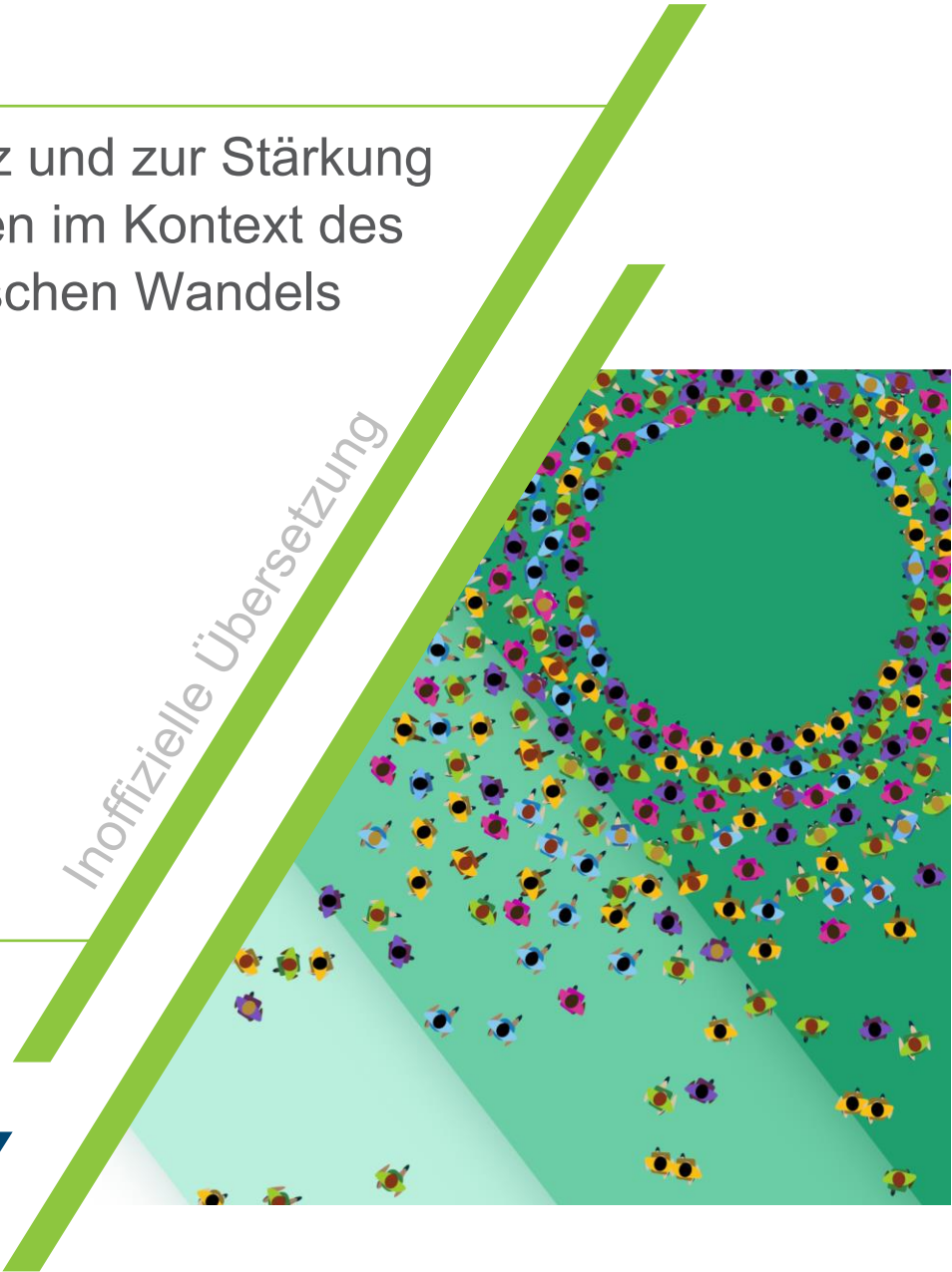




Erklärung zum Schutz und zur Stärkung von Verbraucher*innen im Kontext des digitalen und ökologischen Wandels

Inoffizielle Übersetzung

OECD-Rechtsinstrumente



Das vorliegende Dokument wird unter der Verantwortung des Generalsekretärs der OECD veröffentlicht. Die darin zum Ausdruck gebrachten Meinungen und Argumente spiegeln nicht zwangsläufig die offizielle Einstellung der Mitgliedstaaten der OECD wider.

Dieses Dokument sowie die darin enthaltenen Daten und Karten berühren weder den völkerrechtlichen Status von Territorien noch die Souveränität über Territorien, den Verlauf internationaler Grenzen und Grenzlinien sowie den Namen von Territorien, Städten oder Gebieten.

Dieses Dokument wird kostenlos zur Verfügung gestellt. Es darf kostenlos reproduziert und verteilt werden, ohne dass weitere Genehmigungen erforderlich sind, solange es nicht in irgendeiner Weise verändert wird. Es darf nicht verkauft werden.

Dies ist keine amtliche Übersetzung. Obwohl die größtmöglichen Anstrengungen unternommen wurden, um die Übereinstimmung mit den Originaltexten zu gewährleisten, sind der englische und der französische Text die einzigen amtlichen Fassungen, die auf der OECD-Website <https://legalinstruments.oecd.org> zur Verfügung stehen.

Hintergrund

Am 9. Oktober 2024 wurde anlässlich der Tagung des Ausschusses für Verbraucherpolitik (CCP) auf Ministerebene (im Folgenden „CCP-Ministertagung“) bei der OECD in Paris eine Erklärung zum Schutz und zur Stärkung von Verbraucher*innen im Kontext des digitalen und ökologischen Wandels angenommen.

Ministertagung des Ausschusses für Verbraucherpolitik 2024

Seit seiner Gründung im Jahr 1969 ist der CCP bestrebt, das Wohlergehen von Verbraucher*innen durch Strategien und Maßnahmen zu fördern, um diese vor Benachteiligung zu schützen und zu fundierten Entscheidungen zu befähigen. Angesichts der rasch voranschreitenden digitalen Entwicklungen und der sich verschärfenden Umweltzerstörung wurde auf der CCP-Ministertagung 2024 die Vision einer Verbraucherpolitik ausgearbeitet, die auf die globalen Herausforderungen des digitalen und ökologischen Wandels zu reagieren und entsprechende Chancen zu ergreifen vermag.

Digitale Märkte haben Verbraucher*innen unzählige Vorteile gebracht, darunter einen einfachen Zugang zu Waren und Dienstleistungen rund um den Globus. Sie haben sie aber auch einer erheblichen Benachteiligung durch irreführende, unlautere und betrügerische Geschäftspraktiken ausgesetzt (hierzu zählen etwa Dark Commercial Patterns, die Verbraucherentscheidungen manipulieren, sowie allgegenwärtiges Tracking und Betrugsmaschen). Darüber hinaus sehen sich Verbraucher*innen gerade im Internet mit massenhaft angebotenen unsicheren Produkten sowie mit neuen Risiken im Zusammenhang mit digitalen Produkttechnologien konfrontiert. Die Datenlage deutet zudem darauf hin, dass viele Verbraucher*innen zwar nachhaltigere Entscheidungen treffen möchten, durch unklare, ungenaue und irreführende Umweltaussagen aber daran gehindert werden können, ökologisch sinnvolle Entscheidungen zu treffen.

Da Verbraucherausgaben in den OECD-Ländern durchschnittlich rund 60 % des Bruttoinlandsprodukts (BIP) ausmachen, sind robuste und flexible verbraucherpolitische Strategien unter Einbeziehung verhaltenswissenschaftlicher Erkenntnisse von entscheidender Bedeutung, um Verbraucher*innen vor Benachteiligung zu schützen und zu fundierten Entscheidungen zu befähigen, was erheblich zu gut funktionierenden Märkten beitragen kann. Da diese Problemfelder nicht an nationalen Grenzen Halt machen und zunehmend mit anderen Politikbereichen (u. a. Wettbewerb, Gesundheit, Datenschutz, Digitales, Umwelt und Gleichstellungspolitik) verknüpft sind, werden ressortübergreifende Ansätze und Multi-Stakeholder-Konzepte benötigt, die von einer soliden internationalen Zusammenarbeit getragen werden.

Umfang der Erklärung

Die Erklärung wurde im Rahmen umfassender Konsultationen und eines iterativen Prozesses unter Beteiligung von OECD-Mitgliedern und Nicht-Mitgliedern sowohl durch den CCP als auch durch dessen Arbeitsgruppe für die Sicherheit von Verbraucherprodukten ausgearbeitet. Es flossen auch Beiträge anderer internationaler Organisationen und einschlägiger Akteure ein.

Die Erklärung betont, dass das Wohlergehen von Verbraucher*innen eine Priorität für Unternehmen und Regierungen darstellen sollte, und stellt fest, dass eine solide

Verbraucherpolitik sowie eine entsprechende Umsetzung erforderlich sind, um die Herausforderungen des digitalen und ökologischen Wandels zu bewältigen. Die Erklärung enthält fünf Säulen, in denen die Verpflichtungen ihrer Anhänger sowie Forderungen an die OECD zur Unterstützung der Anstrengungen dargelegt werden:

- Die erste Säule behandelt den Schutz und die Stärkung von Verbraucher*innen im Kontext des digitalen Wandels.
- Die zweite Säule behandelt den Schutz und die Stärkung von Verbraucher*innen im Kontext des ökologischen Wandels.
- Die dritte Säule thematisiert die Bewältigung neuer Risiken für die Sicherheit von Verbraucherprodukten auf einem sich rasch wandelnden und globalen Markt.
- Bei der vierten Säule geht es um die grenzüberschreitende und bereichsübergreifende Zusammenarbeit zum Schutz und zur Stärkung von Verbraucher*innen.
- Die fünfte Säule schließlich bezieht sich auf die Stärkung der Faktengrundlage der Verbraucherpolitik und eine verbesserte Wirksamkeit ihrer Durchsetzung.

Diese fünf Säulen ergänzen und verstärken sich gegenseitig, um gesellschaftliche Übergangsprozesse produktiv zu nutzen und dabei Verbraucher*innen zu schützen.

Weitere Informationen finden Sie auf der Website des OECD-Ministertreffens für Verbraucherpolitik unter www.oecd-events.org/consumer-policy-ministerial/en.

Weitere Informationen über die verbraucherpolitische Arbeit bei der OECD erhalten Sie unter www.oecd.org/en/topics/policy-issues/consumer-policy oder bei consumer@oecd.org.

WIR, DIE MINISTER*INNEN UND VERTRETER*INNEN Argentinien, Australiens, Belgiens, Bulgariens, Chiles, Costa Ricas, Dänemarks, Deutschlands, Estlands, Finnlands, Frankreichs, Griechenlands, Irlands, Islands, Israels, Italiens, Japans, Kanadas, Kolumbiens, Koreas, Kroatiens, Lettlands, Litauens, Luxemburgs, Mexikos, Neuseelands, der Niederlande, Norwegens, Österreichs, Perus, Polens, Portugals, Rumäniens, Schwedens, der Schweiz, der Slowakischen Republik, Sloweniens, Spaniens, Surinames, Thailands, Tschechiens, der Republik Türkei, der Ukraine, Ungarns, des Vereinigten Königreichs, der Vereinigten Staaten und der Europäischen Union, halten im Rahmen der ersten Tagung des Ausschusses für Verbraucherpolitik (CCP) auf Ministerebene, die unter dem Vorsitz Australiens am 8. und 9. Oktober 2024 am Sitz der OECD in Paris abgehalten und auf der die zentrale Bedeutung von Verbraucher*innen für den digitalen und ökologischen Wandel erörtert wurde, Folgendes fest:

WIR WÜRDIGEN die wichtige Rolle des CCP und seiner Arbeitsgruppe für die Sicherheit von Verbraucherprodukten (Working Party on Consumer Product Safety, WPCPS) als Foren, um verbraucherpolitische Entscheidungsträger, Behörden und andere wichtige Akteure zusammenzubringen und unter Heranziehung politischer Analysen und empirischer Untersuchungen Fragen der Verbraucher- und Produktsicherheit zu erörtern.

WIR VERWEISEN auf die Erklärungen des OECD-Rates, in denen die Aggression Russlands gegen die Ukraine als klare Verletzung des Völkerrechts und als ernsthafte Bedrohung der regelbasierten internationalen Ordnung aufs Schärfste verurteilt wird, und **VERWEISEN** auf die Resolution [A/RES/ES-11/1](#) der Generalversammlung der Vereinten Nationen.

WIR VERWEISEN auf das 60. *Vision Statement* der OECD, [Trust in Global Co-operation – The Vision for the OECD for the Next Decade](#), das die Grundwerte und Gründungsziele der OECD bekräftigt und vorsieht, dass die OECD Antworten auf die Herausforderungen der Digitalisierung voranbringen und auf ein starkes, nachhaltiges, grünes, inklusives und stabiles Wachstum hinarbeiten wird.

WIR ERKENNEN AN, dass

- Verbraucher*innen das Herzstück der Weltwirtschaft sind – ihre Ausgaben belaufen sich in den OECD-Ländern auf rund 60 % des Bruttoinlandsprodukts, und sie führen täglich hunderte Milliarden Transaktionen aus, die das Wirtschaftswachstum ankurbeln und sowohl Unternehmen unterstützen als auch die Existenzgrundlage von Arbeitnehmer*innen sichern;
- in gut funktionierenden Märkten Verbraucher*innen die Möglichkeit haben, gemeinsam unternehmerisches Handeln zu beeinflussen;
- digitale Märkte Verbraucher*innen durch einen einfachen Zugang zu Waren, Dienstleistungen und Informationen zugutekommen können, wobei das Bewusstsein wächst, dass viele dieser Märkte nicht in einer Weise funktionieren, die es Verbraucher*innen ermöglichen würde, ihre Vorteile voll auszuschöpfen;
- digitale Geschäftsmodelle und Technologien eine Reihe wesentlicher, und oft verschleierte, Risiken und Nachteile für Verbraucher*innen mit sich bringen, welche die Wahlmöglichkeiten, das Vertrauen und die Sicherheit von Verbraucher*innen untergraben und erhebliche Wettbewerbsverzerrungen für seriöse Unternehmen nach sich ziehen;

- die Datenlage zeigt, dass zahlreiche Verbraucher*innen weltweit nachhaltigere Entscheidungen treffen möchten, um Geschwindigkeit und Ausmaß des Klimawandels, des Raubbaus an natürlichen Ressourcen, des Verlusts an biologischer Vielfalt, der Umweltverschmutzung und anderer Umweltschäden einzudämmen, sich aber oft mit einer Reihe von Hürden konfrontiert sehen, die sie daran hindern, entsprechend ihrer Präferenzen zu handeln, die Wahlmöglichkeiten und das Vertrauen von Verbraucher*innen untergraben und erhebliche Wettbewerbsverzerrungen für seriöse Unternehmen nach sich ziehen;
- eine robuste Verbraucherpolitik und deren Durchsetzung eine entscheidende Rolle dabei spielen, Verbraucher*innen vor Benachteiligung zu schützen und sie zu fundierten Entscheidungen zu befähigen;
- politikbezogene und empirische Forschung unsere Kenntnisse über Verbraucherverhalten sowie über Geschäftspraktiken und deren Auswirkungen auf Kenntnisse, Einstellungen und Verhalten von Verbraucher*innen bereichern und eine faktengestützte und wirksame Politik ermöglichen kann;
- Verbraucherpolitik und empirische Forschung für andere Politikbereiche relevant sein können, in denen Verbraucher*innen eine Rolle spielen, darunter Wettbewerb, Datenschutz, Digitales, Umwelt- und Gleichstellungspolitik sowie Maßnahmen zum Schutz besonders vulnerabler Bevölkerungsgruppen;
- der digitale und der ökologische Wandel in erheblichem Maße miteinander verknüpft sind, auch in Bezug auf den Zugang von Verbraucher*innen zu Informationen, Waren und Dienstleistungen und in Bezug auf den ökologischen Fußabdruck des elektronischen Handels.

WIR UNTERSTREICHEN, dass

- das Wohlergehen von Verbraucher*innen eine Priorität für Unternehmen und Regierungspolitik sein sollte;
- ein Versäumnis, den Schutz und die Stärkung von Verbraucher*innen zu fördern, zu weiteren Nachteilen für Verbraucher*innen führen wird und Risiken für Märkte, Gesellschaft und Umwelt birgt;
- entschiedene Maßnahmen erforderlich sind, um Risiken zu mindern und Chancen zu erfassen, auf die Verbraucher*innen in digitalen Märkten und den Märkten für Waren und Dienstleistungen mit Umweltauswirkungen treffen, und zwar durch ressortübergreifende und multidisziplinäre Politik- und Durchsetzungskonzepte;
- der globale und vernetzte Charakter solcher Fragen eine internationale Zusammenarbeit erfordert, die die OECD, insbesondere im Rahmen des CCP, in Zusammenarbeit mit Partnerländern, zwischenstaatlichen Organisationen und anderen Akteuren auf der Grundlage gemeinsamer Werte gut unterstützen kann.

Schutz und Stärkung von Verbraucher*innen im Kontext des digitalen Wandels

WIR ERKENNEN AN, dass

- gut funktionierende digitale Märkte Verbraucher*innen dort, wo sie über die erforderlichen Kompetenzen und Zugangsmöglichkeiten verfügen, eine größere Auswahl und vollständigere Informationen bieten können, um fundierte Entscheidungen

zu treffen; und dass neue Technologien zudem versprechen, das Leben von Verbraucher*innen zu vereinfachen;

- digitale Geschäftsmodelle und -technologien jedoch auch informationsbezogene und strukturelle Machtasymmetrien schaffen und verschärfen können und auf diese Weise Geschäftspraktiken erleichtern, die Verbraucher*innen schädigen, irreführen und ausbeuten können und dadurch deren Wahlmöglichkeiten einschränken und das Vertrauen in die Märkte schwächen;

- zu den Risiken, denen Verbraucher*innen bei der Nutzung von digitalen Märkten ausgesetzt sind, Online-Designtechniken gehören, die Verbraucher*innen manipulieren, unter Druck setzen, täuschen oder süchtig machen; ebenso wie gefälschte Bewertungen; ausbeuterische Personalisierung; allgegenwärtige und umfassende Datenerhebung, -verfolgung und -weitergabe; die Ausnutzung von Verhaltensmustern und Informationsasymmetrien; algorithmische Diskriminierung; Betrug; ausgeklügelte Betrügereien; gefälschte Waren; und Zugang zu unsicheren Produkten;

- diese Praktiken jeden und jede treffen können, und manche Menschen, darunter Kinder (sowie Jugendliche) und ältere Verbraucher*innen, im Internet besonderen Risiken ausgesetzt sind;

- die Folgen dieser Praktiken schwerwiegend und weitreichend sind und zu erheblichen und umfassenden Nachteilen für Verbraucher*innen führen, einschließlich direkter finanzieller Verluste, Verlust der Privatsphäre sowie physischer und psychischer Schäden wie etwa Sucht;

- ein starker und wirksamer Verbraucherschutz es Verbraucher*innen ermöglichen kann, vertrauensvoll mit digitalen Unternehmen und Technologien umzugehen.

WIR VERPFLICHTEN UNS, unsere Bemühungen zu verstärken, insbesondere indem

- laufende und sich abzeichnende Benachteiligungen von Verbraucher*innen auf digitalen Märkten ermittelt und entsprechende Gegenmaßnahmen ergriffen werden;

- Unternehmen auf digitalen Märkten dazu angehalten werden, den Interessen von Verbraucher*innen gebührend Rechnung zu tragen und im Einklang mit lauterem Geschäfts-, Werbe- und Vermarktungspraktiken sowie dem allgemeinen Grundsatz von Treu und Glauben zu handeln;

- alle Verbraucher*innen geschützt und gestärkt werden, einschließlich derjenigen, die aufgrund ihres Alters, ihres Geschlechts, ihrer Fähigkeiten, ihres Einkommens, ihrer Gesundheit, einer Behinderung, ihrer ethnischen Zugehörigkeit, ihres kulturellen Hintergrunds, ihrer digitalen Kompetenz oder anderer Faktoren besonders gefährdet sein können.

WIR FORDERN die OECD über den CCP und in Zusammenarbeit mit anderen einschlägigen OECD-Gremien und internationalen Foren **AUF**,

- die Faktengrundlage und unser Verständnis dafür, wie digitale Geschäftsmodelle, Technologien und Praktiken Verbraucher*innen zugutekommen oder Risiken und Nachteile für Verbraucher*innen verursachen oder verschärfen, erheblich zu verbessern und Strategien zum Schutz und zur Stärkung von Verbraucher*innen auf digitalen Märkten zu ermitteln;

- die Empfehlung zum Verbraucherschutz im elektronischen Handel aus dem Jahr 2016 (OECD Recommendation on Consumer Protection in E-commerce) [[OECD/LEGAL/0422](#)] zu aktualisieren, um bestehende und sich abzeichnende Verbraucherrisiken und Verbraucherbenachteiligungen im digitalen Wandel anzugehen.

Schutz und Stärkung von Verbraucher*innen im Kontext des ökologischen Wandels

WIR ERKENNEN AN, dass

- die Datenlage zeigt, dass zahlreiche Verbraucher*innen weltweit über Klimawandel und Umweltverschmutzung besorgt sind, und dass diese Bedenken für Verbraucherentscheidungen von Bedeutung sein können;
- auf gut funktionierenden Märkten solche Verbraucher*innen Anreize für Unternehmen schaffen können, nachhaltigere und sicherere Waren und Dienstleistungen anzubieten, unter anderem durch innovative Geschäftsmodelle und digitale Instrumente, um so dazu beizutragen, dass das Marktangebot auf nachhaltigere Optionen umgestellt wird;
- Verbraucher*innen, die Zugang zu klaren, genauen und leicht verständlichen Informationen haben und vor irreführenden und unlauteren Praktiken geschützt sind, besser in der Lage sind, die Umwelt- und Klimaauswirkungen ihrer Entscheidungen zu berücksichtigen;
- Verbraucher*innen jedoch häufig keinen Zugang zu solchen Informationen haben oder mit verwirrenden, irreführenden, betrügerischen oder haltlosen Umwelt- und Klimaaussagen konfrontiert sind, die sowohl das Vertrauen von Verbraucher*innen als auch den Wettbewerb untergraben können;
- andere Verbraucherschutzfragen wie Produktkennzeichnung, Verkauf und Vermietung gebrauchter Produkte, gemeinsame Dienstleistungen, Produktreparatur, Produktgarantien und Unternehmenshaftung ebenfalls Geschäftsentscheidungen von Verbraucher*innen im Hinblick auf deren Umweltbedenken beeinflussen können;
- es weitere Schwierigkeiten gibt, mit denen Verbraucher*innen konfrontiert sind, wenn sie versuchen, ihren ökologischen Fußabdruck zu verringern, und deren Bewältigung die Beteiligung mehrerer Politikbereiche erfordern kann, darunter auch, aber nicht nur, der Verbraucherpolitik;
- andere Politikbereiche eine wichtige Rolle bei der Beseitigung von Schwierigkeiten für einen nachhaltigen Konsum spielen können, die sich auf alle Verbraucher*innen auswirken;
- ein Verständnis davon, wie Verbraucher*innen Umweltaussagen auffassen und mögliche Hürden für einen nachhaltigen Konsum einschätzen, als Grundlage für evidenzbasierte politische Maßnahmen dienen kann, sei es im Bereich der Verbraucherpolitik oder in anderen Politikbereichen.

WIR VERPFLICHTEN UNS,

- Verbraucher*innen stärker vor irreführenden, betrügerischen und haltlosen Umweltaussagen zu schützen, wodurch auch gleiche Wettbewerbsbedingungen für seriöse Unternehmen hergestellt und Anreize geschaffen werden, nachhaltigere Optionen anzubieten;

- Verbraucher*innen durch Verbesserung ihres Zugangs zu klaren, genauen und leicht verständlichen Informationen über die Umweltauswirkungen von Waren und Dienstleistungen besser zu stärken, auch im Hinblick auf Vermarktung und Kennzeichnung;

- zu prüfen, wie die Verbraucherpolitik die Fähigkeit von Verbraucher*innen stärken kann, nachhaltigere Waren und Dienstleistungen auszuwählen und Produkte sicher und einfach zu reparieren, wiederzuverwenden, umzuwidmen, zu teilen, zu mieten, zu recyceln und nachhaltig zu entsorgen oder ihren ökologischen Fußabdruck auf andere Weise zu verringern.

WIR FORDERN die OECD über den CCP und in Zusammenarbeit mit anderen einschlägigen OECD-Gremien und internationalen Foren **AUF**,

- zu prüfen, wie Verbraucherpolitik Verbraucher*innen, die ihren ökologischen Fußabdruck verringern wollen, hierbei helfen kann;

- empirische Arbeiten zum besseren Verständnis der Faktoren weiterzuführen, welche die Entscheidungsfindung von Verbraucher*innen beeinflussen, insbesondere die Einordnung von Umweltinformationen und Umweltaussagen oder der Umweltauswirkungen ihrer Entscheidungen;

- politische Empfehlungen in Erwägung zu ziehen, insbesondere in Bezug auf die Frage, wie Verbraucherschutzbehörden im Hinblick auf eine wirksame Durchsetzung im Bereich Umweltaussagen zusammenarbeiten können.

Bewältigung neuer Risiken für die Sicherheit von Verbraucherprodukten auf einem sich rasch wandelnden und globalen Markt

WIR BEGRÜßEN die fortlaufende Koordinierung globaler Sensibilisierungskampagnen zur Produktsicherheit durch die OECD, einschließlich der auf dieser Ministertagung lancierten Kampagne zur Sicherheit von Lithium-Ionen-Batterien 2024.

WIR ERKENNEN AN, dass

- Verbraucher*innen mit zunehmender Häufigkeit Waren und Dienstleistungen auf einem komplexen digitalen und globalen Marktplatz erwerben, auf dem unsichere Produkte leicht erhältlich sind;

- Informationen über die Sicherheit hinsichtlich Verwendung, Wiederverwendung, Wiederaufbereitung, Überholung, Rezyklatanteil oder Entsorgung Verbraucher*innen und Unternehmen nicht gleichermaßen zur Verfügung stehen;

- digitale und andere neue und innovative Technologien Risiken für die Sicherheit von Verbraucherprodukten bewältigen und verringern können, unter anderem durch die frühzeitige Erkennung von Gefahren, Fernreparatur und -wartung, eine bessere Rückverfolgbarkeit und schnellere und effektivere Produktrückrufaktionen;

- die Einbeziehung digitaler oder anderer neuer Technologien in Verbraucherprodukte auch neuartige Risiken für die Produktsicherheit mit sich bringen kann, die sich auch auf die psychische Gesundheit und die Entwicklung von Kindern auswirken können;

- digitale Geschäftsmodelle wie Online-Marktplätze in Verbindung mit globalisierten Lieferketten die Lieferung (einschließlich Direktlieferung) unsicherer Produkte an

Verbraucher*innen ermöglicht haben, ohne dass eine ausreichende entlang der gesamten Lieferkette bestehende Rechenschaftspflicht gewährleistet werden kann;

- zirkuläre Geschäftsmodelle auch neue Risiken mit sich bringen können, z. B. eine unzureichende Aufsicht über gebrauchte oder überholte Produkte, was die Notwendigkeit der Produktsicherheit während des Lebenszyklus des Produkts und einer klaren Rechenschaftspflicht entlang der Lieferkette unterstreicht;
- unsichere Produkte Verbraucher*innen erheblichen Schaden zufügen können, darunter Tod, Verletzungen oder Krankheiten, potenzielle Auswirkungen auf die psychische Gesundheit sowie finanzielle Kosten, aber auch erhebliche volkswirtschaftliche Kosten verursachen können;
- es einen zunehmenden Bedarf für internationale Zusammenarbeit bei der Schaffung und Durchsetzung von Rahmenwerken für die Produktsicherheit gibt, um das Risiko zu verringern, dass unsichere Produkte Verbraucher*innen erreichen;
- durch die Aufklärung über Produktsicherheit und Verbraucherrechte Verbraucher*innen in die Lage versetzt werden können, sich für sicherere Produkte zu entscheiden.

WIR VERPFLICHTEN UNS,

- auch im Rahmen des CCP und seiner Arbeitsgruppe WPCPS zur Verbesserung von Rahmenwerken für die Sicherheit von Verbraucherprodukten weltweit zusammenzuarbeiten;
- sicherzustellen, dass Rahmenwerke für die Sicherheit von Verbraucherprodukten anhaltende und neu entstehende Risiken für die Sicherheit von Verbraucherprodukten effektiv bewältigen können und dass Unternehmen, insbesondere Online-Marktplätze, aktiv Schritte unternehmen, um diesen Risiken entgegenzuwirken;
- die rechtlichen Verpflichtungen der Unternehmen im Bereich der Sicherheit von Verbraucherprodukten wirksam durchzusetzen;
- darauf hinarbeiten, dass Online-Marktplätze die Verantwortung für die Sicherheit der auf ihren Websites aufgeführten Produkte übernehmen, unsichere Produkte rasch entfernen, wenn sie erkannt werden, und verhindern, dass dieselben oder ähnlich unsichere Produkte erneut angeboten werden;
- die Fähigkeit der Regulierungsbehörden zu stärken, aktuelle und neu auftretende Risiken für die Gesundheit und Sicherheit von Verbraucher*innen zu überwachen, zu bewerten und anzugehen.

WIR FORDERN die OECD über den CCP und in Zusammenarbeit mit anderen einschlägigen OECD-Gremien und internationalen Foren auf,

- Chancen und Herausforderungen für die Sicherheit von Verbraucherprodukten zu benennen, einschließlich der sicheren Entwicklung nachhaltiger Produkte, und eine Anpassung der Risikobewertungsmethoden im Hinblick auf Fragen im Zusammenhang mit Online-Verkäufen, digitalen Produkttechnologien sowie Geschäftsmodellen und dem ökologischen Wandel im Allgemeinen zu fördern;

- verhaltenswissenschaftliche Erkenntnisse und empirische Daten als Grundlage zu nehmen, um die Verwendung unsicherer Produkte durch Verbraucher*innen besser zu verstehen und Wege aufzuzeigen, ihre Beteiligung an Produktrückrufen zu fördern;
- die Entwicklung robuster Strategien, Gesetze, Normen, Durchsetzungsinstrumente und anderer Initiativen wie freiwillige Verpflichtungen („Pledges“) zur Bewältigung der Herausforderungen im Bereich der Sicherheit von Verbraucherprodukten unter Berücksichtigung der Auswirkungen auf verschiedene Verbrauchergruppen zu unterstützen;
- die Nutzung bestehender Instrumente für internationale Zusammenarbeit und den Informationsaustausch, wie z. B. das OECD-Portal GlobalRecalls, zu verbessern und auszuweiten, und gegebenenfalls neue Instrumente zu entwickeln.

Grenzüberschreitende und bereichsübergreifende Zusammenarbeit zum Schutz und zur Stärkung von Verbraucher*innen

WIR BEGRÜSSEN die Einrichtung eines Globalen Forums für Verbraucherpolitik als inklusives Netzwerk mit dem Ziel, gemeinsam mit der Wissenschaft, Zivilgesellschaft (insbesondere Verbraucherorganisationen), der Wirtschaft und anderen Akteuren (einschließlich des Beratenden Ausschusses der Wirtschaft bei der OECD und des Gewerkschaftlichen Beratungsausschusses bei der OECD) Verbraucherfragen, verhaltenswissenschaftliche Erkenntnisse, Technologie- und Markttrends sowie aktuelle politikbezogene und empirische Verbraucherforschung zu erörtern.

WIR ERKENNEN AN, dass

- angesichts der zunehmenden Überschneidungen zwischen der Verbraucherpolitik und anderen Politikbereichen wie Wettbewerb, Digitales, Datenschutz, Umwelt, Energie, Gesundheit, Finanzen, Handel, Verkehr und Gleichstellung sowie dem Schutz von vulnerablen Bevölkerungsgruppen multidisziplinäre Ansätze, die verhaltenswissenschaftliche Erkenntnisse berücksichtigen, die Gestaltung und Umsetzung von Politik bereichern können;
- in Anbetracht globalisierter Lieferketten und der zunehmend grenzüberschreitenden Natur von Verbrauchertransaktionen und des Datenaustauschs, welche durch digitale Märkte zusätzlich verstärkt wird, eine wirksame internationale Zusammenarbeit bei der Verbraucherpolitik und deren Durchsetzung für den Verbraucherschutz, den Rechtsschutz, die Stärkung von Verbraucher*innen, das Vertrauen in die Produktsicherheit und das Vertrauen in die globalen Märkte und den Welthandel von entscheidender Bedeutung ist;
- die Zusammenarbeit und der Austausch von Erfahrungen und Fachwissen unter Partnern, unter anderem durch die Partizipation im Rahmen der OECD und die Entwicklung und Umsetzung von OECD-Standards und -Instrumenten, auf nationaler, regionaler und globaler Ebene zu einer wirksameren Verbraucherpolitik und Durchsetzung geführt haben;
- die Zusammenarbeit aller Akteure, einschließlich der politischen Entscheidungsträger, der Durchsetzungsbehörden und ihrer Netzwerke, der Zivilgesellschaft (insbesondere Verbraucherorganisationen), der Wirtschaft und der Wissenschaft, einem wirksamen Verbraucherschutz und der Stärkung von Verbraucher*innen dienlich sind;

- die Verbraucherpolitik Wirtschaftswachstum und Entwicklung fördern kann, indem sie in allen Regionen, auch in Schwellen- und Entwicklungsländern, zu gut funktionierenden Märkten beiträgt und das Vertrauen in Produkte stärkt.

WIR VERPFLICHTEN UNS,

- die weltweite Zusammenarbeit in der Verbraucherpolitik und ihrer Durchsetzung zu stärken, u. a. durch den Austausch bewährter Verfahren, den Austausch von Informationen, die Optimierung grenzüberschreitender Ermittlungs- und Durchsetzungsmaßnahmen und die Förderung des Zugangs der Verbraucher*innen zu grenzüberschreitenden Streitbeilegungs- und Rechtsbehelfsmechanismen;
- die Zusammenarbeit mit der Zivilgesellschaft (insbesondere Verbraucherorganisationen), Wirtschaft und Wissenschaft im Sinne einer evidenzbasierten Verbraucherpolitik zu vertiefen;
- die Zusammenarbeit mit anderen Politikbereichen zu verbessern, um ressortübergreifende Lösungsansätze für aktuelle und neu auftretende Fragen der Verbraucherpolitik und der Produktsicherheit zu entwickeln.

WIR FORDERN die OECD über den CCP und in Zusammenarbeit mit anderen einschlägigen OECD-Gremien, Netzwerken von Durchsetzungsbehörden und internationalen Foren **AUF**,

- die Zusammenarbeit in Politik und Durchsetzung sowie den internationalen Austausch bewährter Verfahren und Erfahrungen zu stärken, um gemeinsame Chancen und Herausforderungen zu diskutieren, unter anderem im Rahmen des Globalen Forums für Verbraucherpolitik;
- ein vertieftes Verständnis der Schnittstellen zwischen Verbraucherpolitik und anderen Politikbereichen zu gewinnen, um Fragen aus Querschnittsthemen zu erörtern, die einen Bezug zu Verbraucherschutz und Verbraucherstärkung aufweisen;
- den Dialog mit Schwellen- und Entwicklungsländern zu stärken, um eine robuste und inklusive Verbraucherpolitik zu fördern, die nachhaltiges Wachstum und wirtschaftliche Entwicklung unterstützt.

Stärkung der Faktengrundlage der Verbraucherpolitik und verbesserte Wirksamkeit der Durchsetzung

WIR ERKENNEN AN, dass

- die zunehmende Komplexität der Märkte erfordert, dass verbraucherpolitische Maßnahmen evidenzbasiert gestaltet und regelmäßig überprüft werden, um sicherzustellen, dass sie neuen Gegebenheiten und Erkenntnissen Rechnung tragen;
- die Erhebung auch nach Geschlecht und Alter aufgeschlüsselter sozioökonomischer und demografischer Daten in die Gestaltung einer gerechteren und inklusiveren Verbraucherpolitik einfließen kann;
- die Offenlegung von Informationen und sonstige Transparenzmaßnahmen allein möglicherweise nicht in allen Fällen ausreichen, um Verbraucher*innen angemessen zu schützen;

- die für den Verbraucherschutz zuständigen Durchsetzungsbehörden möglicherweise nicht in der Lage sind, mit den bestehenden Instrumenten und Befugnissen zur Eindämmung verbotenen Verhaltens die derzeitigen Herausforderungen in vollem Umfang zu bewältigen;
- die OECD durch ihre geografische Reichweite, die Abdeckung breiter Politikbereiche und das verbraucherpolitische Fachwissen des CCP gut aufgestellt ist, um Ergebnisse zu liefern und als Drehscheibe für Verbraucherpolitik und empirische Forschung zur Unterstützung nationaler, regionaler und globaler verbraucherpolitischer Bemühungen zu fungieren.

WIR VERPFLICHTEN UNS,

- die Faktengrundlage für Verbraucherpolitik und deren Durchsetzung durch ein besseres Verständnis von Verbraucherverhalten und Geschäftspraktiken zu stärken, wobei auf verhaltenswissenschaftliche Erkenntnisse und empirische Forschung zurückgegriffen werden soll;
- die Instrumente und Befugnisse zu stärken, die den zuständigen Durchsetzungsbehörden zur Verfügung stehen, um wirksame Maßnahmen zu ergreifen.

WIR FORDERN die OECD über den CCP und in Zusammenarbeit mit anderen einschlägigen OECD-Gremien, Netzwerken von Durchsetzungsbehörden und internationalen Foren **AUF,**

- ihre länderübergreifende politikbezogene und empirische Forschung unter Berücksichtigung verhaltenswissenschaftlicher Erkenntnisse auszuweiten;
- Maßnahmen zur Optimierung nach Geschlecht aufgeschlüsselter Daten durchzuführen, Wissenslücken zu ermitteln und geschlechtsspezifische Fragen in der Verbraucherpolitik zu behandeln;
- als Plattform zur Diskussion und Förderung politikbezogener und empirischer Verbraucherforschung im Rahmen des Globalen Forums für Verbraucherpolitik zu fungieren;
- unter Berücksichtigung der politikbezogenen und empirischen Forschung des CCP die OECD-Empfehlung zur verbraucherpolitischen Entscheidungsfindung aus dem Jahr 2014 (OECD Recommendation on Consumer Policy Decision Making) [[OECD/LEGAL/0403](#)] zu aktualisieren, um neuen Methoden und Technologien für eine wirksame Verbraucherpolitik und Durchsetzung Rechnung zu tragen.