸. Diese entsprechen dann aber nicht unbedingt den konkreten Suchkriterien des Verbrauchers, werden aber von der Vermittlungsplattform aufgrund von Provisionen, Werbeanzeigen oder anderen Gründen integriert. Beispielsweise werden auf verschiedenen Vermittlungsplattformen im Ranking an erster Stelle werbebasierte Ergebnisse angezeigt (die sogenannte „Position 0“). 45 % der Internetnutzer erleben häufig, dass das oberste Ergebnis einer Suchanfrage eine Werbeanzeige und nicht das günstigste Angebot war.⁹ Des Weiteren kann es vorkommen, dass Angebote den Suchkriterien entsprechen, aber im Ranking aufgrund der zuvor genannten Aspekte nach oben geschoben werden. Diese speziellen Angebote sind oft nicht oder nicht ausreichend gekennzeichnet. Laut der repräsentativen Umfrage konnten 62 % aller Verbraucher, die in den letzten zwei Jahren eine Dienstleistung auf einer Vermittlungsplattform gebucht haben, in der Trefferliste schon einmal nicht erkannt haben, für welche Angebote die Plattform Extra-Zahlungen eines Anbieters enthält, damit sie weiter oben in der Trefferliste erscheinen. Jeder Dritte (37 %) machte diese Erfahrung sogar häufig.¹⁰

3.5 Unklare oder fehlende Verantwortung

Da Vermittlungsplattformen die angebotenen Leistungen nur vermitteln, schließen Verbraucher bei der Buchung einer Dienstleistung grundsätzlich mit mindestens zwei Akteuren einen Vertrag ab¹¹: mit der Vermittlungsplattform und mit dem Anbieter der Dienstleistung. In einigen Branchen ist es auch üblich, dass noch Sub-Vermittler dazwischengeschaltet sind.

3.5.1 Unklarer Ansprechpartner

Für Verbraucher ist es bei Reklamationen und Nachfragen nicht immer einfach nachzuvollziehen, wer verantwortlich ist und an wen sie sich bei Problemen wenden sollen.

Fallbeispiel: Eine Verbraucherin hatte auf einer Autovermittlungsplattform ein Fahrzeug für Ihren Aufenthalt in Spanien gebucht. Der Vertrag wurde einmal über den Anbieter [xxx] und dann weiter über [yyy] zu [zzz] vermittelt. Der eigentliche Mietvertrag kam dann in Spanien

⁸ Bundeskartellamt (2018): Konsultationspapier zur Sektoruntersuchung Vergleichsportale. Bonn, S. 65f.

⁹ Frageformulierung: „Bitte denken Sie an Ihre Erfahrungen mit solchen Vermittlungsplattformen in den letzten 2 Jahren. Wie häufig, wenn überhaupt, trafen die folgenden Dinge zu? Das oberste Ergebnis meiner Suchanfrage war eine Werbeanzeige und nicht das günstigste Angebot.“ Sehr häufig: 16 %, häufig: 29 %, manchmal: 21 %, selten: 11 %, nie: 15 %.

¹⁰ Frageformulierung: „Bitte denken Sie an Ihre Erfahrungen mit solchen Vermittlungsplattformen in den letzten 2 Jahren. Wie häufig, wenn überhaupt, trafen die folgenden Dinge zu: Ich konnte in der Trefferliste zu meiner Suchanfrage nicht erkennen, für welche Angebote die Plattform Extra-Zahlungen des jeweiligen Anbieters erhält, damit sie weiter oben in der Trefferliste erscheinen.“ Verteilung: „Sehr häufig“: 15 %; „Häufig“; „Manchmal“: 13 %; Selten: 12 %; Nie: 23 %; weiß nicht + keine Angabe: 14 %. Die oben genannten „62 %“ setzen sich aus den Antwortkategorien „sehr häufig“ bis „selten“ zusammen. Basis: 514 Verbraucher, die in den letzten 2 Jahren auf einer Vermittlungsplattform gebucht oder bestellt haben

¹¹ Siehe: Problemfelder bei Vermittlungsplattformen – Eine juristische Bewertung der Vertragsverhältnisse, Mai 2019, Marktwächter Digitale Welt, VZ Bayern, S. 5

zustande. Der Händler in Spanien berechnete der Verbraucherin undefinierbare Zusatzleistungen in Höhe von 359,75 Euro. Tatsächlich finden sich im Vertrag beim spanischen Händler keine Mietkosten, nur undefinierbare Bezeichnungen. Die vielen Vermittler und der Händler vor Ort machen es für die Verbraucherin schwierig, ihre Ansprüche zu verfolgen, zumal sie dachte, alles aus Deutschland schon erledigt zu haben.

Bestimmte Vermittler weisen bei Reklamationen und auftretenden Problemen die Verantwortung von sich. Argumentiert wird, dass sie nur zwischen Anbieter und Verbraucher vermitteln, wie ein Beispiel aus den AGB einer Vermittlungsplattform zu Schlüsselnotdiensten verdeutlicht: „Wir sind eine Vermittlerfirma und vergeben Aufträge an kompetente und ausgewählte Schlüsselnotdienst-Firmen. Diesbezüglich haften wir nicht für die Preise, nicht für die Ausführung, nicht für die Schnelligkeit und auch nicht für die Qualität unserer Partnerfirmen.“ Mit dieser Aussage wollen sie sich rechtlich absichern und jeglicher Haftung entziehen.

Fallbeispiel: „Verbraucher bestellte für 60 Personen ein Menü für jeweils 19,90. Die Lieferung sollte um 18:30 erfolgen. Tatsächlich wurde bereits um 17:15 geliefert. Da die Vorspeisen nicht gekühlt waren und auch die anderen Gerichte nicht den Vorstellungen entsprachen, versuchte er diese zu reklamieren. Er erreichte keine Verantwortlichen und die Speisen wurden nicht den Gästen angeboten. Da er bei Lieferung bereits bezahlt hat, versucht er nun diesen Betrag zurückzufordern. Der Online-Anbieter verweist auf den Lieferanten, da die Plattform nur die Lieferanten vermittelt. Der Lieferant ist nicht bereit, den Betrag zu erstatten.“

3.5.2 Fehlende Informationen über vermittelten Vertragspartner

Die Problematik verschärft sich für die Verbraucher, wenn Vermittlungsplattformen keine Informationen zu den Anbietern preisgeben. Wenn der eigentliche Anbieter aber unbekannt ist, kann der Verbraucher sich im Falle von Problemen bei der Vertragsabwicklung an niemanden wenden. Ihm bleibt die Möglichkeit einer Rechtsdurchsetzung somit verwehrt. Dies kommt in verschiedenen Segmenten wie bei Ticketbörsen und Vermittlungsplattformen für Notdienste vor.

Fallbeispiel: „Über [xxx] wurde angeblich aus der Gegend stammender Schlüsselnotdienst vermittelt, der stark überhöhte Rechnung stellte. Es wurde ein wahrscheinlich erfundener Name genutzt. Dadurch nicht mehr greifbar.“

Fallbeispiel: „Wir haben im Internet gezielt über Google nach einem regionalen Schlüsseldienst gesucht und die Seite [xxx] erweckte für uns diesen Eindruck. Es gab eine kostenfreie Telefonnummer und der Eindruck war sehr positiv. Man hat uns einen Servicemitarbeiter für eine Anfahrtspauschale von 20 Euro in 40 min versprochen. Es kam ein Kombi ohne jegliche Firmenbezeichnung und ein Mitarbeiter ohne Arbeitskleidung. Er hat, bevor er anfangen wollte, sehr oberflächlich den Schaden geprüft und einen Riegelbruch

diagnostiziert, dann wollte er 159 Euro und 20 Euro Anfahrtspauschale bevor er einen Finger rührt. Materialkosten mindestens 120 Euro und Arbeitszeit pro 15 min zwischen 29 und 44,50 Euro. Wir haben ihn weggeschickt, allerdings nicht möglich ohne 60 Euro Stornopauschale. Ein Bekannter prüft nun vorerst, ob diese Diagnose korrekt ist, da der Mitarbeiter nicht den kompetentesten Eindruck vermittelte. Das erhaltene Formular erweist sich als nicht vollständig, da die Steuernummer fehlt. Die Firma hat ihren Sitz in Essen, nicht in unserer Nähe. Das Impressum der Internetseite zeigt nur eine Zwischenfirma an, die weitervermittelt."

Erschwert wird die Problematik dann, wenn sich betrügerische Angebote auf den Vermittlungsplattformen finden. In diesem Zusammenhang beschwerten sich Verbraucher darüber, dass einige Vermittlungsplattformen nicht ausreichend gegen diese Anbieter vorgehen und den geschädigten Verbrauchern zu wenig Unterstützung anbieten.

Fallbeispiel: Ein Verbraucher hat Interesse an einem Auto auf einer Vermittlungsplattform und bekommt die Telefonnummer des Verkäufers von einem Subvermittler in Eschborn. Nach einer Nachricht auf dem Anrufbeantworter, bekommt der Verbraucher eine schriftliche Antwort aus England. Es kommt zum Kauf des PKW und der Verbraucher überweist 5.200 €. Das Fahrzeug erhält er nicht. Der Verkäufer hatte sich mit Personalausweis ausgewiesen, ist aber jetzt nicht mehr zu finden und reagiert auf Anrufe nicht. Die Vermittlungsplattform teilt mit, dass wegen Datenschutzes keine Infos über den Verkäufer gegeben werden können.

Jeder zweite Verbraucher (54 %), der in den letzten Jahren auf einer Vermittlungsplattform eine Dienstleistung gebucht hatte, weiß nicht immer, ob der Vertrag mit der Vermittlungsplattform selbst oder einem beteiligten Anbieter geschlossen wurde.¹²

3.6 Keine oder schlechte Erreichbarkeit des Kundenservice

Verbraucher beschwerten sich darüber hinaus über einen mangelhaften Kundenservice. Da es bei der rein technischen Buchung einer Dienstleistung leicht zu Problemen kommen kann, ist ein gut erreichbarer und kostenloser Kundenservice unerlässlich. Dies ist allerdings nicht immer gegeben.¹³ Verbraucher beschwerten sich, dass beim Versuch einer Kontaktaufnahme unter der angegebenen Telefonnummer niemand zu erreichen ist und E-Mails nur mit automatisierten Standardaussagen

¹² Frageformulierung: „Bitte denken Sie an Ihre Erfahrungen mit solchen Vermittlungsplattformen in den letzten zwei Jahren. Wie häufig, wenn überhaupt, trafen die folgenden Dinge zu: Mir war nicht klar, ob ich einen Vertrag mit der Vermittlungsplattform selbst oder dem beteiligten Anbieter abgeschlossen habe.“ Verteilung: „Sehr häufig“: 4 %; „Häufig“: 13 %; „Manchmal“: 14 %; „Selten“: 23 %; „Nie“: 40 %; „weiß nicht“ + „keine Angabe“: 7 %. Die oben genannten „54 %“ setzen sich aus den Antwortkategorien „sehr häufig“ bis „selten“ zusammen. Basis: 514 Verbraucher, die in den letzten 2 Jahren auf einer Vermittlungsplattform gebucht oder bestellt haben.

¹³ Bei einer bevölkerungsrepräsentativen Umfrage des Marktwächters Digitale Welt im Jahr 2018 fällt vor allem das Thema Erreichbarkeit negativ auf. Vgl. <https://www.marktwaechter.de/pressemeldung/kundenservice-erreichbarkeit-und-qualitaet-besonders-verbesserungsbeduerftig>

beantwortet werden. Unter diesen Umständen sehen die Verbraucher keine Möglichkeit, ihre Beschwerden anzubringen. Nur exemplarisch soll folgender Fall der Veranschaulichung dienen.

Fallbeispiel: „Verbraucher hatte telefonisch über [xxx] einen Anbieterwechsel zum 31.03.2018 veranlasst. Die Kündigungen wurden jedoch nicht zum 31.03.2018 ausgesprochen, sondern zu sofort. Damit entging dem Verbraucher ein versprochener Bonus in Höhe von 250 €. [xxx] reagiert nicht auf seine Mails mit der Bitte um Übersendung der Gesprächsaufzeichnung.“

3.7 Datenschutz und Datenweitergabe

Ein Thema, welches nicht erst seit der Datenschutzgrundverordnung in der öffentlichen Aufmerksamkeit steht, ist die Nutzung und Weitergabe von persönlichen Daten der Verbraucher. Es gibt Beschwerden, dass verschiedene Plattformen persönliche Daten abfragen, ohne klar mitzuteilen, wofür sie diese verwenden. Besonders kritisch wird dies gesehen, wenn ohne Angabe dieser Daten ein bestimmter Service angeblich nicht richtig genutzt werden kann.

Fallbeispiel: „Ein Kollege von mir benötigte einen schnellen MRT-Termin beim Radiologen. Über die Seite von [xxx] fand er einen freien Termin bei seinem Wunscharzt und wollte diesen telefonisch mit der Praxis vereinbaren. Dort bekam er nur einen deutlich späteren Termin, der schnelle Termin ist laut Praxis nur über [xxx] möglich. Dies ist mit einer Registrierung verbunden! D.h. es gibt eine deutliche Benachteiligung des telefonischen Weges und damit einen Zwang sich zu registrieren. Dort soll dann auch noch Termingrund angegeben werden!“

4 FAZIT – DIE PROBLEMBEREICHE AUS VERBRAUCHERSICHT

Die dargestellten Beschwerden der Verbraucher und Ergebnisse der repräsentativen Befragung zeigen auf, dass branchenübergreifend eine Vielzahl von Problemfeldern zu Vermittlungsplattformen bestehen. Ob beim Vertragsschluss, beim Zahlungsverkehr, bei der Leistungserbringung oder beim Datenschutz – Verbraucher sehen sich immer wieder Schwierigkeiten ausgesetzt. Dies lässt den Schluss zu, dass bei all den Vorteilen, die die Plattformen dem Verbraucher bieten, nicht alle Abläufe ausreichend verbraucherfreundlich gestaltet sind.

So stehen hinter den oben genannten Beschwerdegründen häufig gravierende **Transparenzdefizite**, die sich in vielfältiger Weise äußern. Auf den Webseiten werden notwendige Informationen wie die finalen Kosten inklusive verschiedener Gebühren, die Widerrufs- und Stornierungsbedingungen, die tatsächlich zu erbringende Leistung und Informationen über den Anbieter teilweise nicht deutlich und erkennbar genug dargestellt oder sie fehlen gänzlich.

Bestandteile der Vertragsbedingungen wie die Vertragslaufzeiten oder automatische Verlängerungen finden sich teilweise nur in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen wieder und nicht auf den Seiten innerhalb des Buchungsprozesses selbst. Verschiedene Vermittlungsplattformen anonymisieren die vermittelten Anbieter oder stellen diese nicht erkenntlich dar. Die Verbraucher wissen damit nicht, mit wem sie den Dienstleistungsvertrag abschließen bzw. an wen sie sich bei Problemen wenden sollen.

Die Anbieter der Vermittlungsplattformen entziehen sich aber auch gerne der **Verantwortung**, da sie sich nur als reine Vermittler sehen, die für Mängel bei der Erbringung der Leistung nicht in der Haftung stehen und stattdessen auf die Anbieter verweisen. Letztendlich bleibt der Verbraucher bei Problemen auf der Strecke.

Erschwert wird das Problem dadurch, dass die Kommunikation mit dem Kundenservice nicht immer reibungslos funktioniert, da die telefonische Erreichbarkeit nicht gewährleistet wird und E-Mails nur standardisiert beantwortet werden. Die Auswertung der Beschwerden aus dem Frühwarnnetzwerk zeigt aber auch, dass es durch die mangelhafte Darstellung der Angebote auf den Webseiten zu Missverständnissen kommt, für die die Plattformen sehr wohl Verantwortung tragen und Ansprechpartner sind. Auch das Auffinden und Aussortieren von betrügerischen Anbietern wird aktuell von einigen Plattformanbietern noch nicht befriedigend im Sinne des Verbrauchers vollzogen.

Und werden dann noch blinkende Bestellaufforderungen und Mitteilungen einer geringen und schrumpfenden Verfügbarkeit eingeblendet, ist es für den Verbraucher noch schwieriger, die relevanten Informationen wahrzunehmen. Im Ergebnis muss daher festgehalten werden, dass diese Problemfelder angegangen und verbessert werden müssen.