



**2018/0090(COD)**

1.10.2018

# **ÄNDERUNGSANTRÄGE 55 - 294**

**Entwurf eines Berichts**

**Daniel Dalton**

(PE625.551v01-00)

Bessere Durchsetzung und Modernisierung der EU-  
Verbraucherschutzvorschriften

Vorschlag für eine Richtlinie

(COM(2018)0185 – C8-0143/2018 – 2018/0090(COD))



**Änderungsantrag 55**  
**Othmar Karas**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 2**

*Vorschlag der Kommission*

(2) Die Verbraucherschutzvorschriften sollten in der gesamten Union wirksam angewandt werden. Allerdings ergab die umfassende Eignungsprüfung der Richtlinien zum Verbraucher- und Marketingrecht, die die Kommission 2016 und 2017 im Rahmen des Programms zur Gewährleistung der Effizienz und Leistungsfähigkeit der Rechtsetzung (REFIT) durchführte, dass die Wirksamkeit der Verbraucherschutzvorschriften der Union dadurch beeinträchtigt wird, dass sowohl Unternehmer als auch Verbraucher nicht hinlänglich informiert sind, **die Rechtsdurchsetzung unzureichend ist und nur beschränkte Rechtsschutzmöglichkeiten für Verbraucher bestehen.**

*Geänderter Text*

(2) Die Verbraucherschutzvorschriften sollten in der gesamten Union wirksam angewandt werden. Allerdings ergab die umfassende Eignungsprüfung der Richtlinien zum Verbraucher- und Marketingrecht, die die Kommission 2016 und 2017 im Rahmen des Programms zur Gewährleistung der Effizienz und Leistungsfähigkeit der Rechtsetzung (REFIT) durchführte, dass die Wirksamkeit der Verbraucherschutzvorschriften der Union dadurch beeinträchtigt wird, dass sowohl Unternehmer als auch Verbraucher nicht hinlänglich informiert sind **und bestehende Rechtsbehelfsmöglichkeiten nicht ausreichend genutzt werden.**

Or. de

**Änderungsantrag 56**  
**Othmar Karas**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 3**

*Vorschlag der Kommission*

(3) Die Union hat bereits eine Reihe von Maßnahmen ergriffen, um Verbraucher, Unternehmer und Angehörige der Rechtsberufe besser für die Rechte der Verbraucher zu sensibilisieren

*Geänderter Text*

(3) Die Union hat bereits eine Reihe von Maßnahmen ergriffen, um Verbraucher, Unternehmer und Angehörige der Rechtsberufe besser für die Rechte der Verbraucher zu sensibilisieren

und für eine wirksamere Durchsetzung der Verbraucherrechte und des Rechtsschutzes für Verbraucher zu sorgen. ***Allerdings gibt es nach wie vor Lücken; insbesondere fehlen in den nationalen Rechtsvorschriften wirklich wirksame und verhältnismäßige Sanktionen, um von Verstößen abzuschrecken und diese zu ahnden, stehen Verbrauchern, die durch Verstöße gegen die nationalen Rechtsvorschriften zur Umsetzung der Richtlinie 2005/29/EG<sup>36</sup> geschädigt wurden, unzureichende individuelle Rechtsbehelfe zur Verfügung und weist das Unterlassungsverfahren nach der Richtlinie 2009/22/EG<sup>37</sup> Mängel auf. Das Unterlassungsverfahren sollte im Wege eines separaten Instruments zur Änderung und Ersetzung der Richtlinie 2009/22/EG überarbeitet werden.***

und für eine wirksamere Durchsetzung der Verbraucherrechte und des Rechtsschutzes für Verbraucher zu sorgen.

---

<sup>36</sup> ***Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern im Binnenmarkt und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates (ABl. L 149 vom 11.6.2005, S. 22).***

<sup>37</sup> ***Richtlinie 2009/22/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 23. April 2009 über Unterlassungsklagen zum Schutz der Verbraucherinteressen (ABl. L 110 vom 1.5.2009, S. 30).***

Or. de

#### *Begründung*

*Erwägungsgrund 3 in der Version des Kommissionsvorschlags ignoriert die eigene Faktenlage des zu dem Vorschlag eingereichten Impact Assessments. Die Angleichung von*

*Sanktionen ist nicht zwangsläufig notwendig für eine bessere Rechtsdurchsetzung von Verbrauchervorschriften, wie im Impact Assessment erwähnte Mitgliedstaatenbeispiele verdeutlichen.*

## **Änderungsantrag 57**

**Othmar Karas**

### **Vorschlag für eine Richtlinie**

#### **Erwägung 4**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

*Geänderter Text*

(4) Gemäß den Richtlinien 98/6/EG<sup>38</sup>, 2005/29/EG und 2011/83/EU<sup>39</sup> müssen die Mitgliedstaaten wirksame, verhältnismäßige und abschreckende Sanktionen für Verstöße gegen die nationalen Vorschriften zur Umsetzung dieser Richtlinien vorsehen. Außerdem sind die Mitgliedstaaten nach Artikel 21 der Verordnung (EU) 2017/2394<sup>40</sup> über die Zusammenarbeit im Verbraucherschutz (CPC-Verordnung) verpflichtet, wirksam, effizient und in koordinierter Weise Durchsetzungsmaßnahmen, einschließlich der Verhängung von Sanktionen, zu ergreifen, um die Einstellung oder Untersagung weitverbreiteter Verstöße oder weitverbreiteter Verstöße mit Unions-Dimension zu bewirken.

(4) Gemäß den Richtlinien 98/6/EG<sup>38</sup>, 2005/29/EG und 2011/83/EU<sup>39</sup> müssen die Mitgliedstaaten wirksame, verhältnismäßige und abschreckende Sanktionen für Verstöße gegen die nationalen Vorschriften zur Umsetzung dieser Richtlinien vorsehen. Außerdem sind die Mitgliedstaaten nach Artikel 21 der Verordnung (EU) 2017/2394<sup>40</sup> über die Zusammenarbeit im Verbraucherschutz (CPC-Verordnung) verpflichtet, wirksam, effizient und in koordinierter Weise Durchsetzungsmaßnahmen, einschließlich der Verhängung von Sanktionen, zu ergreifen, um die Einstellung oder Untersagung weitverbreiteter Verstöße oder weitverbreiteter Verstöße mit Unions-Dimension zu bewirken. ***Gemäß den Richtlinien 98/6/EG, 2005/29/EG und 2011/83/EU müssen die Mitgliedstaaten wirksame, verhältnismäßige und abschreckende Sanktionen für Verstöße gegen die nationalen Vorschriften zur Umsetzung dieser Richtlinien vorsehen. Außerdem sind die Mitgliedstaaten nach Artikel 21 der Verordnung (EU) 2017/2394 über die Zusammenarbeit im Verbraucherschutz (CPC-Verordnung) verpflichtet, wirksam, effizient und in koordinierter Weise Durchsetzungsmaßnahmen, einschließlich der Verhängung von Sanktionen, zu ergreifen, um die Einstellung oder Untersagung weitverbreiteter Verstöße oder***

***weitverbreiteter Verstöße mit Unions-Dimension zu bewirken. Dabei ist zu beachten, dass es Mitgliedstaaten weiterhin frei stehen sollte gemäß ihrer nationalstaatlichen Gesetzgebung und Durchsetzungssysteme und unter Beachtung der Hierarchie der Gewährleistungsbefehle von privatrechtlicher Durchsetzung mittels Unterlassungsklagen anstelle von Strafen Gebrauch zu machen. Es ist zu beachten, dass die Ergebnisse des Verbraucherbarometers keinen direkten Zusammenhang zeigen zwischen der Höhe der Sanktionen und der Wirksamkeit der Durchsetzung von Verbraucherschutzvorschriften. Mitgliedstaaten mit keinen oder geringen Strafen weisen sehr gute Ergebnisse beim Durchsetzungs- und Compliance Indikator des Verbraucherbarometers auf.***

---

<sup>38</sup> Richtlinie 98/6/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. Februar 1998 über den Schutz der Verbraucher bei der Angabe der Preise der ihnen angebotenen Erzeugnisse (ABl. L 80 vom 18.3.1998, S. 27).

<sup>39</sup> Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 über die Rechte der Verbraucher, zur Abänderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates und der Richtlinie 1999/44/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie zur Aufhebung der Richtlinie 85/577/EWG des Rates und der Richtlinie 97/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates (ABl. L 304 vom 22.11.2011, S. 64).

<sup>40</sup> Verordnung (EU) 2017/2394 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Dezember 2017 über die Zusammenarbeit zwischen den für die Durchsetzung der Verbraucherschutzgesetze zuständigen nationalen Behörden und zur Aufhebung

---

<sup>38</sup> Richtlinie 98/6/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. Februar 1998 über den Schutz der Verbraucher bei der Angabe der Preise der ihnen angebotenen Erzeugnisse (ABl. L 80 vom 18.3.1998, S. 27).

<sup>39</sup> Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 über die Rechte der Verbraucher, zur Abänderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates und der Richtlinie 1999/44/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie zur Aufhebung der Richtlinie 85/577/EWG des Rates und der Richtlinie 97/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates (ABl. L 304 vom 22.11.2011, S. 64).

<sup>40</sup> Verordnung (EU) 2017/2394 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Dezember 2017 über die Zusammenarbeit zwischen den für die Durchsetzung der Verbraucherschutzgesetze zuständigen nationalen Behörden und zur Aufhebung

**Änderungsantrag 58**  
**Othmar Karas**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 5**

*Vorschlag der Kommission*

(5) *Die derzeitigen nationalen Vorschriften über Sanktionen weichen in der Union erheblich voneinander ab. So stellen nicht alle Mitgliedstaaten sicher, dass wegen weitverbreiteter Verstöße oder weitverbreiteter Verstöße mit Unions-Dimension gegen die zuwiderhandelnden Unternehmer wirksame, verhältnismäßige und abschreckende Geldbußen verhängt werden können. Aus Gründen der Kohärenz zwischen den verschiedenen Verbraucherschutzrichtlinien sollten die Sanktionen einheitlich geregelt werden, indem die geltenden Sanktionsvorschriften der Richtlinien 98/6/EG, 2005/29/EG und 2011/83/EU geändert und in die Richtlinie 93/13/EWG<sup>41</sup> neue Sanktionsvorschriften aufgenommen werden.*

---

<sup>41</sup> *Richtlinie 93/13/EWG des Rates vom 5. April 1993 über missbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen (ABl. L 95 vom 21.4.1993, S. 29).*

*Geänderter Text*

(5) *Es ist daher und unter dem Blickwinkel des Subsidiaritätsprinzips angebracht, die Vielfalt zu wahren und Mitgliedstaaten nicht zum Aufbau eines parallelen öffentlich-rechtlichen Durchsetzungssystems zu verpflichten. Dabei ist auch anzuerkennen, dass manche nationalen Rechtsordnungen eine unmittelbare Sanktionierung von Geschäftspraktiken und Vertragsklauseln, deren Unlauterkeit oder Missbräuchlichkeit nur anhand von Generalklauseln jeweils im Einzelfall beurteilt werden kann, als schwer vereinbar mit dem strafrechtlichen Bestimmtheitsgebot erachten und daher in diesen Fällen Strafen erst dann vorsehen, wenn gegen das von einem Gericht oder einer Behörde konkret ausgesprochene Verbot verstoßen wird.*

**Änderungsantrag 59**  
**Othmar Karas**

## Vorschlag für eine Richtlinie Erwägung 6

### *Vorschlag der Kommission*

(6) Um eine kohärentere Verhängung von Sanktionen zu erleichtern, insbesondere bei Verstößen innerhalb der Union, weitverbreiteten Verstößen und weitverbreiteten Verstößen mit Unions-Dimension im Sinne der Verordnung (EU) Nr. 2017/2394 sollten **für die Verhängung von Geldbußen** nicht erschöpfende gemeinsame Kriterien eingeführt werden. Diese Kriterien sollten auch den grenzübergreifenden Charakter des Verstoßes umfassen; es **sollte** also berücksichtigt werden, ob aufgrund des Verstoßes auch in anderen Mitgliedstaaten Verbraucher geschädigt wurden. Zudem sollte ein etwaiger Schadensersatz, den der Verbraucher vom Unternehmer für den entstandenen Schaden erhalten hat, berücksichtigt werden. Wiederholte Verstöße desselben Urhebers zeigen dessen Neigung, solche Verstöße zu begehen; sie sind daher ein deutlicher Hinweis darauf, wie schwer das fragliche Verhalten wiegt und inwiefern die Sanktion erhöht werden muss, um eine wirksame Abschreckung zu erreichen. **Das Kriterium der aufgrund des Verstoßes erlangten finanziellen Vorteile oder vermiedenen Verluste ist besonders dann relevant, wenn das nationale Recht Geldbußen als Sanktionen vorsieht und der Geldbußenhöchstbetrag in den entsprechenden Vorschriften als Prozentsatz des Unternehmerumsatzes festgesetzt ist und wenn der Verstoß nur einen oder einige der Märkte betrifft, auf denen der Unternehmer tätig ist.**

### *Geänderter Text*

(6) Um eine kohärentere Verhängung von Sanktionen **bei Verstößen unmittelbar gegen die aufgrund dieser Richtlinie erlassenen nationalen Vorschriften und/oder gegen eine gerichtliche oder behördliche Entscheidung, mit der die Beendigung eines bereits erfolgten oder das Verbot eines drohenden Verstoßes aufgetragen wurde** zu erleichtern, insbesondere bei Verstößen innerhalb der Union, weitverbreiteten Verstößen und weitverbreiteten Verstößen mit Unions-Dimension im Sinne der Verordnung (EU) Nr. 2017/2394 sollten nicht erschöpfende gemeinsame Kriterien eingeführt werden. Diese Kriterien sollten auch den grenzübergreifenden Charakter des Verstoßes umfassen; es **kann** also berücksichtigt werden, ob aufgrund des Verstoßes auch in anderen Mitgliedstaaten **tatsächlich** Verbraucher geschädigt wurden. Zudem sollte ein etwaiger Schadensersatz, den der Verbraucher vom Unternehmer für den entstandenen Schaden erhalten hat, berücksichtigt werden. Wiederholte Verstöße desselben Urhebers zeigen dessen Neigung, solche Verstöße zu begehen; sie sind daher ein deutlicher Hinweis darauf, wie schwer das fragliche Verhalten wiegt und inwiefern die Sanktion erhöht werden muss, um eine wirksame Abschreckung zu erreichen.

Or. de

**Änderungsantrag 60**  
**Marco Zullo**



## Vorschlag für eine Richtlinie

### Erwägung 6

#### *Vorschlag der Kommission*

(6) Um eine kohärentere Verhängung von Sanktionen zu erleichtern, insbesondere bei Verstößen innerhalb der Union, weitverbreiteten Verstößen und weitverbreiteten Verstößen mit Unions-Dimension im Sinne der Verordnung (EU) Nr. 2017/2394 sollten für die Verhängung von Geldbußen nicht erschöpfende gemeinsame Kriterien eingeführt werden. Diese Kriterien sollten auch den grenzübergreifenden Charakter des Verstoßes umfassen; es sollte also berücksichtigt werden, ob aufgrund des Verstoßes auch in anderen Mitgliedstaaten Verbraucher geschädigt wurden. Zudem sollte ein etwaiger Schadensersatz, den der Verbraucher vom Unternehmer für den entstandenen Schaden erhalten hat, berücksichtigt werden. Wiederholte Verstöße desselben Urhebers zeigen dessen Neigung, solche Verstöße zu begehen; sie sind daher ein deutlicher Hinweis darauf, wie schwer das fragliche Verhalten wiegt und inwiefern die Sanktion erhöht werden muss, um eine wirksame Abschreckung zu erreichen. Das Kriterium der aufgrund des Verstoßes erlangten finanziellen Vorteile oder vermiedenen Verluste ist besonders dann relevant, wenn das nationale Recht Geldbußen als Sanktionen vorsieht und der Geldbußenhöchstbetrag in den entsprechenden Vorschriften als Prozentsatz des Unternehmerumsatzes festgesetzt ist und wenn der Verstoß nur einen oder einige der Märkte betrifft, auf denen der Unternehmer tätig ist.

#### *Geänderter Text*

(6) Um eine kohärentere Verhängung von Sanktionen zu erleichtern, insbesondere bei Verstößen innerhalb der Union, weitverbreiteten Verstößen und weitverbreiteten Verstößen mit Unions-Dimension im Sinne der Verordnung (EU) Nr. 2017/2394 sollten für die Verhängung von Geldbußen nicht erschöpfende gemeinsame Kriterien eingeführt werden. Diese Kriterien sollten auch den grenzübergreifenden Charakter des Verstoßes umfassen; es sollte also berücksichtigt werden, ob aufgrund des Verstoßes auch in anderen Mitgliedstaaten Verbraucher geschädigt wurden. Zudem sollte ein etwaiger Schadensersatz, den der Verbraucher vom Unternehmer für den entstandenen Schaden erhalten hat, berücksichtigt werden. Wiederholte Verstöße desselben Urhebers zeigen dessen Neigung, solche Verstöße zu begehen; sie sind daher ein deutlicher Hinweis darauf, wie schwer das fragliche Verhalten wiegt und inwiefern die Sanktion erhöht werden muss, um eine wirksame Abschreckung zu erreichen. Das Kriterium der aufgrund des Verstoßes erlangten finanziellen Vorteile oder vermiedenen Verluste ist besonders dann relevant, wenn das nationale Recht Geldbußen als Sanktionen vorsieht und der Geldbußenhöchstbetrag in den entsprechenden Vorschriften als Prozentsatz des Unternehmerumsatzes festgesetzt ist und wenn der Verstoß nur einen oder einige der Märkte betrifft, auf denen der Unternehmer tätig ist. ***Diese Kriterien sollten auch dann berücksichtigt werden, wenn der Verstoß zwar vor dem Inkrafttreten der Regelung begangen wurde, aber die Folgen weiterhin Schäden und offensichtliche und nachweisliche Unannehmlichkeiten für den Verbraucher entstehen lassen.***

*Begründung*

*Mit diesem Änderungsantrag wird nicht gefordert, dass der Vorschlag der Kommission rückwirkend gilt, sondern die Verbraucher sollen vor Auswirkungen der Verstöße des Unternehmers geschützt werden, die noch heute und in naher Zukunft entstehen.*

## **Änderungsantrag 61**

### **Jasenko Selimovic**

#### **Vorschlag für eine Richtlinie**

#### **Erwägung 6**

*Vorschlag der Kommission*

(6) Um eine kohärentere Verhängung von Sanktionen zu erleichtern, insbesondere bei Verstößen innerhalb der Union, weitverbreiteten Verstößen und weitverbreiteten Verstößen mit Unions-Dimension im Sinne der Verordnung (EU) Nr. 2017/2394 sollten für die Verhängung von Geldbußen nicht erschöpfende gemeinsame Kriterien eingeführt werden. Diese Kriterien sollten auch den grenzübergreifenden Charakter des Verstoßes umfassen; es sollte also berücksichtigt werden, ob aufgrund des Verstoßes auch in anderen Mitgliedstaaten Verbraucher geschädigt wurden. **Zudem sollte** ein etwaiger Schadensersatz, den der Verbraucher vom Unternehmer für den entstandenen Schaden erhalten hat, **berücksichtigt werden**. Wiederholte Verstöße desselben Urhebers zeigen dessen Neigung, solche Verstöße zu begehen; sie sind daher ein deutlicher Hinweis darauf, wie schwer das fragliche Verhalten wiegt und inwiefern die Sanktion erhöht werden muss, um eine wirksame Abschreckung zu erreichen. Das Kriterium der aufgrund des Verstoßes erlangten finanziellen Vorteile oder vermiedenen Verluste ist besonders dann relevant, wenn das nationale Recht Geldbußen als Sanktionen vorsieht und der Geldbußenhöchstbetrag in den

*Geänderter Text*

(6) Um eine kohärentere Verhängung von Sanktionen zu erleichtern, insbesondere bei Verstößen innerhalb der Union, weitverbreiteten Verstößen und weitverbreiteten Verstößen mit Unions-Dimension im Sinne der Verordnung (EU) Nr. 2017/2394 sollten für die Verhängung von Geldbußen nicht erschöpfende gemeinsame Kriterien eingeführt werden. Diese Kriterien sollten auch den grenzübergreifenden Charakter des Verstoßes umfassen; es sollte also berücksichtigt werden, ob aufgrund des Verstoßes auch in anderen Mitgliedstaaten Verbraucher geschädigt wurden. **Berücksichtigt werden sollten zudem** ein etwaiger Schadensersatz, den der Verbraucher vom Unternehmer für den entstandenen Schaden erhalten hat, **sowie der Umfang, in dem der Unternehmer mit den Behörden der Mitgliedstaaten zusammengearbeitet hat, um die Folgen des betreffenden Verstoßes zu beseitigen und dessen mögliche nachteilige Auswirkungen abzumildern**. Wiederholte Verstöße desselben Urhebers zeigen dessen Neigung, solche Verstöße zu begehen; sie sind daher ein deutlicher Hinweis darauf, wie schwer das fragliche Verhalten wiegt und inwiefern die Sanktion erhöht werden muss, um eine wirksame Abschreckung zu

entsprechenden Vorschriften als Prozentsatz des Unternehmerumsatzes festgesetzt ist und wenn der Verstoß nur einen oder einige der Märkte betrifft, auf denen der Unternehmer tätig ist.

erreichen. Das Kriterium der aufgrund des Verstoßes erlangten finanziellen Vorteile oder vermiedenen Verluste ist besonders dann relevant, wenn das nationale Recht Geldbußen als Sanktionen vorsieht und der Geldbußenhöchstbetrag in den entsprechenden Vorschriften als Prozentsatz des Unternehmerumsatzes festgesetzt ist und wenn der Verstoß nur einen oder einige der Märkte betrifft, auf denen der Unternehmer tätig ist.

Or. en

## Änderungsantrag 62 Othmar Karas

### Vorschlag für eine Richtlinie Erwägung 7

#### *Vorschlag der Kommission*

(7) ***Darüber hinaus sollten bei Geldbußen, die als Sanktionen verhängt werden, der Jahresumsatz und die jährlichen Gewinne des zuwiderhandelnden Unternehmers sowie etwaige Geldbußen, die in anderen Mitgliedstaaten wegen desselben Verstoßes gegen den Unternehmer verhängt wurden, berücksichtigt werden, insbesondere im Zusammenhang mit weitverbreiteten Verstößen gegen das Verbraucherrecht und weitverbreiteten Verstößen mit Unions-Dimension, die Gegenstand koordinierter Ermittlungs- und Durchsetzungsmaßnahmen gemäß der Verordnung (EU) 2017/2394 sind.***

#### *Geänderter Text*

(7) ***Gewerbetreibende haben nicht nur Verbraucherschutzrechtliche Vorgaben, sondern zahlreiche andere, sich ebenfalls oft rasch ändernde gesetzliche Bestimmungen aus den unterschiedlichsten Gebieten bei Ausübung ihrer unternehmerischen Tätigkeit zu beachten. Verstöße erfolgen regelmäßig nicht mit Absicht. Es sollte den Mitgliedstaaten daher möglich sein bzw. diese ermutigt werden, auch nach dem Prinzip „beraten statt strafen“ vorzugehen. Geldbußen sollten nur als Sanktion letzter Instanz verhängt werden, bei denen etwaige Geldbußen, die in anderen Mitgliedstaaten wegen desselben Verstoßes gegen den Unternehmer verhängt wurden, berücksichtigt werden, insbesondere im Zusammenhang mit weitverbreiteten Verstößen gegen das Verbraucherrecht und weitverbreiteten Verstößen mit Unions-Dimension, die Gegenstand koordinierter Ermittlungs- und Durchsetzungsmaßnahmen gemäß der***

**Änderungsantrag 63**  
**Maria Grapini**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 7**

*Vorschlag der Kommission*

(7) Darüber hinaus sollten bei Geldbußen, die als Sanktionen verhängt werden, der Jahresumsatz **und die jährlichen Gewinne des zuwiderhandelnden Unternehmers** sowie etwaige Geldbußen, die in anderen Mitgliedstaaten wegen desselben Verstoßes gegen den Unternehmer verhängt wurden, berücksichtigt werden, insbesondere im Zusammenhang mit weitverbreiteten Verstößen gegen das Verbraucherrecht und weitverbreiteten Verstößen mit Unions-Dimension, die Gegenstand koordinierter Ermittlungs- und Durchsetzungsmaßnahmen gemäß der Verordnung (EU) 2017/2394 sind.

*Geänderter Text*

(7) Darüber hinaus sollten bei Geldbußen, die als Sanktionen verhängt werden, der Jahresumsatz sowie etwaige Geldbußen, die in anderen Mitgliedstaaten wegen desselben Verstoßes gegen den Unternehmer verhängt wurden, berücksichtigt werden, insbesondere im Zusammenhang mit weitverbreiteten Verstößen gegen das Verbraucherrecht und weitverbreiteten Verstößen mit Unions-Dimension, die Gegenstand koordinierter Ermittlungs- und Durchsetzungsmaßnahmen gemäß der Verordnung (EU) 2017/2394 sind.

Or. ro

**Änderungsantrag 64**  
**Evelyne Gebhardt, Olga Sehnalová, Virginie Rozière, Nicola Danti, Lucy Anderson**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 7**

*Vorschlag der Kommission*

(7) Darüber hinaus sollten bei Geldbußen, die als Sanktionen verhängt werden, der Jahresumsatz und die jährlichen Gewinne des zuwiderhandelnden Unternehmers sowie etwaige Geldbußen, die in anderen

*Geänderter Text*

(7) Darüber hinaus sollten bei Geldbußen, die als Sanktionen verhängt werden, der **gesamte weltweite** Jahresumsatz und die **gesamten weltweiten** jährlichen Gewinne des zuwiderhandelnden Unternehmers sowie

Mitgliedstaaten wegen desselben Verstoßes gegen den Unternehmer verhängt wurden, berücksichtigt werden, insbesondere im Zusammenhang mit weitverbreiteten Verstößen gegen das Verbraucherrecht und weitverbreiteten Verstößen mit Unions-Dimension, die Gegenstand koordinierter Ermittlungs- und Durchsetzungsmaßnahmen gemäß der Verordnung (EU) 2017/2394 sind.

etwaige Geldbußen, die in anderen Mitgliedstaaten wegen desselben Verstoßes gegen den Unternehmer verhängt wurden, berücksichtigt werden, insbesondere im Zusammenhang mit weitverbreiteten Verstößen gegen das Verbraucherrecht und weitverbreiteten Verstößen mit Unions-Dimension, die Gegenstand koordinierter Ermittlungs- und Durchsetzungsmaßnahmen gemäß der Verordnung (EU) 2017/2394 sind.

Or. en

## Änderungsantrag 65 Marco Zullo

### Vorschlag für eine Richtlinie Erwägung 8

#### *Vorschlag der Kommission*

(8) Diese nicht erschöpfenden gemeinsamen Kriterien für die Anwendung von Sanktionen sind möglicherweise nicht in allen Fällen, so insbesondere bei nicht schwerwiegenden Verstößen, relevant für die Entscheidung über Sanktionen. Die Mitgliedstaaten sollten auch anderen bei der Verhängung von Sanktionen anzuwendenden allgemeinen Rechtsgrundsätzen wie dem Grundsatz *non bis in idem* Rechnung tragen.

#### *Geänderter Text*

(8) Diese nicht erschöpfenden gemeinsamen Kriterien für die Anwendung von Sanktionen sind möglicherweise nicht in allen Fällen, so insbesondere bei nicht schwerwiegenden Verstößen, relevant für die Entscheidung über Sanktionen. Die Mitgliedstaaten sollten auch anderen bei der Verhängung von Sanktionen anzuwendenden allgemeinen Rechtsgrundsätzen wie dem Grundsatz *ne bis in idem* Rechnung tragen. ***Daher darf ein Unternehmer, der wegen Verstoßes gegen die Verordnung (EU) 2016/679 sanktioniert wurde, nicht zusätzlich mit dieser Richtlinie sanktioniert werden.***

Or. it

#### *Begründung*

*Das Prinzip ne bis in idem sollte dahingehend präzisiert werden, dass kumulative Strafen aus unterschiedlichen Regelungen verhindert werden.*

**Änderungsantrag 66**  
**Pascal Arimont**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 8**

*Vorschlag der Kommission*

(8) Diese nicht erschöpfenden gemeinsamen Kriterien für die Anwendung von Sanktionen sind möglicherweise nicht in allen Fällen, so insbesondere bei nicht schwerwiegenden Verstößen, relevant für die Entscheidung über Sanktionen. Die **Mitgliedstaaten sollten auch anderen bei der Verhängung von Sanktionen anzuwendenden** allgemeinen **Rechtsgrundsätzen** wie dem Grundsatz **non bis in idem** **Rechnung tragen**.

*Geänderter Text*

(8) Diese nicht erschöpfenden gemeinsamen Kriterien für die Anwendung von Sanktionen sind möglicherweise nicht in allen Fällen, so insbesondere bei nicht schwerwiegenden Verstößen, relevant für die Entscheidung über Sanktionen. **Im Falle eines nicht schwerwiegenden Verstoßes oder falls die voraussichtlich zu verhängende Sanktion eine unverhältnismäßige Belastung für den Unternehmer darstellen würde, kann anstelle der Verhängung einer Geldbuße eine Verwarnung ausgesprochen werden. Die Verhängung von Sanktionen sollte angemessenen Verfahrensgarantien nach Maßgabe der allgemeinen Grundsätze des Unionsrechts – wie dem Grundsatz *ne bis in idem* – und der Charta unterliegen, einschließlich des Rechts auf effektiven Rechtsschutz und ein faires Verfahren.**

Or. en

**Änderungsantrag 67**  
**Evelyne Gebhardt, Lucy Anderson**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 8**

*Vorschlag der Kommission*

(8) Diese nicht erschöpfenden gemeinsamen Kriterien für die Anwendung von Sanktionen sind möglicherweise nicht in allen Fällen, so insbesondere bei nicht schwerwiegenden Verstößen, relevant für die Entscheidung über Sanktionen. Die Mitgliedstaaten sollten auch anderen bei der Verhängung von Sanktionen

*Geänderter Text*

(8) Diese nicht erschöpfenden gemeinsamen Kriterien für die Anwendung von Sanktionen sind möglicherweise nicht in allen Fällen, so insbesondere bei nicht schwerwiegenden Verstößen, relevant für die Entscheidung über Sanktionen. Die Mitgliedstaaten sollten auch anderen bei der Verhängung von Sanktionen

anzuwendenden allgemeinen  
Rechtsgrundsätzen wie dem Grundsatz non  
bis in idem Rechnung tragen.

anzuwendenden allgemeinen  
Rechtsgrundsätzen wie dem Grundsatz non  
bis in idem Rechnung tragen. **Zur  
Durchsetzung von Sanktionen sollte es  
nicht erforderlich sein, dass die  
Mitgliedstaaten ein umfassendes System  
der öffentlichen Durchsetzung einrichten.  
Es sollte den Mitgliedstaaten überlassen  
werden, die Modalitäten der Verhängung  
und Durchsetzung von Sanktionen  
festzulegen.**

Or. en

### *Begründung*

*Die Richtlinie sollte die nationalen Systeme zur Durchsetzung des Verbraucherrechts achten. Sie sollte von den Mitgliedstaaten nicht verlangen, öffentliche Durchsetzungsinstanzen einzurichten, wo die private Rechtsdurchsetzung unter Beweis gestellt hat, dass sie dem Verbraucherrecht wirksam Geltung verschaffen kann.*

## **Änderungsantrag 68 Carlos Coelho**

### **Vorschlag für eine Richtlinie Erwägung 8**

#### *Vorschlag der Kommission*

**(8) Diese nicht erschöpfenden gemeinsamen Kriterien für die Anwendung von Sanktionen sind möglicherweise nicht in allen Fällen, so insbesondere bei nicht schwerwiegenden Verstößen, relevant für die Entscheidung über Sanktionen. Die Mitgliedstaaten sollten auch anderen bei der Verhängung von Sanktionen anzuwendenden allgemeinen Rechtsgrundsätzen wie dem Grundsatz non bis in idem Rechnung tragen.**

#### *Geänderter Text*

**(8) Die Sanktionen sollten verhältnismäßig und der Art und dem tatsächlichen oder potenziellen Gesamtschaden entsprechen, der durch den Verstoß gegen die Rechtsvorschriften der Union zum Schutz der Verbraucherinteressen entsteht, und diese gemeinsamen Kriterien sind möglicherweise bei weniger schwerwiegenden Verstößen nicht relevant. Die zuständigen Behörden sollten allen Fakten und Umständen des Falls Rechnung tragen und die Sanktionen wählen, die am besten geeignet und von wesentlicher Bedeutung sind, um gegen den Verstoß vorzugehen. Diese Maßnahmen sollten**

*verhältnismäßig, wirksam und abschreckend sein.*

Or. pt

**Änderungsantrag 69**  
**Jasenko Selimovic**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 8 a (neu)**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

***(8a) Die Behörden der Mitgliedstaaten sollten ihre Befugnisse im Hinblick auf Sanktionen im Einklang mit dem Unionsrecht, einschließlich der Grundsätze der Charta der Grundrechte der Europäischen Union, der geltenden Verfahrensgarantien und der Datenschutzvorschriften der Union, insbesondere der Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates<sup>1a</sup>, sowie des nationalen Rechts, verhältnismäßig, effizient und wirksam ausüben.***

---

***<sup>1a</sup> Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. April 2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG (Datenschutz-Grundverordnung) (ABl. L 119 vom 4.5.2016, S. 1).***

Or. en

**Änderungsantrag 70**  
**Marco Zullo**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 9**

PE627.947v02-00

16/189

AM\1167517DE.docx



*Vorschlag der Kommission*

(9) Um sicherzustellen, dass die Behörden der Mitgliedstaaten wirksame, verhältnismäßige und abschreckende Sanktionen für weitverbreitete Verstöße gegen das Verbraucherrecht und für weitverbreitete Verstöße mit Unions-Dimension, die Gegenstand koordinierter Ermittlungs- und Durchsetzungsmaßnahmen gemäß der Verordnung (EU) 2017/2394 sind, verhängen können, sollten Geldbußen als verbindliches Sanktionselement für solche Verstöße eingeführt werden. Um die abschreckende Wirkung der Geldbußen zu gewährleisten, sollten die Mitgliedstaaten in ihrem nationalen Recht den Geldbußenhöchstbetrag für solche Verstöße auf mindestens 4 % des **Jahresumsatzes** des Unternehmers in dem betreffenden Mitgliedstaat festsetzen.

*Geänderter Text*

(9) Um sicherzustellen, dass die Behörden der Mitgliedstaaten wirksame, verhältnismäßige und abschreckende Sanktionen für weitverbreitete Verstöße gegen das Verbraucherrecht und für weitverbreitete Verstöße mit Unions-Dimension, die Gegenstand koordinierter Ermittlungs- und Durchsetzungsmaßnahmen gemäß der Verordnung (EU) 2017/2394 sind, verhängen können, sollten Geldbußen als verbindliches Sanktionselement für solche Verstöße eingeführt werden. Um die abschreckende Wirkung der Geldbußen zu gewährleisten, sollten die Mitgliedstaaten in ihrem nationalen Recht den Geldbußenhöchstbetrag für solche Verstöße auf mindestens 4 % des **weltweiten Umsatzes** des Unternehmers, **gemessen am Gesamtjahresumsatz des Vorjahres**, in dem betreffenden Mitgliedstaat **oder in den betreffenden Mitgliedstaaten** festsetzen.

Or. it

*Begründung*

*Die Verbraucherschutzbestimmungen müssen an die Datenschutz-Grundverordnung angepasst werden, damit ein kohärenter Regelungsrahmen geschaffen wird.*

**Änderungsantrag 71**  
**Pascal Arimont, Carlos Coelho**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 9**

*Vorschlag der Kommission*

(9) Um sicherzustellen, dass die Behörden der Mitgliedstaaten wirksame, verhältnismäßige und abschreckende Sanktionen für weitverbreitete Verstöße

*Geänderter Text*

(9) Um sicherzustellen, dass die Behörden der Mitgliedstaaten wirksame, verhältnismäßige und abschreckende Sanktionen für weitverbreitete Verstöße

gegen das Verbraucherrecht und für weitverbreitete Verstöße mit Unions-Dimension, die Gegenstand koordinierter Ermittlungs- und Durchsetzungsmaßnahmen gemäß der Verordnung (EU) 2017/2394 sind, verhängen können, sollten Geldbußen als verbindliches Sanktionselement für solche Verstöße eingeführt werden. Um die abschreckende Wirkung der Geldbußen zu gewährleisten, sollten die Mitgliedstaaten in ihrem nationalen Recht den Geldbußenhöchstbetrag für solche Verstöße auf *mindestens* 4 % des Jahresumsatzes des Unternehmers *in dem betreffenden Mitgliedstaat festsetzen*.

gegen das Verbraucherrecht und für weitverbreitete Verstöße mit Unions-Dimension, die Gegenstand koordinierter Ermittlungs- und Durchsetzungsmaßnahmen gemäß der Verordnung (EU) 2017/2394 sind, verhängen können, sollten Geldbußen als verbindliches Sanktionselement für solche Verstöße eingeführt werden. Um die abschreckende Wirkung der Geldbußen zu gewährleisten, sollten die Mitgliedstaaten in ihrem nationalen Recht den Geldbußenhöchstbetrag für solche Verstöße auf *bis zu 10 000 000 EUR bzw. 4 % des gesamten weltweiten Jahresumsatzes des vorangegangenen Geschäftsjahres des Unternehmers festsetzen, je nachdem, welcher der Beträge höher ist*.

Or. en

## **Änderungsantrag 72**

**Julia Reda**

### **Vorschlag für eine Richtlinie**

#### **Erwägung 9**

#### *Vorschlag der Kommission*

(9) Um sicherzustellen, dass die Behörden der Mitgliedstaaten wirksame, verhältnismäßige und abschreckende Sanktionen für weitverbreitete Verstöße gegen das Verbraucherrecht und für weitverbreitete Verstöße mit Unions-Dimension, die Gegenstand koordinierter Ermittlungs- und Durchsetzungsmaßnahmen gemäß der Verordnung (EU) 2017/2394 sind, verhängen können, sollten Geldbußen als verbindliches Sanktionselement für solche Verstöße eingeführt werden. Um die abschreckende Wirkung der Geldbußen zu gewährleisten, sollten die Mitgliedstaaten in ihrem nationalen Recht den Geldbußenhöchstbetrag für solche

#### *Geänderter Text*

(9) Um sicherzustellen, dass die Behörden der Mitgliedstaaten wirksame, verhältnismäßige und abschreckende Sanktionen für weitverbreitete Verstöße gegen das Verbraucherrecht und für weitverbreitete Verstöße mit Unions-Dimension, die Gegenstand koordinierter Ermittlungs- und Durchsetzungsmaßnahmen gemäß der Verordnung (EU) 2017/2394 sind, verhängen können, sollten Geldbußen als verbindliches Sanktionselement für solche Verstöße eingeführt werden. Um die abschreckende Wirkung der Geldbußen zu gewährleisten, sollten die Mitgliedstaaten in ihrem nationalen Recht den Geldbußenhöchstbetrag für solche

Verstöße auf mindestens 4 % des Jahresumsatzes des Unternehmers *in dem betreffenden Mitgliedstaat festsetzen.*

Verstöße auf mindestens **10 000 000 EUR** bzw. 4 % des **gesamten weltweiten** Jahresumsatzes des Unternehmers *festsetzen, je nachdem, welcher der Beträge höher ist.*

Or. en

### Änderungsantrag 73

Evelyne Gebhardt, Nicola Danti, Olga Sehnalová, Lucy Anderson, Virginie Rozière

#### Vorschlag für eine Richtlinie Erwägung 9

##### *Vorschlag der Kommission*

(9) Um sicherzustellen, dass die Behörden der Mitgliedstaaten wirksame, verhältnismäßige und abschreckende Sanktionen für weitverbreitete Verstöße gegen das Verbraucherrecht und für weitverbreitete Verstöße mit Unions-Dimension, die Gegenstand koordinierter Ermittlungs- und Durchsetzungsmaßnahmen gemäß der Verordnung (EU) 2017/2394 sind, verhängen können, sollten Geldbußen als verbindliches Sanktionselement für solche Verstöße eingeführt werden. Um die abschreckende Wirkung der Geldbußen zu gewährleisten, sollten die Mitgliedstaaten in ihrem nationalen Recht den Geldbußenhöchstbetrag für solche Verstöße auf mindestens 4 % des Jahresumsatzes des Unternehmers in dem betreffenden Mitgliedstaat festsetzen.

##### *Geänderter Text*

(9) Um sicherzustellen, dass die Behörden der Mitgliedstaaten wirksame, verhältnismäßige und abschreckende Sanktionen für weitverbreitete Verstöße gegen das Verbraucherrecht und für weitverbreitete Verstöße mit Unions-Dimension, die Gegenstand koordinierter Ermittlungs- und Durchsetzungsmaßnahmen gemäß der Verordnung (EU) 2017/2394 sind, verhängen können, sollten Geldbußen als verbindliches Sanktionselement für solche Verstöße eingeführt werden. Um die abschreckende Wirkung der Geldbußen zu gewährleisten, sollten die Mitgliedstaaten in ihrem nationalen Recht den Geldbußenhöchstbetrag für solche Verstöße auf mindestens 4 % des **gesamten weltweiten** Jahresumsatzes des Unternehmers in dem betreffenden Mitgliedstaat festsetzen.

Or. en

#### *Begründung*

*Angleichung der einschlägigen Richtlinien zum Verbraucherrecht an die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO). Die DSGVO bezieht sich auf eine Strafe von 4 % des weltweiten Umsatzes des Unternehmers.*

**Änderungsantrag 74**  
**Maria Grapini**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 9**

*Vorschlag der Kommission*

(9) Um sicherzustellen, dass die Behörden der Mitgliedstaaten wirksame, verhältnismäßige und abschreckende Sanktionen für weitverbreitete Verstöße gegen das Verbraucherrecht und für weitverbreitete Verstöße mit Unions-Dimension, die Gegenstand koordinierter Ermittlungs- und Durchsetzungsmaßnahmen gemäß der Verordnung (EU) 2017/2394 sind, verhängen können, sollten Geldbußen als verbindliches Sanktionselement für solche Verstöße eingeführt werden. Um die abschreckende Wirkung der Geldbußen zu gewährleisten, sollten die Mitgliedstaaten in ihrem nationalen Recht **den Geldbußenhöchstbetrag** für solche Verstöße auf **mindestens** 4 % des Jahresumsatzes des Unternehmers in dem betreffenden Mitgliedstaat festsetzen.

*Geänderter Text*

(9) Um sicherzustellen, dass die Behörden der Mitgliedstaaten wirksame, verhältnismäßige und abschreckende Sanktionen für weitverbreitete Verstöße gegen das Verbraucherrecht und für weitverbreitete Verstöße mit Unions-Dimension, die Gegenstand koordinierter Ermittlungs- und Durchsetzungsmaßnahmen gemäß der Verordnung (EU) 2017/2394 sind, verhängen können, sollten Geldbußen als verbindliches Sanktionselement für solche Verstöße eingeführt werden. Um die abschreckende Wirkung der Geldbußen zu gewährleisten, sollten die Mitgliedstaaten in ihrem nationalen Recht **die Geldbuße** für solche Verstöße auf **höchstens** 4 %, **aber nicht weniger als** 2 % des Jahresumsatzes des Unternehmers in dem betreffenden Mitgliedstaat festsetzen.

Or. ro

**Änderungsantrag 75**  
**Martin Schirdewan**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 9**

*Vorschlag der Kommission*

(9) Um sicherzustellen, dass die Behörden der Mitgliedstaaten wirksame, verhältnismäßige und abschreckende Sanktionen für weitverbreitete Verstöße gegen das Verbraucherrecht und für weitverbreitete Verstöße mit Unions-

*Geänderter Text*

(9) Um sicherzustellen, dass die Behörden der Mitgliedstaaten wirksame, verhältnismäßige und abschreckende Sanktionen für weitverbreitete Verstöße gegen das Verbraucherrecht und für weitverbreitete Verstöße mit Unions-

Dimension, die Gegenstand koordinierter Ermittlungs- und Durchsetzungsmaßnahmen gemäß der Verordnung (EU) 2017/2394 sind, verhängen können, sollten Geldbußen als verbindliches Sanktionselement für solche Verstöße eingeführt werden. Um die abschreckende Wirkung der Geldbußen zu gewährleisten, sollten die Mitgliedstaaten in ihrem nationalen Recht *den Geldbußenhöchstbetrag* für solche Verstöße auf mindestens 4 % des *Jahresumsatzes* des Unternehmers in dem betreffenden Mitgliedstaat festsetzen.

Dimension, die Gegenstand koordinierter Ermittlungs- und Durchsetzungsmaßnahmen gemäß der Verordnung (EU) 2017/2394 sind, verhängen können, sollten Geldbußen als verbindliches Sanktionselement für solche Verstöße eingeführt werden. Um die abschreckende Wirkung der Geldbußen zu gewährleisten, sollten die Mitgliedstaaten in ihrem nationalen Recht *Geldbußen* für solche Verstöße auf mindestens 4 % des *globalen Gesamtjahresumsatzes* des Unternehmers in dem betreffenden Mitgliedstaat festsetzen.

Or. de

## Änderungsantrag 76 Marco Zullo

### Vorschlag für eine Richtlinie Erwägung 10

#### *Vorschlag der Kommission*

(10) Wenn eine zentrale zuständige nationale Behörde im Sinne der Verordnung (EU) 2017/2394 aufgrund des in dieser Verordnung vorgesehenen Koordinierungsmechanismus eine Geldbuße gegen einen Unternehmer verhängt, der für einen weitverbreiteten Verstoß oder einen weitverbreiteten Verstoß mit Unions-Dimension verantwortlich ist, sollte sie in der Lage sein, eine Geldbuße von mindestens 4 % des *Jahresumsatzes* des Unternehmers in allen von der koordinierten Durchsetzungsmaßnahme betroffenen Mitgliedstaaten zu verhängen.

#### *Geänderter Text*

(10) Wenn eine zentrale zuständige nationale Behörde im Sinne der Verordnung (EU) 2017/2394 aufgrund des in dieser Verordnung vorgesehenen Koordinierungsmechanismus eine Geldbuße gegen einen Unternehmer verhängt, der für einen weitverbreiteten Verstoß oder einen weitverbreiteten Verstoß mit Unions-Dimension verantwortlich ist, sollte sie in der Lage sein, eine Geldbuße von mindestens 4 % des *weltweiten Umsatzes* des Unternehmers, *gemessen am Gesamtjahresumsatz des Vorjahres*, in allen von der koordinierten Durchsetzungsmaßnahme betroffenen Mitgliedstaaten zu verhängen.

Or. it

## *Begründung*

*Die Verbraucherschutzbestimmungen müssen an die Datenschutz-Grundverordnung angepasst werden, damit ein kohärenter Regelungsrahmen geschaffen wird.*

### **Änderungsantrag 77**

**Maria Grapini**

#### **Vorschlag für eine Richtlinie**

##### **Erwägung 10**

###### *Vorschlag der Kommission*

(10) Wenn eine zentrale zuständige nationale Behörde im Sinne der Verordnung (EU) 2017/2394 aufgrund des in dieser Verordnung vorgesehenen Koordinierungsmechanismus eine Geldbuße gegen einen Unternehmer verhängt, der für einen weitverbreiteten Verstoß oder einen weitverbreiteten Verstoß mit Unions-Dimension verantwortlich ist, sollte sie in der Lage sein, eine Geldbuße von **mindestens** 4 % des Jahresumsatzes des Unternehmers in allen von der koordinierten Durchsetzungsmaßnahme betroffenen Mitgliedstaaten zu verhängen.

###### *Geänderter Text*

(10) Wenn eine zentrale zuständige nationale Behörde im Sinne der Verordnung (EU) 2017/2394 aufgrund des in dieser Verordnung vorgesehenen Koordinierungsmechanismus eine Geldbuße gegen einen Unternehmer verhängt, der für einen weitverbreiteten Verstoß oder einen weitverbreiteten Verstoß mit Unions-Dimension verantwortlich ist, sollte sie in der Lage sein, eine Geldbuße von **höchstens** 4 %, **aber nicht weniger als** 2 % des Jahresumsatzes des Unternehmers in allen von der koordinierten Durchsetzungsmaßnahme betroffenen Mitgliedstaaten zu verhängen.

Or. ro

### **Änderungsantrag 78**

**Julia Reda**

#### **Vorschlag für eine Richtlinie**

##### **Erwägung 10**

###### *Vorschlag der Kommission*

(10) Wenn eine zentrale zuständige nationale Behörde im Sinne der Verordnung (EU) 2017/2394 aufgrund des in dieser Verordnung vorgesehenen Koordinierungsmechanismus eine

###### *Geänderter Text*

(10) Wenn eine zentrale zuständige nationale Behörde im Sinne der Verordnung (EU) 2017/2394 aufgrund des in dieser Verordnung vorgesehenen Koordinierungsmechanismus eine

Geldbuße gegen einen Unternehmer verhängt, der für einen weitverbreiteten Verstoß oder einen weitverbreiteten Verstoß mit Unions-Dimension verantwortlich ist, sollte sie in der Lage sein, eine Geldbuße von mindestens 4 % des Jahresumsatzes des Unternehmers *in allen von der koordinierten Durchsetzungsmaßnahme betroffenen Mitgliedstaaten zu verhängen.*

Geldbuße gegen einen Unternehmer verhängt, der für einen weitverbreiteten Verstoß oder einen weitverbreiteten Verstoß mit Unions-Dimension verantwortlich ist, sollte sie in der Lage sein, eine Geldbuße von mindestens **10 000 000 EUR bzw. 4 % des gesamten weltweiten** Jahresumsatzes des Unternehmers *zu verhängen, je nachdem, welcher der Beträge höher ist.*

Or. en

**Änderungsantrag 79**  
**Pascal Arimont, Carlos Coelho**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 10**

*Vorschlag der Kommission*

(10) Wenn eine zentrale zuständige nationale Behörde im Sinne der Verordnung (EU) 2017/2394 aufgrund des in dieser Verordnung vorgesehenen Koordinierungsmechanismus eine Geldbuße gegen einen Unternehmer verhängt, der für einen weitverbreiteten Verstoß oder einen weitverbreiteten Verstoß mit Unions-Dimension verantwortlich ist, sollte sie in der Lage sein, eine Geldbuße von *mindestens* 4 % des Jahresumsatzes des Unternehmers *in allen von der koordinierten Durchsetzungsmaßnahme betroffenen Mitgliedstaaten zu verhängen.*

*Geänderter Text*

(10) Wenn eine zentrale zuständige nationale Behörde im Sinne der Verordnung (EU) 2017/2394 aufgrund des in dieser Verordnung vorgesehenen Koordinierungsmechanismus eine Geldbuße gegen einen Unternehmer verhängt, der für einen weitverbreiteten Verstoß oder einen weitverbreiteten Verstoß mit Unions-Dimension verantwortlich ist, sollte sie in der Lage sein, eine Geldbuße von **bis zu 10 000 000 EUR bzw. 4 % des gesamten weltweiten** Jahresumsatzes des Unternehmers *zu verhängen, je nachdem, welcher der Beträge höher ist.*

Or. en

**Änderungsantrag 80**  
**Evelyne Gebhardt, Nicola Danti, Olga Sehnalová, Biljana Borzan, Lucy Anderson, Virginie Rozière**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 10**

*Vorschlag der Kommission*

(10) Wenn eine zentrale zuständige nationale Behörde im Sinne der Verordnung (EU) 2017/2394 aufgrund des in dieser Verordnung vorgesehenen Koordinierungsmechanismus eine Geldbuße gegen einen Unternehmer verhängt, der für einen weitverbreiteten Verstoß oder einen weitverbreiteten Verstoß mit Unions-Dimension verantwortlich ist, sollte sie in der Lage sein, eine Geldbuße von mindestens 4 % des Jahresumsatzes des Unternehmers **in allen von der koordinierten Durchsetzungsmaßnahme betroffenen Mitgliedstaaten** zu verhängen.

*Geänderter Text*

(10) Wenn eine zentrale zuständige nationale Behörde im Sinne der Verordnung (EU) 2017/2394 aufgrund des in dieser Verordnung vorgesehenen Koordinierungsmechanismus eine Geldbuße gegen einen Unternehmer verhängt, der für einen weitverbreiteten Verstoß oder einen weitverbreiteten Verstoß mit Unions-Dimension verantwortlich ist, sollte sie in der Lage sein, eine Geldbuße von mindestens 4 % des **gesamten weltweiten** Jahresumsatzes des Unternehmers zu verhängen.

Or. en

**Änderungsantrag 81**  
**Maria Grapini**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 11**

*Vorschlag der Kommission*

**(11) Den Mitgliedstaaten sollte es freistehen, höhere maximale umsatzabhängige Geldbußen für weitverbreitete Verbraucherrechtsverstöße und weitverbreitete Verbraucherrechtsverstöße mit Unions-Dimension im Sinne der Verordnung (EU) 2017/2394 in ihren nationalen Rechtsvorschriften beizubehalten oder einzuführen. Die Vorgabe, die Geldbuße auf mindestens 4 % des Unternehmerumsatzes festzusetzen, sollte nicht für etwaige zusätzliche Vorschriften der Mitgliedstaaten über Zwangsgelder wie tägliche Geldbußen gelten, die bei Nichtbefolgung von Entscheidungen, Anordnungen, vorläufigen Maßnahmen, Zusagen des Unternehmers oder anderen**

*Geänderter Text*

**entfällt**



*Maßnahmen zwecks Unterbindung des Verstoßes zu verhängen sind.*

Or. ro

## **Änderungsantrag 82**

**Evelyne Gebhardt, Olga Sehnalová, Virginie Rozière, Lucy Anderson**

### **Vorschlag für eine Richtlinie**

#### **Erwägung 11**

##### *Vorschlag der Kommission*

(11) Den Mitgliedstaaten sollte es freistehen, höhere maximale umsatzabhängige Geldbußen für weitverbreitete Verbraucherrechtsverstöße und weitverbreitete Verbraucherrechtsverstöße mit Unions-Dimension im Sinne der Verordnung (EU) 2017/2394 in ihren nationalen Rechtsvorschriften beizubehalten oder einzuführen. Die Vorgabe, die Geldbuße auf mindestens 4 % des Unternehmerumsatzes festzusetzen, sollte nicht für etwaige zusätzliche Vorschriften der Mitgliedstaaten über Zwangsgelder wie tägliche Geldbußen gelten, die bei Nichtbefolgung von Entscheidungen, Anordnungen, vorläufigen Maßnahmen, Zusagen des Unternehmers oder anderen Maßnahmen zwecks Unterbindung des Verstoßes zu verhängen sind.

##### *Geänderter Text*

(11) Den Mitgliedstaaten sollte es freistehen, höhere maximale umsatzabhängige Geldbußen **oder festgelegte Geldbußenhöchstbeträge** für weitverbreitete Verbraucherrechtsverstöße und weitverbreitete Verbraucherrechtsverstöße mit Unions-Dimension im Sinne der Verordnung (EU) 2017/2394 in ihren nationalen Rechtsvorschriften beizubehalten oder einzuführen. Die Vorgabe, die Geldbuße auf mindestens 4 % des Unternehmerumsatzes festzusetzen, sollte nicht für etwaige zusätzliche Vorschriften der Mitgliedstaaten über Zwangsgelder wie tägliche Geldbußen gelten, die bei Nichtbefolgung von Entscheidungen, Anordnungen, vorläufigen Maßnahmen, Zusagen des Unternehmers oder anderen Maßnahmen zwecks Unterbindung des Verstoßes zu verhängen sind.

Or. en

## **Änderungsantrag 83**

**Julia Reda**

### **Vorschlag für eine Richtlinie**

#### **Erwägung 11**

*Vorschlag der Kommission*

(11) Den Mitgliedstaaten sollte es freistehen, höhere maximale umsatzabhängige Geldbußen für weitverbreitete Verbraucherrechtsverstöße und weitverbreitete Verbraucherrechtsverstöße mit Unions-Dimension im Sinne der Verordnung (EU) 2017/2394 in ihren nationalen Rechtsvorschriften beizubehalten oder einzuführen. Die Vorgabe, **die Geldbuße** auf mindestens 4 % des Unternehmerumsatzes festzusetzen, sollte nicht für etwaige zusätzliche Vorschriften der Mitgliedstaaten über Zwangsgelder wie tägliche Geldbußen gelten, die bei Nichtbefolgung von Entscheidungen, Anordnungen, vorläufigen Maßnahmen, Zusagen des Unternehmers oder anderen Maßnahmen zwecks Unterbindung des Verstoßes zu verhängen sind.

*Geänderter Text*

(11) Den Mitgliedstaaten sollte es freistehen, höhere maximale umsatzabhängige Geldbußen für weitverbreitete Verbraucherrechtsverstöße und weitverbreitete Verbraucherrechtsverstöße mit Unions-Dimension im Sinne der Verordnung (EU) 2017/2394 in ihren nationalen Rechtsvorschriften beizubehalten oder einzuführen. Die Vorgabe, **den Geldbußenhöchstbetrag** auf mindestens 4 % des Unternehmerumsatzes festzusetzen, sollte nicht für etwaige zusätzliche Vorschriften der Mitgliedstaaten über Zwangsgelder wie tägliche Geldbußen gelten, die bei Nichtbefolgung von Entscheidungen, Anordnungen, vorläufigen Maßnahmen, Zusagen des Unternehmers oder anderen Maßnahmen zwecks Unterbindung des Verstoßes zu verhängen sind.

Or. en

**Änderungsantrag 84**  
**Othmar Karas**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 12**

*Vorschlag der Kommission*

(12) Bei der Entscheidung darüber, zu welchem Zweck die Einnahmen aus Geldbußen verwendet werden, sollten die Mitgliedstaaten dem obersten Ziel des Verbraucherrechts und seiner Durchsetzung, also dem Schutz des Allgemeininteresses der Verbraucher, Rechnung tragen. **Die Mitgliedstaaten sollten daher erwägen, zumindest einen Teil der Einnahmen aus Geldbußen dafür einzusetzen, den Verbraucherschutz im Rahmen ihrer Zuständigkeit zu**

*Geänderter Text*

(12) Bei der Entscheidung darüber, zu welchem Zweck die Einnahmen aus Geldbußen verwendet werden, sollten die Mitgliedstaaten dem obersten Ziel des Verbraucherrechts und seiner Durchsetzung, also dem Schutz des Allgemeininteresses der Verbraucher, Rechnung tragen.

*verbessern, etwa durch Förderung von Organisationen, die Verbraucherinteressen vertreten, oder durch Maßnahmen zur Stärkung der Position der Verbraucher.*

Or. de

### *Begründung*

*Bei der Aufteilung etwaiger Einnahmen aus Geldbußen muss unter allen Umständen ein Interessenskonflikt vermieden werden. Besonders im Hinblick auf aktuellen Kommissionsvorschlag COM(2018) 184 final.*

### **Änderungsantrag 85 Marco Zullo**

#### **Vorschlag für eine Richtlinie Erwägung 12**

##### *Vorschlag der Kommission*

(12) Bei der Entscheidung darüber, zu welchem Zweck die Einnahmen aus Geldbußen verwendet werden, sollten die Mitgliedstaaten dem obersten Ziel des Verbraucherrechts und seiner Durchsetzung, also dem Schutz des Allgemeininteresses der Verbraucher, Rechnung tragen. Die Mitgliedstaaten sollten daher *erwägen, zumindest einen Teil der Einnahmen aus Geldbußen* dafür einzusetzen, den Verbraucherschutz im Rahmen ihrer Zuständigkeit zu verbessern, etwa durch Förderung von Organisationen, die Verbraucherinteressen vertreten, oder durch Maßnahmen zur Stärkung der Position der Verbraucher.

##### *Geänderter Text*

(12) Bei der Entscheidung darüber, zu welchem Zweck die Einnahmen aus Geldbußen verwendet werden, sollten die Mitgliedstaaten dem obersten Ziel des Verbraucherrechts und seiner Durchsetzung, also dem Schutz des Allgemeininteresses der Verbraucher, Rechnung tragen. Die Mitgliedstaaten sollten daher *den größten Teil dieser Einnahmen einem Fonds für den direkten Ausgleich und die Entschädigung der Verbraucher für alle aufgrund des Verstoßes entstandenen Schäden nach der für die Verwaltungsbehörde am wenigsten belastenden Lösung zuweisen und den restlichen Teil* dafür einsetzen, den Verbraucherschutz im Rahmen ihrer Zuständigkeit zu verbessern, etwa durch Förderung von Organisationen, die Verbraucherinteressen vertreten, oder durch Maßnahmen zur Stärkung der Position der Verbraucher.

Or. it

## *Begründung*

*Um ihrer gesellschaftlichen Funktion und dem gänzlichen Schutz der Staatsbürger gerecht zu werden, muss die Verwaltungsbehörde die Verbraucher, die von einem Verstoß betroffen sind, direkt entschädigen.*

### **Änderungsantrag 86**

**Carlos Coelho**

#### **Vorschlag für eine Richtlinie**

##### **Erwägung 12**

###### *Vorschlag der Kommission*

(12) Bei der Entscheidung darüber, zu welchem Zweck die Einnahmen aus Geldbußen verwendet werden, sollten die Mitgliedstaaten dem obersten Ziel des Verbraucherrechts und seiner Durchsetzung, also dem Schutz des Allgemeininteresses der Verbraucher, Rechnung tragen. Die Mitgliedstaaten sollten daher erwägen, zumindest einen Teil der Einnahmen aus Geldbußen dafür einzusetzen, den Verbraucherschutz im Rahmen ihrer Zuständigkeit zu verbessern, *etwa durch Förderung von Organisationen, die Verbraucherinteressen vertreten, oder durch Maßnahmen zur Stärkung der Position der Verbraucher.*

###### *Geänderter Text*

(12) Bei der Entscheidung darüber, zu welchem Zweck die Einnahmen aus Geldbußen verwendet werden, sollten die Mitgliedstaaten dem obersten Ziel des Verbraucherrechts und seiner Durchsetzung, also dem Schutz des Allgemeininteresses der Verbraucher, Rechnung tragen. Die Mitgliedstaaten sollten daher erwägen, zumindest einen Teil der Einnahmen aus Geldbußen dafür einzusetzen, den Verbraucherschutz im Rahmen ihrer Zuständigkeit zu verbessern.

Or. pt

### **Änderungsantrag 87**

**Julia Reda**

#### **Vorschlag für eine Richtlinie**

##### **Erwägung 12**

###### *Vorschlag der Kommission*

(12) Bei der Entscheidung darüber, zu welchem Zweck die Einnahmen aus Geldbußen verwendet werden, sollten die Mitgliedstaaten dem obersten Ziel des

###### *Geänderter Text*

(12) Bei der Entscheidung darüber, zu welchem Zweck die Einnahmen aus Geldbußen verwendet werden, sollten die Mitgliedstaaten dem obersten Ziel des

Verbraucherrechts und seiner Durchsetzung, also dem Schutz des Allgemeininteresses der Verbraucher, Rechnung tragen. Die Mitgliedstaaten sollten daher **erwägen, zumindest einen Teil der** Einnahmen aus Geldbußen dafür **einzusetzen**, den Verbraucherschutz im Rahmen ihrer Zuständigkeit zu verbessern, etwa durch Förderung von Organisationen, die Verbraucherinteressen vertreten, oder durch Maßnahmen zur Stärkung der Position der Verbraucher.

Verbraucherrechts und seiner Durchsetzung, also dem Schutz des Allgemeininteresses der Verbraucher, Rechnung tragen. Die Mitgliedstaaten sollten daher **die** Einnahmen aus Geldbußen dafür **einsetzen**, den Verbraucherschutz im Rahmen ihrer Zuständigkeit zu verbessern, etwa durch Förderung von Organisationen, die Verbraucherinteressen vertreten, oder durch Maßnahmen zur Stärkung der Position der Verbraucher.

Or. en

## **Änderungsantrag 88** **Othmar Karas**

### **Vorschlag für eine Richtlinie** **Erwägung 13**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(13) Der Zugang zu individuellen Rechtsbehelfen für Verbraucher, die durch unlautere Geschäftspraktiken geschädigt wurden, sollte im Rahmen der Richtlinie 2005/29/EG verbessert werden, um den Verbraucher in die Situation zu versetzen, in der er ohne die unlautere Geschäftspraktik gewesen wäre. Diese Richtlinie wurde zwar ursprünglich vor allem konzipiert, um das Marktverhalten von Unternehmern auf der Grundlage der behördlichen Rechtsdurchsetzung zu regeln, allerdings machen die Erfahrungen aus ihrer über zehnjährigen Anwendung die Mängel deutlich, die darauf zurückzuführen sind, dass ein klarer Rahmen zur Festlegung der Rechte im Zusammenhang mit der Einlegung individueller Rechtsbehelfe fehlt.**

**entfällt**

Or. de

**Änderungsantrag 89**  
**Othmar Karas**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 14**

*Vorschlag der Kommission*

(14) Die nationalen Vorschriften über individuelle Rechtsbehelfe für Verbraucher, die durch unlautere Geschäftspraktiken geschädigt wurden, weichen voneinander ab. ***In der derzeitigen Situation, in der es den Mitgliedstaaten weitgehend überlassen bleibt festzulegen, ob und inwiefern Rechtsbehelfe zur Verfügung stehen sollten, kann die Richtlinie 2005/29/EG nicht ihre volle Wirkung entfalten. Der doppelte Zweck der Richtlinie, die sowohl zu einem reibungslosen Funktionieren des Binnenmarkts als auch zum Erreichen eines hohen Verbraucherschutzniveaus beitragen soll, kann somit immer noch erreicht werden. Trotz der nach nationalem Recht derzeit bestehenden Rechtsbehelfsmöglichkeiten wurden im Rahmen der Eignungsprüfung keine signifikanten Fälle aus der Rechtsprechung ermittelt, in denen Opfer unlauterer Geschäftspraktiken Rechtsbehelfe eingelegt hatten. Fakt ist jedoch, dass unlautere Geschäftspraktiken europaweit das häufigste Problem im Zusammenhang mit Verbraucherrechten darstellen. Dies lässt darauf schließen, dass die bestehenden Rechtsbehelfsmöglichkeiten nicht gewährleisten, dass Probleme von Verbrauchern gelöst werden können, wenn deren Rechte aus der Richtlinie verletzt worden sind. Daher würde die Einführung eines klaren Rahmens für individuelle Rechtsbehelfe die private Rechtsdurchsetzung erleichtern und die bestehende Verpflichtung der Mitgliedstaaten ergänzen, sicherzustellen, dass geeignete und wirksame Mittel vorhanden sind, um die Einhaltung der***

*Geänderter Text*

(14) Die nationalen Vorschriften über individuelle Rechtsbehelfe für Verbraucher, die durch unlautere Geschäftspraktiken geschädigt wurden, weichen ***zwar*** voneinander ab. ***Die Refit-Überprüfung hat gezeigt, dass es grundsätzlich in allen Mitgliedstaaten möglich ist, im Falle*** unlauterer Geschäftspraktiken ***auf*** Rechtsbehelfe ***des nationalen Zivilrechts zurückzugreifen. Um den Zugang zu individuellen Rechtsbehelfen für Verbraucher, die durch*** unlautere Geschäftspraktiken ***geschädigt wurden, zu verbessern, sollten die*** Mitgliedstaaten ***spezifische Stellen benennen, die Verbrauchern Informationen bieten.***

***Richtlinie durchzusetzen. Dies entspräche auch dem Ansatz für individuelle Rechtsbehelfe in anderen Verbraucherschutzrichtlinien wie der Richtlinie 93/13/EWG und der Richtlinie 1999/44/EG und würde eine kohärentere und konsequentere Anwendung der Verbraucherschutzvorschriften gewährleisten.***

Or. de

**Änderungsantrag 90  
Othmar Karas**

**Vorschlag für eine Richtlinie  
Erwägung 15**

*Vorschlag der Kommission*

(15) Zur Beseitigung jeglicher Wirkung unlauterer Geschäftspraktiken sollten die Mitgliedstaaten sicherstellen, dass Verbraucher, die durch solche Geschäftspraktiken geschädigt wurden, Rechtsbehelfe einlegen können. Um dieses Ziel zu erreichen, sollten die Mitgliedstaaten sowohl vertragliche als auch außervertragliche Rechtsbehelfe bereitstellen. Die von den Mitgliedstaaten vorgesehenen vertraglichen Rechtsbehelfe sollten mindestens das Recht auf Vertragskündigung beinhalten. Die nach nationalem Recht vorgesehenen außervertraglichen Rechtsbehelfe sollten mindestens das Recht auf Schadensersatz beinhalten. Den Mitgliedstaaten würde es freistehen, Rechte im Zusammenhang mit zusätzlichen Rechtsbehelfen für Verbraucher, die durch unlautere Geschäftspraktiken geschädigt wurden, beizubehalten oder einzuführen, um sicherzustellen, dass solche Geschäftspraktiken ihre Wirkung vollständig verlieren.

*Geänderter Text*

(15) Zur Beseitigung jeglicher Wirkung unlauterer Geschäftspraktiken sollten die Mitgliedstaaten sicherstellen, dass Verbraucher, die durch solche Geschäftspraktiken ***an ihrem Eigentum oder in ihrer körperlichen Unversehrtheit*** geschädigt wurden, Rechtsbehelfe einlegen können. Um dieses Ziel zu erreichen, sollten die Mitgliedstaaten ***unter Beachtung der Hierarchie der Gewährleistungsbehelfe und unter Wahrung ihrer zivilrechtlichen und insbesondere auch schadensersatzrechtlichen Systeme und der darin vorgesehenen Voraussetzungen*** sowohl vertragliche als auch außervertragliche Rechtsbehelfe bereitstellen. Die von den Mitgliedstaaten vorgesehenen vertraglichen Rechtsbehelfe sollten mindestens das Recht auf Vertragskündigung beinhalten. Die nach nationalem Recht vorgesehenen außervertraglichen Rechtsbehelfe sollten mindestens das Recht auf Schadensersatz beinhalten. Den Mitgliedstaaten würde es freistehen, Rechte im Zusammenhang mit zusätzlichen Rechtsbehelfen für

Verbraucher, die durch unlautere Geschäftspraktiken geschädigt wurden, beizubehalten oder einzuführen, um sicherzustellen, dass solche Geschäftspraktiken ihre Wirkung vollständig verlieren.

Or. de

### *Begründung*

*Der Begriff "geschädigt" bedarf einer klareren Definition - u.U. nicht so stark eingeschränkt wie dieser Vorschlag. Aber eine Auseinandersetzung mit einer Klärung des "Schädigungsbegriffs" ist unerlässlich.*

## **Änderungsantrag 91**

**Evelyne Gebhardt, Lucy Anderson, Virginie Rozière**

### **Vorschlag für eine Richtlinie**

#### **Erwägung 15**

#### *Vorschlag der Kommission*

(15) Zur Beseitigung jeglicher Wirkung unlauterer Geschäftspraktiken sollten die Mitgliedstaaten sicherstellen, dass Verbraucher, die durch solche Geschäftspraktiken geschädigt wurden, Rechtsbehelfe einlegen können. Um dieses Ziel zu erreichen, sollten die Mitgliedstaaten sowohl vertragliche als auch außervertragliche Rechtsbehelfe bereitstellen. Die von den Mitgliedstaaten vorgesehenen vertraglichen Rechtsbehelfe sollten mindestens das Recht auf Vertragskündigung beinhalten. Die nach nationalem Recht vorgesehenen außervertraglichen Rechtsbehelfe sollten mindestens das Recht auf Schadensersatz beinhalten. Den Mitgliedstaaten würde es freistehen, Rechte im Zusammenhang mit zusätzlichen Rechtsbehelfen für Verbraucher, die durch unlautere Geschäftspraktiken geschädigt wurden, beizubehalten oder einzuführen, um sicherzustellen, dass solche

#### *Geänderter Text*

(15) Zur Beseitigung jeglicher Wirkung unlauterer Geschäftspraktiken sollten die Mitgliedstaaten sicherstellen, dass Verbraucher, die durch solche Geschäftspraktiken geschädigt wurden, Rechtsbehelfe einlegen können. Um dieses Ziel zu erreichen, sollten die Mitgliedstaaten sowohl vertragliche als auch außervertragliche Rechtsbehelfe **in ihrem nationalen Recht** bereitstellen. Die von den Mitgliedstaaten vorgesehenen vertraglichen Rechtsbehelfe sollten mindestens das Recht auf Vertragskündigung, **das Recht auf Schadensersatz und das Recht auf Minderung** beinhalten. Die nach nationalem Recht vorgesehenen außervertraglichen Rechtsbehelfe sollten mindestens das Recht auf Schadensersatz beinhalten. Den Mitgliedstaaten würde es freistehen, Rechte im Zusammenhang mit zusätzlichen Rechtsbehelfen für Verbraucher, die durch unlautere



Geschäftspraktiken ihre Wirkung vollständig verlieren.

Geschäftspraktiken geschädigt wurden, beizubehalten oder einzuführen, um sicherzustellen, dass solche Geschäftspraktiken ihre Wirkung vollständig verlieren.

Or. en

## Änderungsantrag 92

Evelyne Gebhardt, Olga Sehnalová, Virginie Rozière, Lucy Anderson

### Vorschlag für eine Richtlinie

#### Erwägung 15

##### *Vorschlag der Kommission*

(15) Zur Beseitigung jeglicher Wirkung unlauterer Geschäftspraktiken sollten die Mitgliedstaaten sicherstellen, dass Verbraucher, die durch solche Geschäftspraktiken geschädigt wurden, Rechtsbehelfe einlegen können. Um dieses Ziel zu erreichen, sollten die Mitgliedstaaten sowohl vertragliche als auch außervertragliche Rechtsbehelfe bereitstellen. Die von den Mitgliedstaaten vorgesehenen vertraglichen Rechtsbehelfe sollten mindestens das Recht auf Vertragskündigung beinhalten. Die nach nationalem Recht vorgesehenen außervertraglichen Rechtsbehelfe sollten mindestens das Recht auf Schadensersatz beinhalten. Den Mitgliedstaaten würde es freistehen, Rechte im Zusammenhang mit zusätzlichen Rechtsbehelfen für Verbraucher, die durch unlautere Geschäftspraktiken geschädigt wurden, beizubehalten oder einzuführen, um sicherzustellen, dass solche Geschäftspraktiken ihre Wirkung vollständig verlieren.

##### *Geänderter Text*

(15) Zur Beseitigung jeglicher Wirkung unlauterer Geschäftspraktiken sollten die Mitgliedstaaten sicherstellen, dass Verbraucher, die durch solche Geschäftspraktiken geschädigt wurden, Rechtsbehelfe einlegen können. Um dieses Ziel zu erreichen, sollten die Mitgliedstaaten sowohl vertragliche als auch außervertragliche Rechtsbehelfe bereitstellen. Die von den Mitgliedstaaten vorgesehenen vertraglichen Rechtsbehelfe sollten mindestens das Recht auf Vertragskündigung **sowie das Recht auf Preisminderung** beinhalten. Die nach nationalem Recht vorgesehenen außervertraglichen Rechtsbehelfe sollten mindestens das Recht auf Schadensersatz beinhalten. Den Mitgliedstaaten würde es freistehen, Rechte im Zusammenhang mit zusätzlichen Rechtsbehelfen für Verbraucher, die durch unlautere Geschäftspraktiken geschädigt wurden, beizubehalten oder einzuführen, um sicherzustellen, dass solche Geschäftspraktiken ihre Wirkung vollständig verlieren.

Or. en

## Änderungsantrag 93

Julia Reda

### Vorschlag für eine Richtlinie

#### Erwägung 15

##### *Vorschlag der Kommission*

(15) Zur Beseitigung jeglicher Wirkung unlauterer Geschäftspraktiken sollten die Mitgliedstaaten sicherstellen, dass Verbraucher, die durch solche Geschäftspraktiken geschädigt wurden, Rechtsbehelfe einlegen können. Um dieses Ziel zu erreichen, sollten die Mitgliedstaaten sowohl vertragliche als auch außervertragliche Rechtsbehelfe bereitstellen. Die von den Mitgliedstaaten vorgesehenen vertraglichen Rechtsbehelfe sollten mindestens das Recht auf Vertragskündigung beinhalten. Die nach nationalem Recht vorgesehenen außervertraglichen Rechtsbehelfe sollten mindestens das Recht auf Schadensersatz beinhalten. Den Mitgliedstaaten würde es freistehen, Rechte im Zusammenhang mit zusätzlichen Rechtsbehelfen für Verbraucher, die durch unlautere Geschäftspraktiken geschädigt wurden, beizubehalten oder einzuführen, um sicherzustellen, dass solche Geschäftspraktiken ihre Wirkung vollständig verlieren.

##### *Geänderter Text*

(15) Zur Beseitigung jeglicher Wirkung unlauterer Geschäftspraktiken sollten die Mitgliedstaaten sicherstellen, dass Verbraucher, die durch solche Geschäftspraktiken geschädigt wurden, Rechtsbehelfe einlegen können. Um dieses Ziel zu erreichen, sollten die Mitgliedstaaten sowohl vertragliche als auch außervertragliche Rechtsbehelfe bereitstellen. Die von den Mitgliedstaaten vorgesehenen vertraglichen Rechtsbehelfe sollten mindestens das Recht auf Vertragskündigung, **das Recht auf Erstattung, das Recht auf Minderung und das Recht auf Schadensersatz** beinhalten. Die nach nationalem Recht vorgesehenen außervertraglichen Rechtsbehelfe sollten mindestens das Recht auf Schadensersatz beinhalten. Den Mitgliedstaaten würde es freistehen, Rechte im Zusammenhang mit zusätzlichen Rechtsbehelfen für Verbraucher, die durch unlautere Geschäftspraktiken geschädigt wurden, beizubehalten oder einzuführen, um sicherzustellen, dass solche Geschäftspraktiken ihre Wirkung vollständig verlieren.

Or. en

## Änderungsantrag 94

Marco Zullo

### Vorschlag für eine Richtlinie

#### Erwägung 15

##### *Vorschlag der Kommission*

(15) Zur Beseitigung jeglicher Wirkung

##### *Geänderter Text*

(15) Zur Beseitigung jeglicher Wirkung

unlauterer Geschäftspraktiken sollten die Mitgliedstaaten sicherstellen, dass Verbraucher, die durch solche Geschäftspraktiken geschädigt wurden, Rechtsbehelfe einlegen können. Um dieses Ziel zu erreichen, sollten die Mitgliedstaaten sowohl vertragliche als auch außervertragliche Rechtsbehelfe bereitstellen. Die von den Mitgliedstaaten vorgesehenen vertraglichen Rechtsbehelfe sollten mindestens das Recht auf Vertragskündigung beinhalten. Die nach nationalem Recht vorgesehenen außervertraglichen Rechtsbehelfe sollten mindestens das Recht auf Schadensersatz beinhalten. Den Mitgliedstaaten würde es freistehen, Rechte im Zusammenhang mit zusätzlichen Rechtsbehelfen für Verbraucher, die durch unlautere Geschäftspraktiken geschädigt wurden, beizubehalten oder einzuführen, um sicherzustellen, dass solche Geschäftspraktiken ihre Wirkung vollständig verlieren.

unlauterer Geschäftspraktiken sollten die Mitgliedstaaten sicherstellen, dass Verbraucher, die durch solche Geschäftspraktiken geschädigt wurden, Rechtsbehelfe einlegen können. Um dieses Ziel zu erreichen, sollten die Mitgliedstaaten sowohl vertragliche als auch außervertragliche Rechtsbehelfe bereitstellen. Die von den Mitgliedstaaten vorgesehenen vertraglichen Rechtsbehelfe sollten mindestens das Recht auf Vertragskündigung **sowie das Recht auf Preisminderung** beinhalten. Die nach nationalem Recht vorgesehenen außervertraglichen Rechtsbehelfe sollten mindestens das Recht auf Schadensersatz beinhalten. Den Mitgliedstaaten würde es freistehen, Rechte im Zusammenhang mit zusätzlichen Rechtsbehelfen für Verbraucher, die durch unlautere Geschäftspraktiken geschädigt wurden, beizubehalten oder einzuführen, um sicherzustellen, dass solche Geschäftspraktiken ihre Wirkung vollständig verlieren.

Or. it

## **Änderungsantrag 95** **Pascal Arimont, Eva Maydell, Carlos Coelho**

### **Vorschlag für eine Richtlinie** **Erwägung 15**

#### *Vorschlag der Kommission*

(15) Zur Beseitigung jeglicher Wirkung unlauterer Geschäftspraktiken sollten die Mitgliedstaaten sicherstellen, dass Verbraucher, die durch solche Geschäftspraktiken geschädigt wurden, Rechtsbehelfe einlegen können. Um dieses Ziel zu erreichen, sollten die Mitgliedstaaten sowohl vertragliche als auch außervertragliche Rechtsbehelfe bereitstellen. Die von den Mitgliedstaaten vorgesehenen vertraglichen Rechtsbehelfe

#### *Geänderter Text*

(15) Zur Beseitigung jeglicher Wirkung unlauterer Geschäftspraktiken sollten die Mitgliedstaaten sicherstellen, dass Verbraucher, die durch solche Geschäftspraktiken geschädigt wurden, Rechtsbehelfe einlegen können. Um dieses Ziel zu erreichen, sollten die Mitgliedstaaten sowohl vertragliche als auch außervertragliche Rechtsbehelfe bereitstellen. Die von den Mitgliedstaaten vorgesehenen vertraglichen Rechtsbehelfe

sollten mindestens das Recht auf Vertragskündigung beinhalten. Die nach nationalem Recht vorgesehenen außervertraglichen Rechtsbehelfe sollten mindestens das Recht auf Schadensersatz beinhalten. Den Mitgliedstaaten würde es freistehen, Rechte im Zusammenhang mit zusätzlichen Rechtsbehelfen für Verbraucher, die durch unlautere Geschäftspraktiken geschädigt wurden, beizubehalten oder einzuführen, um sicherzustellen, dass solche Geschäftspraktiken ihre Wirkung vollständig verlieren.

sollten mindestens das Recht auf **Minderung oder auf** Vertragskündigung beinhalten. Die nach nationalem Recht vorgesehenen außervertraglichen Rechtsbehelfe sollten mindestens das Recht auf Schadensersatz beinhalten. Den Mitgliedstaaten würde es freistehen, Rechte im Zusammenhang mit zusätzlichen Rechtsbehelfen für Verbraucher, die durch unlautere Geschäftspraktiken geschädigt wurden, beizubehalten oder einzuführen, um sicherzustellen, dass solche Geschäftspraktiken ihre Wirkung vollständig verlieren.

Or. en

## **Änderungsantrag 96** **Maria Grapini**

### **Vorschlag für eine Richtlinie** **Erwägung 15**

#### *Vorschlag der Kommission*

(15) Zur Beseitigung jeglicher Wirkung unlauterer Geschäftspraktiken sollten die Mitgliedstaaten sicherstellen, dass Verbraucher, die durch solche Geschäftspraktiken geschädigt wurden, Rechtsbehelfe einlegen können. Um dieses Ziel zu erreichen, sollten die Mitgliedstaaten sowohl vertragliche als auch außervertragliche Rechtsbehelfe bereitstellen. Die von den Mitgliedstaaten vorgesehenen vertraglichen Rechtsbehelfe sollten mindestens das Recht auf Vertragskündigung beinhalten. Die nach nationalem Recht vorgesehenen außervertraglichen Rechtsbehelfe sollten mindestens das Recht auf Schadensersatz beinhalten. Den Mitgliedstaaten **würde** es freistehen, Rechte im Zusammenhang mit zusätzlichen Rechtsbehelfen für Verbraucher, die durch unlautere Geschäftspraktiken geschädigt wurden,

#### *Geänderter Text*

(15) Zur Beseitigung jeglicher Wirkung unlauterer Geschäftspraktiken sollten die Mitgliedstaaten sicherstellen, dass Verbraucher, die durch solche Geschäftspraktiken geschädigt wurden, Rechtsbehelfe einlegen können. Um dieses Ziel zu erreichen, sollten die Mitgliedstaaten sowohl vertragliche als auch außervertragliche Rechtsbehelfe bereitstellen. Die von den Mitgliedstaaten vorgesehenen vertraglichen Rechtsbehelfe sollten mindestens das Recht auf Vertragskündigung beinhalten. Die nach nationalem Recht vorgesehenen außervertraglichen Rechtsbehelfe sollten mindestens das Recht auf Schadensersatz beinhalten. Den Mitgliedstaaten **sollte** es freistehen, Rechte im Zusammenhang mit zusätzlichen Rechtsbehelfen für Verbraucher, die durch unlautere Geschäftspraktiken geschädigt wurden,

beizubehalten oder einzuführen, um sicherzustellen, dass solche Geschäftspraktiken ihre Wirkung vollständig verlieren.

beizubehalten oder einzuführen, um sicherzustellen, dass solche Geschäftspraktiken ihre Wirkung vollständig verlieren.

Or. ro

## **Änderungsantrag 97**

**Evelyne Gebhardt, Olga Sehnalová, Lucy Anderson, Virginie Rozière**

### **Vorschlag für eine Richtlinie Erwägung 16**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(16) Die Eignungsprüfung der Richtlinien zum Verbraucher- und Marketingrecht und die parallel dazu durchgeführte Bewertung der Richtlinie 2011/83/EU haben auch eine Reihe von Bereichen aufgezeigt, in denen die bestehenden Verbraucherschutzvorschriften modernisiert und unverhältnismäßige Belastungen für Unternehmer reduziert werden sollten.**

**entfällt**

Or. en

## **Änderungsantrag 98**

**Julia Reda, Evelyne Gebhardt**

### **Vorschlag für eine Richtlinie Erwägung 16 a (neu)**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(16a) Eine große Bandbreite von Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen und Verbrauchern wird online durch Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten, wie etwa Online-Marktplätze, Preisvergleichsdienste oder soziale Medien, vermittelt, um die Einleitung direkter Transaktionen**

*zwischen einem Unternehmer und einem Verbraucher zu erleichtern, unabhängig davon, ob die Transaktionen letztlich auf dem Online-Portal des betreffenden Anbieters von Online-Vermittlungsdiensten oder auf der Website des Unternehmers geschlossen werden. Ein Mangel an Transparenz und Rechtssicherheit in Bezug auf die Online-Wirtschaft könnte das Vertrauen der Verbraucher darin beeinträchtigen. Daher ist es von entscheidender Bedeutung, dem durch Festlegung von Transparenzanforderungen zu begegnen, die sowohl in der Phase der Werbung als auch in der vorvertraglichen Phase erfüllt werden müssen. Die Richtlinie 2005/29/EU sollte daher geändert werden, um neue Anforderungen im Hinblick auf die Informationen aufzunehmen, welche die Online-Marktplätze und Preisvergleichsdienste den Verbrauchern vor einem Kauf erteilen müssen.*

Or. en

**Änderungsantrag 99**  
**Julia Reda**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 18**

*Vorschlag der Kommission*

(18) Online-Marktplätze sollten für die Zwecke der Richtlinie 2011/83/EU ähnlich wie in der Verordnung (EU) Nr. 524/2013<sup>42</sup> und der Richtlinie (EU) 2016/1148<sup>43</sup> definiert werden. Um neue Technologien abzudecken, sollte die Definition jedoch aktualisiert und technologisch neutraler formuliert werden. Statt auf eine „Website“ sollte deshalb auf eine „Online-Benutzeroberfläche“ gemäß der Verordnung (EU) 2018/302<sup>44</sup> verwiesen werden.

*Geänderter Text*

(18) Online-Marktplätze sollten für die Zwecke der Richtlinie 2011/83/EU ähnlich wie in der Verordnung (EU) Nr. 524/2013<sup>42</sup> und der Richtlinie (EU) 2016/1148<sup>43</sup> definiert werden. Um neue Technologien **und Geschäftspraktiken** abzudecken, sollte die Definition jedoch aktualisiert und technologisch neutraler formuliert werden. Statt auf eine „Website“ sollte deshalb auf eine „Online-Benutzeroberfläche“ gemäß der Verordnung (EU) 2018/302<sup>44</sup> verwiesen werden. **Außerdem sollten auch Online-**

***Marktplätze, die den Abschluss von Peer-to-Peer-Verträgen zwischen verschiedenen Verbrauchern ermöglichen, von dieser Definition erfasst werden.***

---

<sup>42</sup> Verordnung (EU) Nr. 524/2013 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 21. Mai 2013 über die Online-Beilegung verbraucherrechtlicher Streitigkeiten und zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 und der Richtlinie 2009/22/EG (Verordnung über Online-Streitbeilegung in Verbraucherangelegenheiten) (ABl. L 165 vom 18.6.2013, S. 1).

<sup>43</sup> Richtlinie (EU) 2016/1148 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 6. Juli 2016 über Maßnahmen zur Gewährleistung eines hohen gemeinsamen Sicherheitsniveaus von Netz- und Informationssystemen in der Union (ABl. L 194 vom 19.7.2016, S. 1).

<sup>44</sup> Verordnung (EU) 2018/302 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 28. Februar 2018 über Maßnahmen gegen ungerechtfertigtes Geoblocking und andere Formen der Diskriminierung aufgrund der Staatsangehörigkeit, des Wohnsitzes oder des Ortes der Niederlassung des Kunden innerhalb des Binnenmarkts und zur Änderung der Verordnungen (EG) Nr. 2006/2004 und (EU) 2017/2394 sowie der Richtlinie 2009/22/EG (ABl. L 60 I vom 2.3.2018, S. 1).

---

<sup>42</sup> Verordnung (EU) Nr. 524/2013 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 21. Mai 2013 über die Online-Beilegung verbraucherrechtlicher Streitigkeiten und zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 und der Richtlinie 2009/22/EG (Verordnung über Online-Streitbeilegung in Verbraucherangelegenheiten) (ABl. L 165 vom 18.6.2013, S. 1).

<sup>43</sup> Richtlinie (EU) 2016/1148 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 6. Juli 2016 über Maßnahmen zur Gewährleistung eines hohen gemeinsamen Sicherheitsniveaus von Netz- und Informationssystemen in der Union (ABl. L 194 vom 19.7.2016, S. 1).

<sup>44</sup> Verordnung (EU) 2018/302 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 28. Februar 2018 über Maßnahmen gegen ungerechtfertigtes Geoblocking und andere Formen der Diskriminierung aufgrund der Staatsangehörigkeit, des Wohnsitzes oder des Ortes der Niederlassung des Kunden innerhalb des Binnenmarkts und zur Änderung der Verordnungen (EG) Nr. 2006/2004 und (EU) 2017/2394 sowie der Richtlinie 2009/22/EG (ABl. L 60 I vom 2.3.2018, S. 1).

Or. en

## **Änderungsantrag 100**

**Evelyne Gebhardt, Virginie Rozière, Lucy Anderson**

### **Vorschlag für eine Richtlinie Erwägung 18**

(18) Online-Marktplätze sollten für die Zwecke der Richtlinie 2011/83/EU ähnlich wie in der Verordnung (EU) Nr. 524/2013<sup>42</sup> und der Richtlinie (EU) 2016/1148<sup>43</sup> definiert werden. **Um neue Technologien abzudecken, sollte die Definition jedoch aktualisiert und technologisch neutraler formuliert werden. Statt auf eine „Website“ sollte deshalb auf eine „Online-Benutzeroberfläche“ gemäß der Verordnung (EU) 2018/302<sup>44</sup> verwiesen werden.**

(18) Online-Marktplätze sollten für die Zwecke der Richtlinie 2011/83/EU ähnlich wie in der Verordnung (EU) Nr. 524/2013<sup>42</sup> und der Richtlinie (EU) 2016/1148<sup>43</sup> definiert werden. **Da der Begriff „Plattform“ jedoch zu umfassend ist, um zur Beschreibung des Geltungsbereichs dieser Richtlinie verwendet werden zu können, sollte die Definition von „Online-Marktplätze“ so inklusiv wie möglich sein.**

---

<sup>42</sup> Verordnung (EU) Nr. 524/2013 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 21. Mai 2013 über die Online-Beilegung verbraucherrechtlicher Streitigkeiten und zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 und der Richtlinie 2009/22/EG (Verordnung über Online-Streitbeilegung in Verbraucherangelegenheiten) (ABl. L 165 vom 18.6.2013, S. 1).

<sup>43</sup> Richtlinie (EU) 2016/1148 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 6. Juli 2016 über Maßnahmen zur Gewährleistung eines hohen gemeinsamen Sicherheitsniveaus von Netz- und Informationssystemen in der Union (ABl. L 194 vom 19.7.2016, S. 1).

<sup>44</sup> **Verordnung (EU) 2018/302 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 28. Februar 2018 über Maßnahmen gegen ungerechtfertigtes Geoblocking und andere Formen der Diskriminierung aufgrund der Staatsangehörigkeit, des Wohnsitzes oder des Ortes der Niederlassung des Kunden innerhalb des Binnenmarkts und zur Änderung der Verordnungen (EG) Nr. 2006/2004 und (EU) 2017/2394 sowie der Richtlinie 2009/22/EG (ABl. L 60 I vom 2.3.2018, S. 1).**

---

<sup>42</sup> Verordnung (EU) Nr. 524/2013 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 21. Mai 2013 über die Online-Beilegung verbraucherrechtlicher Streitigkeiten und zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 und der Richtlinie 2009/22/EG (Verordnung über Online-Streitbeilegung in Verbraucherangelegenheiten) (ABl. L 165 vom 18.6.2013, S. 1).

<sup>43</sup> Richtlinie (EU) 2016/1148 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 6. Juli 2016 über Maßnahmen zur Gewährleistung eines hohen gemeinsamen Sicherheitsniveaus von Netz- und Informationssystemen in der Union (ABl. L 194 vom 19.7.2016, S. 1).



**Änderungsantrag 101**  
**Pascal Arimont, Carlos Coelho**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 19**

*Vorschlag der Kommission*

(19) Daher sollten in der Richtlinie 2011/83/EU besondere Transparenzanforderungen für Online-Marktplätze vorgesehen werden, um Verbraucher, die Online-Marktplätze nutzen, darüber zu informieren, welches die Hauptparameter für das Ranking der Angebote sind, ob sie einen Vertrag mit einem Unternehmer oder einem Nichtunternehmer (beispielsweise einem anderen Verbraucher) abschließen, ob Verbraucherschutzvorschriften Anwendung finden und welcher Unternehmer für die Vertragserfüllung verantwortlich ist und die Verbraucherrechte zu gewährleisten hat, sofern diese Anwendung finden. Diese Informationen sollten in klarer und verständlicher Weise und nicht nur durch einen Verweis in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder einem ähnlichen Vertragsdokument erteilt werden. Die Informationspflichten für Online-Marktplätze sollten verhältnismäßig sein und ein ausgewogenes Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Online-Marktplätze gewährleisten. Online-Marktplätze sollten nicht dazu verpflichtet werden, bestimmte Verbraucherrechte aufzulisten, wenn sie die Verbraucher darüber informieren, ob die Rechte Anwendung finden oder nicht. Welche Informationen über die Verantwortung für die Gewährleistung der Verbraucherrechte zu erteilen sind, hängt von den

*Geänderter Text*

(19) Daher sollten in der Richtlinie 2011/83/EU besondere Transparenzanforderungen für Online-Marktplätze vorgesehen werden, um Verbraucher, die Online-Marktplätze nutzen, darüber zu informieren, welches die Hauptparameter für das Ranking der Angebote sind **und welches ihr relatives Gewicht gegenüber anderen Parametern ist**, ob sie einen Vertrag mit einem Unternehmer oder einem Nichtunternehmer (beispielsweise einem anderen Verbraucher) abschließen, ob Verbraucherschutzvorschriften Anwendung finden und welcher Unternehmer für die Vertragserfüllung verantwortlich ist und die Verbraucherrechte zu gewährleisten hat, sofern diese Anwendung finden. Diese Informationen sollten in klarer, **eindeutiger** und verständlicher Weise und nicht nur durch einen Verweis in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder einem ähnlichen Vertragsdokument erteilt werden. Die Informationspflichten für Online-Marktplätze sollten verhältnismäßig sein und ein ausgewogenes Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Online-Marktplätze gewährleisten. Online-Marktplätze sollten nicht dazu verpflichtet werden, bestimmte Verbraucherrechte aufzulisten, wenn sie die Verbraucher darüber informieren, ob die Rechte Anwendung finden oder nicht. Welche Informationen über die Verantwortung für

vertraglichen Vereinbarungen zwischen dem Online-Marktplatz und den betreffenden Drittunternehmern ab. Der Online-Marktplatz kann darauf verweisen, dass ausschließlich der Drittunternehmer für die Gewährleistung der Verbraucherrechte verantwortlich ist, oder seine besonderen Zuständigkeiten erläutern, wenn er die Verantwortung für bestimmte Vertragsaspekte übernimmt, zum Beispiel die Lieferung oder die Ausübung des Widerrufsrechts. Die Verpflichtung zur Erteilung von Informationen über die Hauptparameter für die Bestimmung des Rankings der Suchergebnisse gilt unbeschadet etwaiger Geschäftsgeheimnisse in Bezug auf die zugrunde liegenden Algorithmen. Diese Informationen sollten Aufschluss über die von dem Marktplatz verwendeten wichtigsten Standardparameter geben, müssen jedoch nicht auf jede einzelne Suchanfrage zugeschnitten sein.

die Gewährleistung der Verbraucherrechte zu erteilen sind, hängt von den vertraglichen Vereinbarungen zwischen dem Online-Marktplatz und den betreffenden Drittunternehmern ab. Der Online-Marktplatz kann darauf verweisen, dass ausschließlich der Drittunternehmer für die Gewährleistung der Verbraucherrechte verantwortlich ist, oder seine besonderen Zuständigkeiten erläutern, wenn er die Verantwortung für bestimmte Vertragsaspekte übernimmt, zum Beispiel die Lieferung oder die Ausübung des Widerrufsrechts. Die Verpflichtung zur Erteilung von Informationen über die Hauptparameter für die Bestimmung des Rankings der Suchergebnisse **und das relative Gewicht dieser Hauptparameter gegenüber anderen Parametern** gilt unbeschadet etwaiger Geschäftsgeheimnisse in Bezug auf die zugrunde liegenden Algorithmen. Diese Informationen sollten Aufschluss über die von dem Marktplatz verwendeten wichtigsten Standardparameter geben, müssen jedoch nicht auf jede einzelne Suchanfrage zugeschnitten sein.

Or. en

## Änderungsantrag 102 Julia Reda

### Vorschlag für eine Richtlinie Erwägung 19

#### *Vorschlag der Kommission*

(19) Daher sollten in der Richtlinie 2011/83/EU besondere Transparenzanforderungen für Online-Marktplätze vorgesehen werden, um Verbraucher, die Online-Marktplätze nutzen, darüber zu informieren, welches die **Hauptparameter** für das Ranking der Angebote sind, ob sie einen Vertrag mit einem Unternehmer oder einem

#### *Geänderter Text*

(19) Daher sollten in der Richtlinie 2011/83/EU besondere Transparenzanforderungen für Online-Marktplätze vorgesehen werden, um Verbraucher, die Online-Marktplätze nutzen, darüber zu informieren, welches die **Parameter** für das Ranking der Angebote sind **und welches ihr relatives Gewicht ist**, ob sie einen Vertrag mit einem

Nichtunternehmer (beispielsweise einem anderen Verbraucher) abschließen, ob Verbraucherschutzvorschriften Anwendung finden und welcher Unternehmer für die Vertragserfüllung verantwortlich ist und die Verbraucherrechte zu gewährleisten hat, sofern diese Anwendung finden. Diese Informationen sollten in klarer **und** verständlicher Weise und nicht nur durch einen Verweis in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder einem ähnlichen Vertragsdokument erteilt werden. Die Informationspflichten für Online-Marktplätze sollten verhältnismäßig sein und ein ausgewogenes Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Online-Marktplätze gewährleisten. Online-Marktplätze sollten nicht dazu verpflichtet werden, bestimmte Verbraucherrechte aufzulisten, wenn sie die Verbraucher darüber informieren, ob die Rechte Anwendung finden oder nicht. Welche Informationen über die Verantwortung für die Gewährleistung der Verbraucherrechte zu erteilen sind, hängt von den vertraglichen Vereinbarungen zwischen dem Online-Marktplatz und den betreffenden Drittunternehmern ab. Der Online-Marktplatz kann darauf verweisen, dass ausschließlich der Drittunternehmer für die Gewährleistung der Verbraucherrechte verantwortlich ist, oder seine besonderen Zuständigkeiten erläutern, wenn er die Verantwortung für bestimmte Vertragsaspekte übernimmt, zum Beispiel die Lieferung oder die Ausübung des Widerrufsrechts. **Die Verpflichtung zur Erteilung von Informationen über die Hauptparameter für die Bestimmung des Rankings der Suchergebnisse gilt unbeschadet etwaiger Geschäftsgeheimnisse in Bezug auf die zugrunde liegenden Algorithmen.** Diese Informationen sollten Aufschluss über die von dem Marktplatz verwendeten **wichtigsten Standardparameter** geben,

Unternehmer oder einem Nichtunternehmer (beispielsweise einem anderen Verbraucher) abschließen, ob Verbraucherschutzvorschriften Anwendung finden und welcher Unternehmer für die Vertragserfüllung verantwortlich ist und die Verbraucherrechte zu gewährleisten hat, sofern diese Anwendung finden. Diese Informationen sollten in klarer, verständlicher **und zugänglicher** Weise und nicht nur durch einen Verweis in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder einem ähnlichen Vertragsdokument erteilt werden. Die Informationspflichten für Online-Marktplätze sollten verhältnismäßig sein und ein ausgewogenes Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Online-Marktplätze gewährleisten. Online-Marktplätze sollten nicht dazu verpflichtet werden, bestimmte Verbraucherrechte aufzulisten, wenn sie die Verbraucher darüber informieren, ob die Rechte Anwendung finden oder nicht. Welche Informationen über die Verantwortung für die Gewährleistung der Verbraucherrechte zu erteilen sind, hängt von den vertraglichen Vereinbarungen zwischen dem Online-Marktplatz und den betreffenden Drittunternehmern ab. Der Online-Marktplatz kann darauf verweisen, dass ausschließlich der Drittunternehmer für die Gewährleistung der Verbraucherrechte verantwortlich ist, oder seine besonderen Zuständigkeiten erläutern, wenn er die Verantwortung für bestimmte Vertragsaspekte übernimmt, zum Beispiel die Lieferung oder die Ausübung des Widerrufsrechts. Diese Informationen sollten Aufschluss über die von dem Marktplatz verwendeten **Parameter** geben, müssen jedoch nicht auf jede einzelne Suchanfrage zugeschnitten sein.

müssen jedoch nicht auf jede einzelne Suchanfrage zugeschnitten sein.

Or. en

## **Änderungsantrag 103** **Philippe Juvin**

### **Vorschlag für eine Richtlinie** **Erwägung 19**

#### *Vorschlag der Kommission*

(19) Daher sollten in der Richtlinie 2011/83/EU besondere Transparenzanforderungen für Online-Marktplätze vorgesehen werden, um Verbraucher, die Online-Marktplätze nutzen, darüber zu informieren, welches die Hauptparameter für das Ranking der Angebote sind, ob sie einen Vertrag mit einem Unternehmer oder einem Nichtunternehmer (beispielsweise einem anderen Verbraucher) abschließen, ob Verbraucherschutzvorschriften Anwendung finden und welcher Unternehmer für die Vertragserfüllung verantwortlich ist und die Verbraucherrechte zu gewährleisten hat, sofern diese Anwendung finden. Diese Informationen sollten in klarer und verständlicher Weise und nicht nur durch einen Verweis in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder einem ähnlichen Vertragsdokument erteilt werden. Die Informationspflichten für Online-Marktplätze sollten verhältnismäßig sein und ein ausgewogenes Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Online-Marktplätze gewährleisten. Online-Marktplätze sollten nicht dazu verpflichtet werden, bestimmte Verbraucherrechte aufzulisten, wenn sie die Verbraucher darüber informieren, ob die Rechte Anwendung finden oder nicht. Welche

#### *Geänderter Text*

(19) Daher sollten in der Richtlinie 2011/83/EU besondere Transparenzanforderungen für Online-Marktplätze vorgesehen werden, um Verbraucher, die Online-Marktplätze nutzen, darüber zu informieren, welches die Hauptparameter für das Ranking der Angebote sind **und welches ihr relatives Gewicht ist**, ob sie einen Vertrag mit einem Unternehmer oder einem Nichtunternehmer (beispielsweise einem anderen Verbraucher) abschließen, ob Verbraucherschutzvorschriften Anwendung finden und welcher Unternehmer für die Vertragserfüllung verantwortlich ist und die Verbraucherrechte zu gewährleisten hat, sofern diese Anwendung finden. Diese Informationen sollten in klarer und verständlicher Weise und nicht nur durch einen Verweis in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder einem ähnlichen Vertragsdokument erteilt werden. Die Informationspflichten für Online-Marktplätze sollten verhältnismäßig sein und ein ausgewogenes Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Online-Marktplätze gewährleisten. Online-Marktplätze sollten nicht dazu verpflichtet werden, bestimmte Verbraucherrechte aufzulisten, wenn sie die Verbraucher darüber informieren, ob die Rechte

Informationen über die Verantwortung für die Gewährleistung der Verbraucherrechte zu erteilen sind, hängt von den vertraglichen Vereinbarungen zwischen dem Online-Marktplatz und den betreffenden Drittunternehmern ab. Der Online-Marktplatz kann darauf verweisen, dass ausschließlich der Drittunternehmer für die Gewährleistung der Verbraucherrechte verantwortlich ist, oder seine besonderen Zuständigkeiten erläutern, wenn er die Verantwortung für bestimmte Vertragsaspekte übernimmt, zum Beispiel die Lieferung oder die Ausübung des Widerrufsrechts. Die Verpflichtung zur Erteilung von Informationen über die Hauptparameter für die Bestimmung des Rankings der Suchergebnisse gilt unbeschadet etwaiger Geschäftsgeheimnisse in Bezug auf die zugrunde liegenden Algorithmen. Diese Informationen sollten Aufschluss über die von dem Marktplatz verwendeten wichtigsten Standardparameter geben, müssen jedoch nicht auf jede einzelne Suchanfrage zugeschnitten sein.

Anwendung finden oder nicht. Welche Informationen über die Verantwortung für die Gewährleistung der Verbraucherrechte zu erteilen sind, hängt von den vertraglichen Vereinbarungen zwischen dem Online-Marktplatz und den betreffenden Drittunternehmern ab. Der Online-Marktplatz kann darauf verweisen, dass ausschließlich der Drittunternehmer für die Gewährleistung der Verbraucherrechte verantwortlich ist, oder seine besonderen Zuständigkeiten erläutern, wenn er die Verantwortung für bestimmte Vertragsaspekte übernimmt, zum Beispiel die Lieferung oder die Ausübung des Widerrufsrechts. Die Verpflichtung zur Erteilung von Informationen über die Hauptparameter für die Bestimmung des Rankings der Suchergebnisse **und ihr relatives Gewicht** gilt unbeschadet etwaiger Geschäftsgeheimnisse in Bezug auf die zugrunde liegenden Algorithmen. Diese Informationen sollten Aufschluss über die von dem Marktplatz verwendeten wichtigsten Standardparameter geben, müssen jedoch nicht auf jede einzelne Suchanfrage zugeschnitten sein.

Or. en

## **Änderungsantrag 104** **Martin Schirdewan**

### **Vorschlag für eine Richtlinie** **Erwägung 19**

#### *Vorschlag der Kommission*

(19) Daher sollten in der Richtlinie 2011/83/EU besondere Transparenzanforderungen für Online-Marktplätze vorgesehen werden, um Verbraucher, die Online-Marktplätze nutzen, darüber zu informieren, welches die Hauptparameter für das Ranking der Angebote sind, ob sie einen Vertrag mit

#### *Geänderter Text*

(19) Daher sollten in der Richtlinie 2011/83/EU besondere Transparenzanforderungen für Online-Marktplätze vorgesehen werden, um Verbraucher, die Online-Marktplätze nutzen, darüber zu informieren, welches die Hauptparameter **und deren relative Bedeutung gegenüber anderen**

einem Unternehmer oder einem Nichtunternehmer (beispielsweise einem anderen Verbraucher) abschließen, ob Verbraucherschutzvorschriften Anwendung finden und welcher Unternehmer für die Vertragserfüllung verantwortlich ist und die Verbraucherrechte zu gewährleisten hat, sofern diese Anwendung finden. Diese Informationen sollten in klarer und verständlicher Weise und nicht nur durch einen Verweis in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder einem ähnlichen Vertragsdokument erteilt werden. Die Informationspflichten für Online-Marktplätze sollten verhältnismäßig sein und ein ausgewogenes Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Online-Marktplätze gewährleisten. Online-Marktplätze sollten nicht dazu verpflichtet werden, bestimmte Verbraucherrechte aufzulisten, wenn sie die Verbraucher darüber informieren, ob die Rechte Anwendung finden oder nicht. Welche Informationen über die Verantwortung für die Gewährleistung der Verbraucherrechte zu erteilen sind, hängt von den vertraglichen Vereinbarungen zwischen dem Online-Marktplatz und den betreffenden Drittunternehmern ab. Der Online-Marktplatz kann darauf verweisen, dass ausschließlich der Drittunternehmer für die Gewährleistung der Verbraucherrechte verantwortlich ist, oder seine besonderen Zuständigkeiten erläutern, wenn er die Verantwortung für bestimmte Vertragsaspekte übernimmt, zum Beispiel die Lieferung oder die Ausübung des Widerrufsrechts. Die Verpflichtung zur Erteilung von Informationen über die Hauptparameter für die Bestimmung des Rankings der Suchergebnisse gilt unbeschadet etwaiger Geschäftsgeheimnisse in Bezug auf die zugrunde liegenden Algorithmen. Diese Informationen sollten Aufschluss über die von dem Marktplatz verwendeten

*Parametern* für das Ranking der Angebote sind, ob sie einen Vertrag mit einem Unternehmer oder einem Nichtunternehmer (beispielsweise einem anderen Verbraucher) abschließen, ob Verbraucherschutzvorschriften Anwendung finden und welcher Unternehmer für die Vertragserfüllung verantwortlich ist und die Verbraucherrechte zu gewährleisten hat, sofern diese Anwendung finden. Diese Informationen sollten in klarer und verständlicher Weise und nicht nur durch einen Verweis in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder einem ähnlichen Vertragsdokument erteilt werden. Die Informationspflichten für Online-Marktplätze sollten verhältnismäßig sein und ein ausgewogenes Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Online-Marktplätze gewährleisten. Online-Marktplätze sollten nicht dazu verpflichtet werden, bestimmte Verbraucherrechte aufzulisten, wenn sie die Verbraucher darüber informieren, ob die Rechte Anwendung finden oder nicht. Welche Informationen über die Verantwortung für die Gewährleistung der Verbraucherrechte zu erteilen sind, hängt von den vertraglichen Vereinbarungen zwischen dem Online-Marktplatz und den betreffenden Drittunternehmern ab. Der Online-Marktplatz kann darauf verweisen, dass ausschließlich der Drittunternehmer für die Gewährleistung der Verbraucherrechte verantwortlich ist, oder seine besonderen Zuständigkeiten erläutern, wenn er die Verantwortung für bestimmte Vertragsaspekte übernimmt, zum Beispiel die Lieferung oder die Ausübung des Widerrufsrechts. Die Verpflichtung zur Erteilung von Informationen über die Hauptparameter **und deren relativer Bedeutung gegenüber anderen Parametern** für die Bestimmung des Rankings der Suchergebnisse gilt unbeschadet etwaiger

wichtigsten Standardparameter geben, müssen jedoch nicht auf jede einzelne Suchanfrage zugeschnitten sein.

Geschäftsgeheimnisse in Bezug auf die zugrunde liegenden Algorithmen. Diese Informationen sollten Aufschluss über die von dem Marktplatz verwendeten wichtigsten Standardparameter geben, müssen jedoch nicht auf jede einzelne Suchanfrage zugeschnitten sein.

Or. de

## **Änderungsantrag 105** **Marco Zullo**

### **Vorschlag für eine Richtlinie** **Erwägung 19**

#### *Vorschlag der Kommission*

(19) Daher sollten in der Richtlinie 2011/83/EU besondere Transparenzanforderungen für Online-Marktplätze vorgesehen werden, um Verbraucher, die Online-Marktplätze nutzen, darüber zu informieren, welches die Hauptparameter für das Ranking der Angebote sind, ob sie einen Vertrag mit einem Unternehmer oder einem Nichtunternehmer (beispielsweise einem anderen Verbraucher) abschließen, ob Verbraucherschutzvorschriften Anwendung finden und welcher Unternehmer für die Vertragserfüllung verantwortlich ist und die Verbraucherrechte zu gewährleisten hat, sofern diese Anwendung finden. Diese Informationen sollten in klarer und verständlicher Weise und nicht nur durch einen Verweis in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder einem ähnlichen Vertragsdokument erteilt werden. Die Informationspflichten für Online-Marktplätze sollten verhältnismäßig sein und ein ausgewogenes Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Online-Marktplätze gewährleisten. Online-

#### *Geänderter Text*

(19) Daher sollten in der Richtlinie 2011/83/EU besondere Transparenzanforderungen für Online-Marktplätze vorgesehen werden, um Verbraucher, die Online-Marktplätze nutzen, darüber zu informieren, welches die Hauptparameter für das Ranking der Angebote sind, ob sie einen Vertrag mit einem Unternehmer oder einem Nichtunternehmer (beispielsweise einem anderen Verbraucher) abschließen, ob Verbraucherschutzvorschriften Anwendung finden und welcher Unternehmer für die Vertragserfüllung verantwortlich ist und die Verbraucherrechte zu gewährleisten hat, sofern diese Anwendung finden. Diese Informationen sollten in klarer und verständlicher Weise und nicht nur durch einen Verweis in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder einem ähnlichen Vertragsdokument erteilt werden. Die Informationspflichten für Online-Marktplätze sollten verhältnismäßig sein und ein ausgewogenes Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Online-Marktplätze gewährleisten. Online-

Marktplätze sollten nicht dazu verpflichtet werden, bestimmte Verbraucherrechte aufzulisten, wenn sie die Verbraucher darüber informieren, ob die Rechte Anwendung finden oder nicht. Welche Informationen über die Verantwortung für die Gewährleistung der Verbraucherrechte zu erteilen sind, hängt von den vertraglichen Vereinbarungen zwischen dem Online-Marktplatz und den betreffenden Drittunternehmern ab. Der Online-Marktplatz kann darauf verweisen, dass ausschließlich der Drittunternehmer für die Gewährleistung der Verbraucherrechte verantwortlich ist, oder seine besonderen Zuständigkeiten erläutern, wenn er die Verantwortung für bestimmte Vertragsaspekte übernimmt, zum Beispiel die Lieferung oder die Ausübung des Widerrufsrechts. Die Verpflichtung zur Erteilung von Informationen über die Hauptparameter für die Bestimmung des Rankings der Suchergebnisse gilt unbeschadet etwaiger Geschäftsgeheimnisse in Bezug auf die zugrunde liegenden Algorithmen. Diese Informationen sollten Aufschluss über die von dem Marktplatz verwendeten wichtigsten Standardparameter geben, müssen jedoch nicht auf jede einzelne Suchanfrage zugeschnitten sein.

Marktplätze sollten nicht dazu verpflichtet werden, bestimmte Verbraucherrechte aufzulisten, wenn sie die Verbraucher darüber informieren, ob die Rechte Anwendung finden oder nicht. Welche Informationen über die Verantwortung für die Gewährleistung der Verbraucherrechte zu erteilen sind, hängt von den vertraglichen Vereinbarungen zwischen dem Online-Marktplatz und den betreffenden Drittunternehmern ab. Der Online-Marktplatz kann darauf verweisen, dass ausschließlich der Drittunternehmer für die Gewährleistung der Verbraucherrechte verantwortlich ist, oder seine besonderen Zuständigkeiten erläutern, wenn er die Verantwortung für bestimmte Vertragsaspekte übernimmt, zum Beispiel die Lieferung oder die Ausübung des Widerrufsrechts. Die Verpflichtung zur Erteilung von Informationen über die Hauptparameter **und die jeweils angewandte Gewichtung** für die Bestimmung des Rankings der Suchergebnisse gilt unbeschadet etwaiger Geschäftsgeheimnisse in Bezug auf die zugrunde liegenden Algorithmen. Diese Informationen sollten Aufschluss über die von dem Marktplatz verwendeten wichtigsten Standardparameter geben, müssen jedoch nicht auf jede einzelne Suchanfrage zugeschnitten sein.

Or. it

## Änderungsantrag 106

Evelyne Gebhardt, Nicola Danti, Virginie Rozière

### Vorschlag für eine Richtlinie Erwägung 19

#### *Vorschlag der Kommission*

(19) Daher sollten in der Richtlinie 2011/83/EU besondere Transparenzanforderungen für Online-Marktplätze vorgesehen werden, um

#### *Geänderter Text*

(19) Daher sollten in der Richtlinie 2011/83/EU besondere Transparenzanforderungen für Online-Marktplätze vorgesehen werden, um



Verbraucher, die Online-Marktplätze nutzen, darüber zu informieren, welches die Hauptparameter für das Ranking der Angebote sind, ob sie einen Vertrag mit einem Unternehmer oder einem Nichtunternehmer (beispielsweise einem anderen Verbraucher) abschließen, ob Verbraucherschutzvorschriften Anwendung finden und welcher Unternehmer für die Vertragserfüllung verantwortlich ist und die Verbraucherrechte zu gewährleisten hat, sofern diese Anwendung finden. Diese Informationen sollten in klarer und verständlicher Weise und nicht nur durch einen Verweis in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder einem ähnlichen Vertragsdokument erteilt werden. Die Informationspflichten für Online-Marktplätze sollten verhältnismäßig sein und ein ausgewogenes Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Online-Marktplätze gewährleisten. Online-Marktplätze sollten nicht dazu verpflichtet werden, bestimmte Verbraucherrechte aufzulisten, wenn sie die Verbraucher darüber informieren, ob die Rechte Anwendung finden oder nicht. Welche Informationen über die Verantwortung für die Gewährleistung der Verbraucherrechte zu erteilen sind, hängt von den vertraglichen Vereinbarungen zwischen dem Online-Marktplatz und den betreffenden Drittunternehmern ab. Der Online-Marktplatz kann darauf verweisen, dass ausschließlich der Drittunternehmer für die Gewährleistung der Verbraucherrechte verantwortlich ist, oder seine besonderen Zuständigkeiten erläutern, wenn er die Verantwortung für bestimmte Vertragsaspekte übernimmt, zum Beispiel die Lieferung oder die Ausübung des Widerrufsrechts. Die Verpflichtung zur Erteilung von Informationen über die Hauptparameter für die Bestimmung des Rankings der Suchergebnisse gilt unbeschadet etwaiger

Verbraucher, die Online-Marktplätze nutzen, darüber zu informieren, welches die Hauptparameter für das Ranking der Angebote sind, ob sie einen Vertrag mit einem Unternehmer oder einem Nichtunternehmer (beispielsweise einem anderen Verbraucher) abschließen, ob Verbraucherschutzvorschriften Anwendung finden und welcher Unternehmer für die Vertragserfüllung verantwortlich ist und die Verbraucherrechte zu gewährleisten hat, sofern diese Anwendung finden. Diese Informationen sollten in klarer und verständlicher Weise und nicht nur durch einen Verweis in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder einem ähnlichen Vertragsdokument erteilt werden. Die Informationspflichten für Online-Marktplätze sollten verhältnismäßig sein und ein ausgewogenes Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Online-Marktplätze gewährleisten. Online-Marktplätze sollten nicht dazu verpflichtet werden, bestimmte Verbraucherrechte aufzulisten, wenn sie die Verbraucher darüber informieren, ob die Rechte Anwendung finden oder nicht. Welche Informationen über die Verantwortung für die Gewährleistung der Verbraucherrechte zu erteilen sind, hängt von den vertraglichen Vereinbarungen zwischen dem Online-Marktplatz und den betreffenden Drittunternehmern ab. Der Online-Marktplatz kann darauf verweisen, dass ausschließlich der Drittunternehmer für die Gewährleistung der Verbraucherrechte verantwortlich ist, oder seine besonderen Zuständigkeiten erläutern, wenn er die Verantwortung für bestimmte Vertragsaspekte übernimmt, zum Beispiel die Lieferung oder die Ausübung des Widerrufsrechts. Die Verpflichtung zur Erteilung von Informationen über die Hauptparameter für die Bestimmung des Rankings der Suchergebnisse ***und ihr relatives Gewicht***

Geschäftsgeheimnisse in Bezug auf die zugrunde liegenden Algorithmen. Diese Informationen sollten Aufschluss über die von dem Marktplatz verwendeten wichtigsten Standardparameter geben, müssen jedoch nicht auf jede einzelne Suchanfrage zugeschnitten sein.

gilt unbeschadet etwaiger Geschäftsgeheimnisse in Bezug auf die zugrunde liegenden Algorithmen. Diese Informationen sollten Aufschluss über die von dem Marktplatz verwendeten wichtigsten Standardparameter geben, müssen jedoch nicht auf jede einzelne Suchanfrage zugeschnitten sein.

Or. en

## **Änderungsantrag 107** **Maria Grapini**

### **Vorschlag für eine Richtlinie** **Erwägung 19**

#### *Vorschlag der Kommission*

(19) Daher sollten in der Richtlinie 2011/83/EU besondere Transparenzanforderungen für Online-Marktplätze vorgesehen werden, um Verbraucher, die Online-Marktplätze nutzen, darüber zu informieren, welches die Hauptparameter für das Ranking der Angebote sind, ob sie einen Vertrag mit einem Unternehmer oder einem Nichtunternehmer (beispielsweise einem anderen Verbraucher) abschließen, ob Verbraucherschutzvorschriften Anwendung finden und welcher Unternehmer für die Vertragserfüllung verantwortlich ist und die Verbraucherrechte zu gewährleisten hat, sofern diese Anwendung finden. Diese Informationen sollten in klarer und verständlicher Weise und nicht nur durch einen Verweis in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder einem ähnlichen Vertragsdokument erteilt werden. Die Informationspflichten für Online-Marktplätze sollten verhältnismäßig sein und ein ausgewogenes Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Online-

#### *Geänderter Text*

(19) Daher sollten in der Richtlinie 2011/83/EU besondere Transparenzanforderungen für Online-Marktplätze vorgesehen werden, um Verbraucher, die Online-Marktplätze nutzen, darüber zu informieren, welches die Hauptparameter für das Ranking der Angebote sind, ob sie einen Vertrag mit einem Unternehmer oder einem Nichtunternehmer (beispielsweise einem anderen Verbraucher) abschließen, ob Verbraucherschutzvorschriften Anwendung finden und welcher Unternehmer für die Vertragserfüllung verantwortlich ist und die Verbraucherrechte zu gewährleisten hat, sofern diese Anwendung finden. Diese Informationen sollten in klarer und verständlicher Weise und nicht nur durch einen Verweis in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder einem ähnlichen Vertragsdokument erteilt werden. Die Informationspflichten für Online-Marktplätze sollten verhältnismäßig sein und ein ausgewogenes Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Online-

Marktplätze gewährleisten. Online-Marktplätze sollten **nicht** dazu verpflichtet werden, bestimmte Verbraucherrechte aufzulisten, wenn sie die Verbraucher darüber informieren, ob die Rechte Anwendung finden oder nicht. Welche Informationen über die Verantwortung für die Gewährleistung der Verbraucherrechte zu erteilen sind, hängt von den vertraglichen Vereinbarungen zwischen dem Online-Marktplatz und den betreffenden Drittunternehmern ab. Der Online-Marktplatz kann darauf verweisen, dass ausschließlich der Drittunternehmer für die Gewährleistung der Verbraucherrechte verantwortlich ist, oder seine besonderen Zuständigkeiten erläutern, wenn er die Verantwortung für bestimmte Vertragsaspekte übernimmt, zum Beispiel die Lieferung oder die Ausübung des Widerrufsrechts. Die Verpflichtung zur Erteilung von Informationen über die Hauptparameter für die Bestimmung des Rankings der Suchergebnisse gilt unbeschadet etwaiger Geschäftsgeheimnisse in Bezug auf die zugrunde liegenden Algorithmen. Diese Informationen sollten Aufschluss über die von dem Marktplatz verwendeten wichtigsten Standardparameter geben, müssen jedoch nicht auf jede einzelne Suchanfrage zugeschnitten sein.

Marktplätze gewährleisten. Online-Marktplätze sollten dazu verpflichtet werden, bestimmte Verbraucherrechte aufzulisten, wenn sie die Verbraucher darüber informieren, ob die Rechte Anwendung finden oder nicht. Welche Informationen über die Verantwortung für die Gewährleistung der Verbraucherrechte zu erteilen sind, hängt von den vertraglichen Vereinbarungen zwischen dem Online-Marktplatz und den betreffenden Drittunternehmern ab. Der Online-Marktplatz kann darauf verweisen, dass ausschließlich der Drittunternehmer für die Gewährleistung der Verbraucherrechte verantwortlich ist, oder seine besonderen Zuständigkeiten erläutern, wenn er die Verantwortung für bestimmte Vertragsaspekte übernimmt, zum Beispiel die Lieferung oder die Ausübung des Widerrufsrechts. Die Verpflichtung zur Erteilung von Informationen über die Hauptparameter für die Bestimmung des Rankings der Suchergebnisse gilt unbeschadet etwaiger Geschäftsgeheimnisse in Bezug auf die zugrunde liegenden Algorithmen. Diese Informationen sollten Aufschluss über die von dem Marktplatz verwendeten wichtigsten Standardparameter geben, müssen jedoch nicht auf jede einzelne Suchanfrage zugeschnitten sein.

Or. ro

## **Änderungsantrag 108** **Marlene Mizzi**

### **Vorschlag für eine Richtlinie** **Erwägung 19 a (neu)**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

***(19a) Die Transparenzanforderungen für Online-Marktplätze müssen ausreichend robust sein, um die Verbraucher auch dann zu schützen,***

*wenn zusätzliche wesentliche Informationen erst nach dem Verkauf verfügbar werden und sie bereits durch einen Fernabsatz- oder außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrag oder ein entsprechendes Vertragsangebot gebunden sind. Die Verbraucher sollten selbstverständlich davor geschützt werden, illegale Waren zu kaufen oder zu verwenden, die eine Gefahr für ihre Gesundheit oder Sicherheit darstellen. Außerdem sollte es ihnen möglich sein, auf alle verfügbaren Rechtsbehelfe zurückzugreifen, auch mittels der alternativen Streitbeilegungsmechanismen, welche in der Richtlinie 2013/11/EU des Europäischen Parlaments und des Rates<sup>1a</sup> vorgesehen sind. Daher sollten sie informiert werden, wenn sie ein illegales Produkt erworben haben oder wenn das Angebot irreführend war. Online-Marktplätzen ist nicht immer bekannt, ob ein Angebot oder Produkt illegal ist. Sollten sie jedoch nach dem Verkauf Kenntnis von solchen Informationen erlangen, sollten sie sie nicht nur den Verkäufern, sondern auch den Käufern mitteilen. Diese Anforderung steht im Einklang mit der Richtlinie 2000/31/EG, da sie nur gelten würde, nachdem ein Online-Marktplatz eine Meldung erhalten und auf Richtigkeit geprüft hat und dann die Entfernung des illegalen Angebots oder Produkts veranlasst hat. Daher lässt dies das von der Richtlinie 2000/31/EG vorgesehene Haftungssystem unberührt, da der Online-Marktplatz auf eine illegale Aktivität oder auf seiner Online-Benutzeroberfläche gespeicherte Information hingewiesen wurde. Gleichmaßen würde hierdurch keine allgemeine Überwachungspflicht auferlegt, sondern nur die Pflicht, nach Empfang und Verarbeitung einer gültigen Meldung tätig zu werden.*

---

<sup>1a</sup> Richtlinie 2013/11/EU des

*Europäischen Parlaments und des Rates vom 21. Mai 2013 über die alternative Beilegung verbraucherrechtlicher Streitigkeiten und zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 und der Richtlinie 2009/22/EG (Richtlinie über alternative Streitbeilegung in Verbraucherangelegenheiten) (ABl. L 165 vom 18.6.2013, S. 63).*

Or. en

**Änderungsantrag 109**  
**Pascal Arimont, Carlos Coelho, Philippe Juvin**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 19 a (neu)**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

*(19a) Die Transparenzanforderungen für Online-Marktplätze müssen robust sein, um die Verbraucher auch dann zu schützen, wenn zusätzliche wesentliche Informationen erst nach dem Verkauf verfügbar werden und sie bereits durch einen Fernabsatz- oder außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrag oder ein entsprechendes Vertragsangebot gebunden sind. Die Verbraucher sollten davor geschützt werden, illegale Inhalte zu kaufen oder zu verwenden, die eine Gefahr für ihre Gesundheit und Sicherheit darstellen. Außerdem sollte es ihnen möglich sein, auf alle verfügbaren Rechtsbehelfe zurückzugreifen, auch mittels der alternativen Streitbeilegungsmechanismen, welche in der Richtlinie 2013/11/EU des Europäischen Parlaments und des Rates<sup>1a</sup> vorgesehen sind. Daher sollten sie informiert werden, wenn sie ein illegales Produkt oder eine illegale Dienstleistung erworben haben oder wenn das Angebot irreführend war. Online-Marktplätzen ist nicht immer bekannt, ob ein Angebot oder Produkt illegal ist. Sollten sie jedoch nach*

*dem Verkauf Kenntnis von solchen Informationen erlangen, sollten sie sie nicht nur den Unternehmern, sondern auch den Verbrauchern mitteilen. Diese Anforderung steht im Einklang mit der Richtlinie 2000/31/EG, da sie nur gelten würde, nachdem ein Online-Marktplatz eine Meldung erhalten und auf Richtigkeit geprüft hat und dann die Entfernung des illegalen Angebots, Produkts oder der Dienstleistung veranlasst hat.*

---

*<sup>1a</sup> Richtlinie 2013/11/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 21. Mai 2013 über die alternative Beilegung verbraucherrechtlicher Streitigkeiten und zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 und der Richtlinie 2009/22/EG (Richtlinie über alternative Streitbeilegung in Verbraucherangelegenheiten) (ABl. L 165 vom 18.6.2013, S. 63).*

Or. en

**Änderungsantrag 110**  
**Jasenko Selimovic**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 19 a (neu)**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

*(19a) Die Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates <sup>1a</sup> sieht vor, dass Online-Plattformbetreiber nicht für die auf ihren Plattformen gespeicherten Inhalte haften. Doch ist die Frage nach der Glaubwürdigkeit von Online-Bewertungen wegen ihrer möglichen Auswirkungen auf das Kaufverhalten der Verbraucher selbstverständlich sowohl für die Verbraucher, als auch für die im Internet tätigen Unternehmer von großer*

*Bedeutung. Obgleich die Pflicht zur systematischen Überprüfung von Online-Bewertungen eine übermäßige Belastung für Online-Marktplätze bedeuten und die Vielzahl von Informationsquellen für Verbraucher gefährden würde, ist es von entscheidender Bedeutung, dass das Vertrauen der Verbraucher in Online-Bewertungen und ganz allgemein in den elektronischen Geschäftsverkehr aufrechterhalten bleibt. Daher ist es erforderlich, dass Online-Marktplätze die Verbraucher darüber unterrichten, ob sie ein Verfahren zur Überprüfung von Online-Bewertungen eingerichtet haben und, falls dem so ist, wie dieses Verfahren gestaltet ist.*

---

*<sup>1a</sup> Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt („Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr“) (ABl. L 178 vom 17.7.2000, S. 1).*

Or. en

**Änderungsantrag 111**  
**Julia Reda**  
**Evelyne Gebhardt**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 19 a (neu)**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(19a) Die Fähigkeit von Online-Marktplätzen, auf Verbraucherdaten, auch personenbezogene Daten, zuzugreifen und sie zu verwenden, kann durch die Entwicklung bestimmter Praktiken, die auf der Personalisierung basieren, wie gezielte Werbung,**

*personalisiertes Ranking von Online-Angeboten oder personalisierte Preisgestaltung, eine bedeutende Wertschöpfung im Handel über Online-Plattformen ermöglichen. Daher ist es wichtig, dass die Online-Marktplätze den Verbrauchern eine klare Beschreibung des Umfangs, der Art und der Bedingungen ihres Zugriffs auf bestimmte Kategorien von Daten und ihrer Verwendung dieser Daten zur Verfügung stellen.*

Or. en

### **Änderungsantrag 112**

**Lucy Anderson, Liisa Jaakonsaari, Catherine Stihler, Biljana Borzan, Evelyne Gebhardt**

### **Vorschlag für eine Richtlinie Erwägung 19 a (neu)**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

*(19a) Es sollte beachtet werden, dass sich die Verbraucher zunehmend auf Online-Plattformen verlassen, um fundierte Entscheidungen über Waren und Dienstleistungen zu treffen, die sie kaufen möchten. Da sich die Verbraucher in einer schwächeren Position befinden als die Unternehmer, insbesondere im Falle von Onlinekäufen, sollte diesem Vertrauen Rechnung getragen werden, indem den Betreibern von Online-Marktplätzen die gesetzliche Haftung auferlegt wird, wenn sie von Unternehmern bereitgestellte irreführende Informationen nicht entfernen, nachdem ihnen eine Meldung von einem Anbieter zugegangen ist.*

Or. en



## Änderungsantrag 113

Lucy Anderson, Liisa Jaakonsaari, Catherine Stihler, Biljana Borzan

### Vorschlag für eine Richtlinie

#### Erwägung 19 b (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

***(19b) Es sollte beachtet werden, dass Vergleichs-Websites die Produkte nicht notwendigerweise objektiv nach Preis und Qualität einstufen und anzeigen und dass die Verbraucher möglicherweise nicht wissen, dass die Möglichkeit besteht, dass Betreiber von Online-Plattformen dafür bezahlt werden, bestimmte Produkte oder Dienstleistungen in unzulässiger Weise hervorzuheben. Daher sollten die nationalen Aufsichtsbehörden die Branchen überwachen, in denen die Verbraucher dazu neigen, Vergleichs-Websites zu nutzen, sowie Untersuchungen durchführen, um zu ermitteln, ob die Verbraucher richtig verstanden haben, wie die Rankings auf Marktplätzen zustande kommen. Im Falle von Diskrepanzen sollten branchenspezifische Maßnahmen ergriffen werden.***

Or. en

## Änderungsantrag 114

Lucy Anderson, Liisa Jaakonsaari, Catherine Stihler, Biljana Borzan, Evelyne Gebhardt

### Vorschlag für eine Richtlinie

#### Erwägung 20

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

***(20) Im Einklang mit Artikel 15 Absatz 1 der Richtlinie 2000/31/EG<sup>45</sup> sollten Online-Marktplätze nicht dazu verpflichtet werden, den Rechtsstatus von Drittanbietern zu überprüfen. Stattdessen sollte ein Online-Marktplatz verlangen,***

***(20) Online-Marktplätze sollten verpflichtet werden, angemessene Maßnahmen zu treffen, um sicherzustellen, dass mit den von ihnen angebotenen Diensten kein Missbrauch getrieben wird, durch den die***

***dass Dritte, die Produkte auf dem Online-Marktplatz anbieten, ihren Status als Unternehmer oder Nichtunternehmer für die Zwecke des Verbraucherrechts angeben und diese Information dem Online-Marktplatz zur Verfügung stellen.***

***Verbraucher anfällig werden. Es sollte ein angemessenes Schutzniveau gewährleistet sein, das der Art der verkauften Waren und Dienstleistungen sowie jedem nachweislich aus dem Verkauf resultierenden Schaden entspricht. Insbesondere sollten die Online-Marktplätze Aktivitäten überwachen, bei denen der Verdacht besteht, dass ein Unternehmer vorgibt, kein Unternehmer zu sein, um die Entscheidungen der Verbraucher und ihre Erwartungen an die Qualität der Produkte oder Dienstleistungen, die sie erwerben, zu beeinflussen.***

---

***45 Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt („Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr“) (ABl. L 178 vom 17.7.2000, S. 1).***

Or. en

**Änderungsantrag 115**  
**Evelyne Gebhardt**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 20**

*Vorschlag der Kommission*

(20) Im Einklang mit Artikel 15 Absatz 1 der Richtlinie 2000/31/EG<sup>45</sup> sollten Online-Marktplätze nicht dazu verpflichtet werden, den Rechtsstatus von Drittanbietern zu überprüfen. Stattdessen sollte ein Online-Marktplatz verlangen, dass Dritte, die Produkte auf dem Online-Marktplatz anbieten, ihren Status als Unternehmer oder Nichtunternehmer für die Zwecke des Verbraucherrechts angeben

*Geänderter Text*

(20) Im Einklang mit Artikel 15 Absatz 1 der Richtlinie 2000/31/EG<sup>45</sup> sollten Online-Marktplätze nicht dazu verpflichtet werden, den Rechtsstatus von Drittanbietern zu überprüfen. Stattdessen sollte ein Online-Marktplatz verlangen, dass Dritte, die Produkte auf dem Online-Marktplatz anbieten, ihren Status als Unternehmer oder Nichtunternehmer für die Zwecke des Verbraucherrechts angeben

und diese Information dem Online-Marktplatz zur Verfügung stellen.

und diese Information dem Online-Marktplatz zur Verfügung stellen.  
***Instrumente zur Selbstbewertung oder Selbstbeurteilung, welche die Betreiber von Online-Marktplätzen den Unternehmen zur Verfügung stellen, die ihre Dienste in Anspruch nehmen, würden einen besseren Schutz der Verbraucher vor falschen Selbsterklärungen über den Status als Unternehmer oder Nichtunternehmer ermöglichen. Die Online-Marktplätze sollten für die Vollständigkeit ihrer Instrumente zur Selbstbeurteilung haften. Die Online-Marktplätze sollte außerdem für die Richtigkeit der Selbstbeurteilung haften, wenn aufgrund von Beweisen ersichtlich wird, dass die entsprechende Selbstbeurteilung falsch ist.***

---

<sup>45</sup> Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt („Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr“) (ABl. L 178 vom 17.7.2000, S. 1).

---

<sup>45</sup> Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt („Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr“) (ABl. L 178 vom 17.7.2000, S. 1).

Or. en

### *Begründung*

*Online-Marktplätze haben gemeinsam, dass sie allen Verkäufern/Anbietern eine Möglichkeit bieten, an einem globalen Marktplatz teilzunehmen, der gut beworben ist und in den folglich Vertrauen gesetzt wird.*

## **Änderungsantrag 116 Martin Schirdewan**

### **Vorschlag für eine Richtlinie Erwägung 20**

*Vorschlag der Kommission*

(20) ***Im Einklang mit Artikel 15 Absatz 1 der Richtlinie 2000/31/EG<sup>45</sup> sollten Online-Marktplätze nicht dazu verpflichtet werden, den Rechtsstatus von Drittanbietern zu überprüfen. Stattdessen sollte ein Online-Marktplatz verlangen, dass Dritte, die Produkte auf dem Online-Marktplatz anbieten, ihren Status als Unternehmer oder Nichtunternehmer für die Zwecke des Verbraucherrechts angeben und diese Information dem Online-Marktplatz zur Verfügung stellen.***

---

<sup>45</sup> ***Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt („Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr“)*** (ABl. L 178 vom 17.7.2000, S. 1).

*Geänderter Text*

(20) Ein Online-Marktplatz ***sollte*** verlangen, dass Dritte, die Produkte auf dem Online-Marktplatz anbieten, ihren Status als Unternehmer oder Nichtunternehmer für die Zwecke des Verbraucherrechts angeben und diese Information dem Online-Marktplatz zur Verfügung stellen. ***Online -Marktplätze haften für die Vollständigkeit und Ausführlichkeit der Informationen, die den Status des Unternehmers betreffen.***

Or. de

**Änderungsantrag 117**  
**Julia Reda**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 20 a (neu)**

*Vorschlag der Kommission*

(20a) ***Neben den Online-Marktplätzen spielen auch Preisvergleichs-Websites oder -Anwendungen eine wichtige Rolle bei der Vermittlung zwischen Verbrauchern und Unternehmen. Solche Preisvergleichsdienste gleichen Marktplätzen darin, dass sie ein Ranking verschiedener Angebote erstellen und potenziell Verbraucherbewertungen bereitstellen können, doch im Gegensatz***

*Geänderter Text*

(20a) ***Neben den Online-Marktplätzen spielen auch Preisvergleichs-Websites oder -Anwendungen eine wichtige Rolle bei der Vermittlung zwischen Verbrauchern und Unternehmen. Solche Preisvergleichsdienste gleichen Marktplätzen darin, dass sie ein Ranking verschiedener Angebote erstellen und potenziell Verbraucherbewertungen bereitstellen können, doch im Gegensatz***

*zu Marktplätzen haben sie normalerweise keine vertragliche Beziehung zum Unternehmer. Was die Transparenzanforderungen angeht, die nicht die Unternehmer betreffen, ist es angebracht, sie denselben Transparenzanforderungen zu unterwerfen, denen auch die Marktplätze unterliegen. Preisvergleichsdienste sollten daher im Hinblick auf das Ranking, die Verarbeitung personenbezogener Daten und die Verbraucherbewertungen den in der Richtlinie 2011/83/EU festgelegten Transparenzanforderungen unterworfen werden.*

Or. en

**Änderungsantrag 118**  
**Maria Grapini**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 21**

*Vorschlag der Kommission*

(21) Die Bereitstellung digitaler Inhalte und die Erbringung digitaler Dienstleistungen erfolgen häufig online im Rahmen von Verträgen, bei denen der Verbraucher keinen Preis zahlt, sondern dem Unternehmer personenbezogene Daten zur Verfügung stellt. Ein Merkmal digitaler Dienstleistungen ist eine kontinuierliche Beteiligung des Unternehmers während der Vertragslaufzeit, die dem Verbraucher ermöglicht, die Dienstleistung, zum Beispiel die Erstellung, Verarbeitung, Speicherung oder den Austausch von Daten in digitaler Form oder den Zugang zu diesen Daten, in Anspruch zu nehmen. Digitale Dienstleistungen sind beispielsweise Abonnement-Verträge für Content-Plattformen, Cloud-Speicher, Webmail, soziale Medien und Cloud-Anwendungen. Die kontinuierliche

*Geänderter Text*

(21) Die Bereitstellung digitaler Inhalte und die Erbringung digitaler Dienstleistungen erfolgen häufig online im Rahmen von Verträgen, bei denen der Verbraucher keinen Preis zahlt, sondern dem Unternehmer personenbezogene Daten zur Verfügung stellt. Ein Merkmal digitaler Dienstleistungen ist eine kontinuierliche Beteiligung des Unternehmers während der Vertragslaufzeit, die dem Verbraucher ermöglicht, die Dienstleistung, zum Beispiel die Erstellung, Verarbeitung, Speicherung oder den Austausch von Daten in digitaler Form oder den Zugang zu diesen Daten, in Anspruch zu nehmen. Digitale Dienstleistungen sind beispielsweise Abonnement-Verträge für Content-Plattformen, Cloud-Speicher, Webmail, soziale Medien und Cloud-Anwendungen. Die kontinuierliche

Beteiligung des Diensteanbieters rechtfertigt die Anwendung der in der Richtlinie 2011/83/EU enthaltenen Bestimmungen über das Widerrufsrecht, die dem Verbraucher ermöglichen, die Dienstleistung zu prüfen und innerhalb von **14** Tagen nach Vertragsabschluss zu entscheiden, ob er sie weiter in Anspruch nehmen will oder nicht. Dagegen sind Verträge über die Bereitstellung digitaler Inhalte, die nicht auf einem körperlichen Datenträger bereitgestellt werden, durch eine einmalige Maßnahme des Unternehmers gekennzeichnet, mit der dieser dem Verbraucher bestimmte digitale Inhalte wie bestimmte Musik- oder Videodateien bereitstellt. Diese Einmaligkeit der Bereitstellung digitaler Inhalte liegt der Ausnahme vom Widerrufsrecht gemäß Artikel 16 Buchstabe m der Richtlinie 2011/83/EU zugrunde, wonach der Verbraucher das Widerrufsrecht verliert, wenn die Vertragserfüllung, zum Beispiel das Herunterladen oder Streamen der betreffenden Inhalte, begonnen hat.

Beteiligung des Diensteanbieters rechtfertigt die Anwendung der in der Richtlinie 2011/83/EU enthaltenen Bestimmungen über das Widerrufsrecht, die dem Verbraucher ermöglichen, die Dienstleistung zu prüfen und innerhalb von **15** Tagen nach Vertragsabschluss zu entscheiden, ob er sie weiter in Anspruch nehmen will oder nicht. Dagegen sind Verträge über die Bereitstellung digitaler Inhalte, die nicht auf einem körperlichen Datenträger bereitgestellt werden, durch eine einmalige Maßnahme des Unternehmers gekennzeichnet, mit der dieser dem Verbraucher bestimmte digitale Inhalte wie bestimmte Musik- oder Videodateien bereitstellt. Diese Einmaligkeit der Bereitstellung digitaler Inhalte liegt der Ausnahme vom Widerrufsrecht gemäß Artikel 16 Buchstabe m der Richtlinie 2011/83/EU zugrunde, wonach der Verbraucher das Widerrufsrecht verliert, wenn die Vertragserfüllung, zum Beispiel das Herunterladen oder Streamen der betreffenden Inhalte, begonnen hat.

Or. ro

## **Änderungsantrag 119**

**Marco Zullo**

### **Vorschlag für eine Richtlinie**

#### **Erwägung 21**

##### *Vorschlag der Kommission*

(21) Die Bereitstellung digitaler Inhalte und die Erbringung digitaler Dienstleistungen erfolgen häufig online im Rahmen von Verträgen, bei denen der Verbraucher keinen Preis zahlt, sondern dem Unternehmer *personenbezogene* Daten zur Verfügung stellt. Ein Merkmal digitaler Dienstleistungen ist eine kontinuierliche Beteiligung des Unternehmers während der

##### *Geänderter Text*

(21) Die Bereitstellung digitaler Inhalte und die Erbringung digitaler Dienstleistungen erfolgen häufig online im Rahmen von Verträgen, bei denen der Verbraucher keinen Preis zahlt, sondern dem Unternehmer Daten zur Verfügung stellt. Ein Merkmal digitaler Dienstleistungen ist eine kontinuierliche Beteiligung des Unternehmers während der Vertragslaufzeit, die dem Verbraucher

Vertragslaufzeit, die dem Verbraucher ermöglicht, die Dienstleistung, zum Beispiel die Erstellung, Verarbeitung, Speicherung oder den Austausch von Daten in digitaler Form oder den Zugang zu diesen Daten, in Anspruch zu nehmen. Digitale Dienstleistungen sind beispielsweise Abonnement-Verträge für Content-Plattformen, Cloud-Speicher, Webmail, soziale Medien und Cloud-Anwendungen. Die kontinuierliche Beteiligung des Diensteanbieters rechtfertigt die Anwendung der in der Richtlinie 2011/83/EU enthaltenen Bestimmungen über das Widerrufsrecht, die dem Verbraucher ermöglichen, die Dienstleistung zu prüfen und innerhalb von 14 Tagen nach Vertragsabschluss zu entscheiden, ob er sie weiter in Anspruch nehmen will oder nicht. Dagegen sind Verträge über die Bereitstellung digitaler Inhalte, die nicht auf einem körperlichen Datenträger bereitgestellt werden, durch eine einmalige Maßnahme des Unternehmers gekennzeichnet, mit der dieser dem Verbraucher bestimmte digitale Inhalte wie bestimmte Musik- oder Videodateien bereitstellt. Diese Einmaligkeit der Bereitstellung digitaler Inhalte liegt der Ausnahme vom Widerrufsrecht gemäß Artikel 16 Buchstabe m der Richtlinie 2011/83/EU zugrunde, wonach der Verbraucher das Widerrufsrecht verliert, wenn die Vertragserfüllung, zum Beispiel das Herunterladen oder Streamen der betreffenden Inhalte, begonnen hat.

ermöglicht, die Dienstleistung, zum Beispiel die Erstellung, Verarbeitung, Speicherung oder den Austausch von Daten in digitaler Form oder den Zugang zu diesen Daten, in Anspruch zu nehmen. Digitale Dienstleistungen sind beispielsweise Abonnement-Verträge für Content-Plattformen, Cloud-Speicher, Webmail, soziale Medien und Cloud-Anwendungen. Die kontinuierliche Beteiligung des Diensteanbieters rechtfertigt die Anwendung der in der Richtlinie 2011/83/EU enthaltenen Bestimmungen über das Widerrufsrecht, die dem Verbraucher ermöglichen, die Dienstleistung zu prüfen und innerhalb von 14 Tagen nach Vertragsabschluss zu entscheiden, ob er sie weiter in Anspruch nehmen will oder nicht. Dagegen sind Verträge über die Bereitstellung digitaler Inhalte, die nicht auf einem körperlichen Datenträger bereitgestellt werden, durch eine einmalige Maßnahme des Unternehmers gekennzeichnet, mit der dieser dem Verbraucher bestimmte digitale Inhalte wie bestimmte Musik- oder Videodateien bereitstellt. Diese Einmaligkeit der Bereitstellung digitaler Inhalte liegt der Ausnahme vom Widerrufsrecht gemäß Artikel 16 Buchstabe m der Richtlinie 2011/83/EU zugrunde, wonach der Verbraucher das Widerrufsrecht verliert, wenn die Vertragserfüllung, zum Beispiel das Herunterladen oder Streamen der betreffenden Inhalte, begonnen hat.

Or. it

### *Begründung*

*Die Grenze zwischen personenbezogenen und nicht personenbezogenen Daten ist häufig unklar und wird künftig noch unklarer sein. Daher müssen die Verbraucher auch dann geschützt werden, wenn sie nicht personenbezogene Daten bereitstellen, und nicht nur bei personenbezogenen Daten.*

## Änderungsantrag 120 Martin Schirdewan

### Vorschlag für eine Richtlinie Erwägung 21

#### *Vorschlag der Kommission*

(21) Die Bereitstellung digitaler Inhalte und die Erbringung digitaler Dienstleistungen erfolgen häufig online im Rahmen von Verträgen, bei denen der Verbraucher keinen Preis zahlt, sondern dem Unternehmer *personenbezogene* Daten zur Verfügung stellt. Ein Merkmal digitaler Dienstleistungen ist eine kontinuierliche Beteiligung des Unternehmers während der Vertragslaufzeit, die dem Verbraucher ermöglicht, die Dienstleistung, zum Beispiel die Erstellung, Verarbeitung, Speicherung oder den Austausch von Daten in digitaler Form oder den Zugang zu diesen Daten, in Anspruch zu nehmen. Digitale Dienstleistungen sind beispielsweise Abonnement-Verträge für Content-Plattformen, Cloud-Speicher, Webmail, soziale Medien und Cloud-Anwendungen. Die kontinuierliche Beteiligung des Diensteanbieters rechtfertigt die Anwendung der in der Richtlinie 2011/83/EU enthaltenen Bestimmungen über das Widerrufsrecht, die dem Verbraucher ermöglichen, die Dienstleistung zu prüfen und innerhalb von 14 Tagen nach Vertragsabschluss zu entscheiden, ob er sie weiter in Anspruch nehmen will oder nicht. Dagegen sind Verträge über die Bereitstellung digitaler Inhalte, die nicht auf einem körperlichen Datenträger bereitgestellt werden, durch eine einmalige Maßnahme des Unternehmers gekennzeichnet, mit der dieser dem Verbraucher bestimmte digitale Inhalte wie bestimmte Musik- oder Videodateien bereitstellt. Diese Einmaligkeit der Bereitstellung digitaler Inhalte liegt der Ausnahme vom Widerrufsrecht gemäß Artikel 16

#### *Geänderter Text*

(21) Die Bereitstellung digitaler Inhalte und die Erbringung digitaler Dienstleistungen erfolgen häufig online im Rahmen von Verträgen, bei denen der Verbraucher keinen Preis zahlt, sondern dem Unternehmer Daten zur Verfügung stellt. Ein Merkmal digitaler Dienstleistungen ist eine kontinuierliche Beteiligung des Unternehmers während der Vertragslaufzeit, die dem Verbraucher ermöglicht, die Dienstleistung, zum Beispiel die Erstellung, Verarbeitung, Speicherung oder den Austausch von Daten in digitaler Form oder den Zugang zu diesen Daten, in Anspruch zu nehmen. Digitale Dienstleistungen sind beispielsweise Abonnement-Verträge für Content-Plattformen, Cloud-Speicher, Webmail, soziale Medien und Cloud-Anwendungen. Die kontinuierliche Beteiligung des Diensteanbieters rechtfertigt die Anwendung der in der Richtlinie 2011/83/EU enthaltenen Bestimmungen über das Widerrufsrecht, die dem Verbraucher ermöglichen, die Dienstleistung zu prüfen und innerhalb von 14 Tagen nach Vertragsabschluss zu entscheiden, ob er sie weiter in Anspruch nehmen will oder nicht. Dagegen sind Verträge über die Bereitstellung digitaler Inhalte, die nicht auf einem körperlichen Datenträger bereitgestellt werden, durch eine einmalige Maßnahme des Unternehmers gekennzeichnet, mit der dieser dem Verbraucher bestimmte digitale Inhalte wie bestimmte Musik- oder Videodateien bereitstellt. Diese Einmaligkeit der Bereitstellung digitaler Inhalte liegt der Ausnahme vom Widerrufsrecht gemäß Artikel 16 Buchstabe m der Richtlinie 2011/83/EU



Buchstabe m der Richtlinie 2011/83/EU zugrunde, wonach der Verbraucher das Widerrufsrecht verliert, wenn die Vertragserfüllung, zum Beispiel das Herunterladen oder Streamen der betreffenden Inhalte, begonnen hat.

zugrunde, wonach der Verbraucher das Widerrufsrecht verliert, wenn die Vertragserfüllung, zum Beispiel das Herunterladen oder Streamen der betreffenden Inhalte, begonnen hat.

Or. de

## **Änderungsantrag 121** **Martin Schirdewan**

### **Vorschlag für eine Richtlinie** **Erwägung 22**

#### *Vorschlag der Kommission*

(22) Die Richtlinie 2011/83/EU gilt bereits für Verträge über die Bereitstellung digitaler Inhalte, die nicht auf einem körperlichen Datenträger bereitgestellt werden (also die Bereitstellung digitaler Online-Inhalte), unabhängig davon, ob der Verbraucher eine Geldzahlung leistet oder **personenbezogene** Daten zur Verfügung stellt. Dagegen gilt die Richtlinie 2011/83/EU nur für Dienstleistungsverträge, einschließlich Verträgen über digitale Dienstleistungen, nach denen der Verbraucher einen Preis zahlt oder dessen Zahlung zusagt. Folglich gilt die Richtlinie nicht für Verträge über digitale Dienstleistungen, nach denen der Verbraucher dem Unternehmer personenbezogene Daten ohne Zahlung eines Preises zur Verfügung stellt. Aufgrund ihrer Gemeinsamkeiten und der Austauschbarkeit von kostenpflichtigen digitalen Dienstleistungen und digitalen Dienstleistungen, die im Austausch für **personenbezogene** Daten bereitgestellt werden, sollten sie denselben Bestimmungen nach der Richtlinie 2011/83/EU unterliegen.

#### *Geänderter Text*

(22) Die Richtlinie 2011/83/EU gilt bereits für Verträge über die Bereitstellung digitaler Inhalte, die nicht auf einem körperlichen Datenträger bereitgestellt werden (also die Bereitstellung digitaler Online-Inhalte), unabhängig davon, ob der Verbraucher eine Geldzahlung leistet oder Daten zur Verfügung stellt. Dagegen gilt die Richtlinie 2011/83/EU nur für Dienstleistungsverträge, einschließlich Verträgen über digitale Dienstleistungen, nach denen der Verbraucher einen Preis zahlt oder dessen Zahlung zusagt. Folglich gilt die Richtlinie nicht für Verträge über digitale Dienstleistungen, nach denen der Verbraucher dem Unternehmer personenbezogene Daten ohne Zahlung eines Preises zur Verfügung stellt. Aufgrund ihrer Gemeinsamkeiten und der Austauschbarkeit von kostenpflichtigen digitalen Dienstleistungen und digitalen Dienstleistungen, die im Austausch für Daten bereitgestellt werden, sollten sie denselben Bestimmungen nach der Richtlinie 2011/83/EU unterliegen.

Or. de

**Änderungsantrag 122**  
**Julia Reda**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 22**

*Vorschlag der Kommission*

(22) Die Richtlinie 2011/83/EU gilt bereits für Verträge über die Bereitstellung digitaler Inhalte, die nicht auf einem körperlichen Datenträger bereitgestellt werden (also die Bereitstellung digitaler Online-Inhalte), unabhängig davon, ob der Verbraucher **einen** Geldzahlung leistet oder personenbezogene Daten zur Verfügung stellt. Dagegen gilt die Richtlinie 2011/83/EU nur für Dienstleistungsverträge, einschließlich Verträgen über digitale Dienstleistungen, nach denen der Verbraucher einen Preis zahlt oder dessen Zahlung zusagt. Folglich gilt die Richtlinie nicht für Verträge über digitale Dienstleistungen, nach denen der Verbraucher dem Unternehmer personenbezogene Daten ohne Zahlung eines Preises zur Verfügung stellt. Aufgrund **ihrer Gemeinsamkeiten und Austauschbarkeit** von kostenpflichtigen digitalen Dienstleistungen und digitalen Dienstleistungen, **die im Austausch für** personenbezogene Daten **bereitgestellt werden**, sollten sie denselben Bestimmungen nach der Richtlinie 2011/83/EU unterliegen.

*Geänderter Text*

(22) Die Richtlinie 2011/83/EU gilt bereits für Verträge über die Bereitstellung digitaler Inhalte, die nicht auf einem körperlichen Datenträger bereitgestellt werden (also die Bereitstellung digitaler Online-Inhalte), unabhängig davon, ob der Verbraucher **eine** Geldzahlung leistet oder personenbezogene Daten zur Verfügung stellt. Dagegen gilt die Richtlinie 2011/83/EU nur für Dienstleistungsverträge, einschließlich Verträgen über digitale Dienstleistungen, nach denen der Verbraucher einen Preis zahlt oder dessen Zahlung zusagt. Folglich gilt die Richtlinie nicht für Verträge über digitale Dienstleistungen, nach denen der Verbraucher dem Unternehmer personenbezogene Daten ohne Zahlung eines Preises zur Verfügung stellt. Aufgrund der **Ähnlichkeit** von kostenpflichtigen digitalen Dienstleistungen und digitalen Dienstleistungen, **bei denen der Verbraucher** personenbezogene Daten **bereitstellt**, sollten sie denselben Bestimmungen nach der Richtlinie 2011/83/EU unterliegen.

Or. en

**Änderungsantrag 123**  
**Julia Reda**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 23**

*Vorschlag der Kommission*

(23) Es sollte für Kohärenz zwischen dem Anwendungsbereich der Richtlinie 2011/83/EU und dem der [Richtlinie über digitale Inhalte] gesorgt werden, die auf Verträge über die Bereitstellung digitaler Inhalte oder die Erbringung digitaler Dienstleistungen Anwendung findet, nach denen der Verbraucher dem Unternehmer personenbezogene Daten zur Verfügung stellt.

*Geänderter Text*

(23) Es sollte für Kohärenz zwischen dem Anwendungsbereich der Richtlinie 2011/83/EU und dem der [Richtlinie über digitale Inhalte] gesorgt werden, die **auch** auf Verträge über die Bereitstellung digitaler Inhalte oder die Erbringung digitaler Dienstleistungen Anwendung findet, nach denen der Verbraucher dem Unternehmer personenbezogene Daten zur Verfügung stellt.

Or. en

**Änderungsantrag 124**  
**Martin Schirdewan**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 23**

*Vorschlag der Kommission*

(23) Es sollte für Kohärenz zwischen dem Anwendungsbereich der Richtlinie 2011/83/EU und dem der [Richtlinie über digitale Inhalte] gesorgt werden, die auf Verträge über die Bereitstellung digitaler Inhalte oder die Erbringung digitaler Dienstleistungen Anwendung findet, nach denen der Verbraucher dem Unternehmer **personenbezogene** Daten zur Verfügung stellt.

*Geänderter Text*

(23) Es sollte für Kohärenz zwischen dem Anwendungsbereich der Richtlinie 2011/83/EU und dem der [Richtlinie über digitale Inhalte] gesorgt werden, die auf Verträge über die Bereitstellung digitaler Inhalte oder die Erbringung digitaler Dienstleistungen Anwendung findet, nach denen der Verbraucher dem Unternehmer Daten zur Verfügung stellt.

Or. de

**Änderungsantrag 125**  
**Marco Zullo**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 24**

(24) Daher sollte der Anwendungsbereich der Richtlinie 2011/83/EU auf Verträge ausgeweitet werden, nach denen der Unternehmer eine digitale Dienstleistung für den Verbraucher erbringt oder deren Erbringung zusagt und der Verbraucher personenbezogene Daten bereitstellt oder deren Bereitstellung zusagt. Ähnlich wie bei Verträgen über die Bereitstellung digitaler Inhalte, die nicht auf einem körperlichen Datenträger bereitgestellt werden, sollte die Richtlinie stets Anwendung finden, wenn der Verbraucher dem Unternehmer personenbezogene Daten bereitstellt oder deren Bereitstellung zusagt, es sei denn, die personenbezogenen Daten des Verbrauchers werden vom Unternehmer ausschließlich verarbeitet, um die digitalen Inhalte bereitzustellen oder die digitale Dienstleistung zu erbringen, und der Unternehmer verarbeitet diese Daten nicht zu anderen Zwecken. Die Verarbeitung personenbezogener Daten sollte unter Einhaltung der Verordnung (EU) 2016/679 erfolgen.

(24) Daher sollte der Anwendungsbereich der Richtlinie 2011/83/EU auf Verträge ausgeweitet werden, nach denen der Unternehmer eine digitale Dienstleistung für den Verbraucher erbringt oder deren Erbringung zusagt und der Verbraucher personenbezogene Daten bereitstellt oder deren Bereitstellung zusagt. Ähnlich wie bei Verträgen über die Bereitstellung digitaler Inhalte, die nicht auf einem körperlichen Datenträger bereitgestellt werden, sollte die Richtlinie stets Anwendung finden, wenn der Verbraucher dem Unternehmer personenbezogene Daten bereitstellt oder deren Bereitstellung zusagt, es sei denn, die personenbezogenen Daten des Verbrauchers werden vom Unternehmer ausschließlich verarbeitet, um die digitalen Inhalte bereitzustellen oder die digitale Dienstleistung zu erbringen, und der Unternehmer verarbeitet diese Daten nicht zu anderen Zwecken. Die Verarbeitung personenbezogener Daten sollte unter Einhaltung der Verordnung (EU) 2016/679 erfolgen. ***Insbesondere hat ein Vertragsrücktritt durch den Verbraucher in den in der Verordnung (EU) 2016/679 festgelegten Fällen nicht die sofortige Einstellung der Datenverarbeitung zur Folge.***

Or. it

*Begründung*

*Die verzögerte Einstellung der Datenverarbeitung nach einem Vertragswiderruf stellt eine besonders wichtige Komponente dar, die in der Rechtsvorschrift hervorgehoben werden muss.*

**Änderungsantrag 126**  
**Martin Schirdewan**

## Vorschlag für eine Richtlinie Erwägung 24

### *Vorschlag der Kommission*

(24) Daher sollte der Anwendungsbereich der Richtlinie 2011/83/EU auf Verträge ausgeweitet werden, nach denen der Unternehmer eine digitale Dienstleistung für den Verbraucher erbringt oder deren Erbringung zusagt und der Verbraucher *personenbezogene* Daten bereitstellt oder deren Bereitstellung zusagt. Ähnlich wie bei Verträgen über die Bereitstellung digitaler Inhalte, die nicht auf einem körperlichen Datenträger bereitgestellt werden, sollte die Richtlinie stets Anwendung finden, wenn der Verbraucher dem Unternehmer *personenbezogene* Daten bereitstellt oder deren Bereitstellung zusagt, es sei denn, die *personenbezogenen* Daten des Verbrauchers werden vom Unternehmer ausschließlich verarbeitet, um die digitalen Inhalte bereitzustellen oder die digitale Dienstleistung zu erbringen, und der Unternehmer verarbeitet diese Daten nicht zu anderen Zwecken. Die Verarbeitung personenbezogener Daten sollte unter Einhaltung der Verordnung (EU) 2016/679 erfolgen.

### *Geänderter Text*

(24) Daher sollte der Anwendungsbereich der Richtlinie 2011/83/EU auf Verträge ausgeweitet werden, nach denen der Unternehmer eine digitale Dienstleistung für den Verbraucher erbringt oder deren Erbringung zusagt und der Verbraucher Daten bereitstellt oder deren Bereitstellung zusagt. Ähnlich wie bei Verträgen über die Bereitstellung digitaler Inhalte, die nicht auf einem körperlichen Datenträger bereitgestellt werden, sollte die Richtlinie stets Anwendung finden, wenn der Verbraucher dem Unternehmer Daten bereitstellt oder deren Bereitstellung zusagt, es sei denn, die Daten des Verbrauchers werden vom Unternehmer ausschließlich verarbeitet, um die digitalen Inhalte bereitzustellen oder die digitale Dienstleistung zu erbringen, und der Unternehmer verarbeitet diese Daten nicht zu anderen Zwecken. Die Verarbeitung personenbezogener Daten sollte unter Einhaltung der Verordnung (EU) 2016/679 erfolgen.

Or. de

## Änderungsantrag 127 Julia Reda

## Vorschlag für eine Richtlinie Erwägung 25

### *Vorschlag der Kommission*

(25) Erfolgt die Bereitstellung digitaler Inhalte beziehungsweise die Erbringung einer digitalen Dienstleistung nicht gegen Zahlung eines Preises, sollte die Richtlinie 2011/83/EU nicht in Fällen gelten, in

### *Geänderter Text*

(25) Erfolgt die Bereitstellung digitaler Inhalte beziehungsweise die Erbringung einer digitalen Dienstleistung nicht gegen Zahlung eines Preises, sollte die Richtlinie 2011/83/EU – *zwecks Gewährleistung der*

denen der Unternehmer personenbezogene Daten ausschließlich erhebt, um digitale Inhalte oder eine digitale Dienstleistung in vertragsgemäßem Zustand zu erhalten oder um rechtliche Anforderungen zu erfüllen. Dazu könnten Fälle gehören, in denen die Registrierung des Verbrauchers zu Sicherheits- und Identifizierungszwecken gesetzlich vorgeschrieben ist, oder Fälle, in denen ein Entwickler von quelloffener Software nur Daten von Nutzern erhebt, um die Kompatibilität und Interoperabilität dieser Software zu gewährleisten.

***vollständigen Übereinstimmung mit der Richtlinie über digitale Inhalte*** – nicht in Fällen gelten, in denen der Unternehmer personenbezogene Daten ausschließlich erhebt, um digitale Inhalte oder eine digitale Dienstleistung in vertragsgemäßem Zustand zu erhalten oder um rechtliche Anforderungen zu erfüllen. Dazu könnten Fälle gehören, in denen die Registrierung des Verbrauchers zu Sicherheits- und Identifizierungszwecken gesetzlich vorgeschrieben ist, oder Fälle, in denen ein Entwickler von quelloffener Software nur Daten von Nutzern erhebt, um die Kompatibilität und Interoperabilität dieser Software zu gewährleisten.

Or. en

## **Änderungsantrag 128** **Martin Schirdewan**

### **Vorschlag für eine Richtlinie** **Erwägung 25**

#### *Vorschlag der Kommission*

(25) Erfolgt die Bereitstellung digitaler Inhalte beziehungsweise die Erbringung einer digitalen Dienstleistung nicht gegen Zahlung eines Preises, sollte die Richtlinie 2011/83/EU nicht in Fällen gelten, in denen der Unternehmer **personenbezogene** Daten ausschließlich erhebt, um digitale Inhalte oder eine digitale Dienstleistung in vertragsgemäßem Zustand zu erhalten oder um rechtliche Anforderungen zu erfüllen. Dazu könnten Fälle gehören, in denen die Registrierung des Verbrauchers zu Sicherheits- und Identifizierungszwecken gesetzlich vorgeschrieben ist, oder Fälle, in denen ein Entwickler von quelloffener Software nur Daten von Nutzern erhebt, um die Kompatibilität und Interoperabilität dieser Software zu gewährleisten.

#### *Geänderter Text*

(25) Erfolgt die Bereitstellung digitaler Inhalte beziehungsweise die Erbringung einer digitalen Dienstleistung nicht gegen Zahlung eines Preises, sollte die Richtlinie 2011/83/EU nicht in Fällen gelten, in denen der Unternehmer Daten ausschließlich erhebt, um digitale Inhalte oder eine digitale Dienstleistung in vertragsgemäßem Zustand zu erhalten oder um rechtliche Anforderungen zu erfüllen. Dazu könnten Fälle gehören, in denen die Registrierung des Verbrauchers zu Sicherheits- und Identifizierungszwecken gesetzlich vorgeschrieben ist, oder Fälle, in denen ein Entwickler von quelloffener Software nur Daten von Nutzern erhebt, um die Kompatibilität und Interoperabilität dieser Software zu gewährleisten.

Or. de

**Änderungsantrag 129**  
**Marco Zullo**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 26**

*Vorschlag der Kommission*

(26) Die Richtlinie 2011/83/EU sollte auch nicht ***in Fällen gelten, in denen der Unternehmer lediglich Metadaten wie die IP-Adresse, den Browserverlauf oder sonstige Informationen, die beispielsweise von Cookies erfasst und übermittelt werden, erhebt, es sei denn, der betreffende Sachverhalt gilt als Vertrag nach nationalem Recht. Ebenso wenig sollte die Richtlinie*** in Fällen gelten, in denen der Verbraucher ausschließlich zwecks Erlangung des Zugangs zu digitalen Inhalten oder einer digitalen Dienstleistung Werbung ausgesetzt ist, ohne mit dem Unternehmer einen Vertrag abgeschlossen zu haben. Allerdings sollte es den Mitgliedstaaten freistehen, die Anwendung der Bestimmungen der Richtlinie 2011/83/EU auf derartige Fälle auszudehnen oder derartige Fälle, die vom Anwendungsbereich der genannten Richtlinie ausgenommen sind, auf andere Weise zu regeln.

*Geänderter Text*

(26) Die Richtlinie 2011/83/EU sollte auch nicht in Fällen gelten, in denen der Verbraucher ausschließlich zwecks Erlangung des Zugangs zu digitalen Inhalten oder einer digitalen Dienstleistung Werbung ausgesetzt ist, ohne mit dem Unternehmer einen Vertrag abgeschlossen zu haben. Allerdings sollte es den Mitgliedstaaten freistehen, die Anwendung der Bestimmungen der Richtlinie 2011/83/EU auf derartige Fälle auszudehnen oder derartige Fälle, die vom Anwendungsbereich der genannten Richtlinie ausgenommen sind, auf andere Weise zu regeln.

Or. it

**Änderungsantrag 130**  
**Julia Reda**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 26**

*Vorschlag der Kommission*

(26) Die Richtlinie 2011/83/EU sollte ***auch nicht in Fällen gelten, in denen der Unternehmer lediglich Metadaten wie die***

*Geänderter Text*

(26) Die Richtlinie 2011/83/EU sollte ebenso wenig in Fällen gelten, in denen der Verbraucher ausschließlich zwecks

**IP-Adresse, den Browserverlauf oder sonstige Informationen, die beispielsweise von Cookies erfasst und übermittelt werden, erhebt, es sei denn, der betreffende Sachverhalt gilt als Vertrag nach nationalem Recht.** Ebenso wenig sollte die Richtlinie in Fällen gelten, in denen der Verbraucher ausschließlich zwecks Erlangung des Zugangs zu digitalen Inhalten oder einer digitalen Dienstleistung Werbung ausgesetzt ist, ohne mit dem Unternehmer einen Vertrag abgeschlossen zu haben. Allerdings sollte es den Mitgliedstaaten freistehen, die Anwendung der Bestimmungen der Richtlinie 2011/83/EU auf derartige Fälle auszudehnen oder derartige Fälle, die vom Anwendungsbereich der genannten Richtlinie ausgenommen sind, auf andere Weise zu regeln.

Erlangung des Zugangs zu digitalen Inhalten oder einer digitalen Dienstleistung Werbung, **die nicht mit der Verarbeitung personenbezogener Daten verbunden ist**, ausgesetzt ist, ohne mit dem Unternehmer einen Vertrag abgeschlossen zu haben. Allerdings sollte es den Mitgliedstaaten freistehen, die Anwendung der Bestimmungen der Richtlinie 2011/83/EU auf derartige Fälle auszudehnen oder derartige Fälle, die vom Anwendungsbereich der genannten Richtlinie ausgenommen sind, auf andere Weise zu regeln.

Or. en

## Änderungsantrag 131 Anna Maria Corazza Bildt

### Vorschlag für eine Richtlinie Erwägung 26

#### *Vorschlag der Kommission*

(26) Die Richtlinie 2011/83/EU sollte auch nicht in Fällen gelten, in denen der Unternehmer lediglich Metadaten wie die IP-Adresse, den Browserverlauf oder sonstige Informationen, die beispielsweise von Cookies erfasst und übermittelt werden, erhebt, **es sei denn, der betreffende Sachverhalt gilt als Vertrag nach nationalem Recht.** Ebenso wenig sollte die Richtlinie in Fällen gelten, in denen der Verbraucher ausschließlich zwecks Erlangung des Zugangs zu digitalen Inhalten oder einer **digitalen Dienstleistung** Werbung ausgesetzt ist, ohne mit dem Unternehmer einen Vertrag abgeschlossen zu haben. Allerdings **sollte**

#### *Geänderter Text*

(26) Die Richtlinie 2011/83/EU sollte auch nicht in Fällen gelten, in denen der Unternehmer lediglich Metadaten wie die IP-Adresse, den Browserverlauf oder sonstige Informationen, die beispielsweise von Cookies erfasst und übermittelt werden, erhebt. Ebenso wenig sollte die Richtlinie in Fällen gelten, in denen der Verbraucher ausschließlich zwecks Erlangung des Zugangs zu digitalen Inhalten oder einer **Dienstleistung, einschließlich digitaler Dienstleistungen,** Werbung ausgesetzt ist, ohne mit dem Unternehmer einen Vertrag abgeschlossen zu haben. Allerdings **schließt dies nicht die Möglichkeit aus,** Fälle, die vom



*es den Mitgliedstaaten freistehen, die Anwendung der Bestimmungen der Richtlinie 2011/83/EU auf derartige Fälle auszudehnen oder derartige Fälle, die vom Anwendungsbereich der genannten Richtlinie ausgenommen sind, auf andere Weise zu regeln.*

Anwendungsbereich der **Richtlinie 2011/83/EU** ausgenommen sind, auf andere Weise **durch Unionsrecht** zu regeln.

Or. en

#### *Begründung*

*Mit dieser Änderung wird versucht, die Fragmentierung des Binnenmarkts durch Beseitigung des nationalen Vertragsrechts zu minimieren.*

**Änderungsantrag 132**  
**Sergio Gutiérrez Prieto**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 26 a (neu)**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(26a) Angesichts der Bedeutung der im Internet getätigten Verkäufe in der digitalen Wirtschaft muss sichergestellt werden, dass das IP-Tracking beendet wird, das beispielsweise von Luftfahrtgesellschaften und Flugsuchmaschinen genutzt wird, um die Preise im Falle der Wiederholung einer Suche zu erhöhen.**

Or. es

**Änderungsantrag 133**  
**Sergio Gutiérrez Prieto**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 29**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

(29) Artikel 7 Absatz 4 der Richtlinie

(29) Artikel 7 Absatz 4 der Richtlinie

2005/29/EG enthält die Informationsanforderungen für die „Aufforderung zum Kauf“ eines Produkts zu einem bestimmten Preis. Diese Informationsanforderungen gelten bereits in der Werbephase, während die Richtlinie 2011/83/EU dieselben und weitere, detailliertere Informationsanforderungen für die spätere vorvertragliche Phase (also die dem Vertragsabschluss durch den Verbraucher unmittelbar vorausgehende Phase) vorschreibt. Folglich **kann** von Unternehmern verlangt werden, dass sie dieselben Informationen in der Werbephase (zum Beispiel Online-Werbung auf einer Medienwebsite) und in der vorvertraglichen Phase (zum Beispiel auf den Seiten ihrer Online-Webshops) erteilen.

2005/29/EG enthält die Informationsanforderungen für die „Aufforderung zum Kauf“ eines Produkts zu einem bestimmten Preis. Diese Informationsanforderungen gelten bereits in der Werbephase, während die Richtlinie 2011/83/EU dieselben und weitere, detailliertere Informationsanforderungen für die spätere vorvertragliche Phase (also die dem Vertragsabschluss durch den Verbraucher unmittelbar vorausgehende Phase) vorschreibt. Folglich **muss** von Unternehmern verlangt werden, dass sie dieselben Informationen in der Werbephase (zum Beispiel Online-Werbung auf einer Medienwebsite) und in der vorvertraglichen Phase (zum Beispiel auf den Seiten ihrer Online-Webshops) erteilen. **Ferner muss sichergestellt werden, dass sich der in der Werbephase und in der vorvertraglichen Phase angegebene Preis nicht abhängig von der vom Verbraucher genutzten Zahlungsart ändert.**

Or. es

## **Änderungsantrag 134** **Julia Reda**

### **Vorschlag für eine Richtlinie** **Erwägung 30**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(30) Zu den Informationsanforderungen nach Artikel 7 Absatz 4 der Richtlinie 2005/29/EG gehört auch die Information des Verbrauchers über das Verfahren des Unternehmers zum Umgang mit Beschwerden. Den Ergebnissen der Eignungsprüfung zufolge sind diese Informationen in der vorvertraglichen Phase, die in der Richtlinie 2011/83/EU geregelt ist, am relevantesten. Die Pflicht zur Erteilung dieser Informationen in der Aufforderung zum Kauf in der**

**entfällt**

*Werbephase gemäß der Richtlinie 2005/29/EG sollte daher gestrichen werden.*

Or. en

**Änderungsantrag 135**  
**Julia Reda**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 32**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(32) Artikel 16 Buchstabe a der Richtlinie 2011/83/EU sieht eine Ausnahme vom Widerspruchsrecht bei vollständig erfüllten Dienstleistungsverträgen vor, wenn der Unternehmer die Erbringung der Dienstleistung mit der vorherigen ausdrücklichen Zustimmung des Verbrauchers und dessen Kenntnisnahme, dass er das Widerrufsrecht bei vollständiger Vertragserfüllung durch den Unternehmer verliert, begonnen hatte. Dagegen müssen Unternehmer nach Artikel 7 Absatz 3 und Artikel 8 Absatz 7 der Richtlinie 2011/83/EU, die die Pflichten des Unternehmers in Fällen betreffen, in denen die Vertragserfüllung vor Ablauf der Widerrufsfrist beginnt, lediglich die vorherige ausdrückliche Zustimmung des Verbrauchers einholen, nicht aber seine Kenntnisnahme, dass er das Widerrufsrecht bei vollständiger Vertragserfüllung verliert. Zur Gewährleistung der Kohärenz zwischen den oben genannten rechtlichen Bestimmungen muss in Artikel 16 Buchstabe a der Hinweis darauf, dass der Verbraucher das Widerrufsrecht bei vollständiger Vertragserfüllung verliert, gestrichen werden.**

**entfällt**

Or. en

**Änderungsantrag 136**  
**Andreas Schwab, Werner Langen**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 32 a (neu)**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

***(32a) Verträge über Einzellieferungen nicht leitungsgebundener Energie sollten vom Widerrufsrecht ausgenommen werden. Aufgrund der Schwankungen der Marktpreise trägt der Unternehmer sonst ein unkalkulierbares Weiterveräußerungsrisiko.***

Or. de

**Änderungsantrag 137**  
**Martin Schirdewan**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 33**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

***(33) Die Richtlinie 2011/83/EU enthält vollständig harmonisierte Bestimmungen über das Recht auf Widerruf von Fernabsatzverträgen und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen. In diesem Zusammenhang haben sich zwei konkrete Pflichten als unverhältnismäßige Belastung für Unternehmer erwiesen und sollten gestrichen werden.***

***entfällt***

Or. de

**Änderungsantrag 138**  
**Marco Zullo**

**Vorschlag für eine Richtlinie  
Erwägung 33**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(33) Die Richtlinie 2011/83/EU enthält vollständig harmonisierte Bestimmungen über das Recht auf Widerruf von Fernabsatzverträgen und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen. In diesem Zusammenhang haben sich zwei konkrete Pflichten als unverhältnismäßige Belastung für Unternehmer erwiesen und sollten gestrichen werden.** **entfällt**

Or. it

*Begründung*

*Die Änderung des Widerrufsrechts wird nicht unterstützt.*

**Änderungsantrag 139  
Maria Grapini**

**Vorschlag für eine Richtlinie  
Erwägung 33**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(33) Die Richtlinie 2011/83/EU enthält vollständig harmonisierte Bestimmungen über das Recht auf Widerruf von Fernabsatzverträgen und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen. In diesem Zusammenhang haben sich zwei konkrete Pflichten als unverhältnismäßige Belastung für Unternehmer erwiesen und sollten gestrichen werden.** **entfällt**

Or. ro

## Änderungsantrag 140

Evelyne Gebhardt, Nicola Danti, Virginie Rozière, Lucy Anderson, Biljana Borzan

### Vorschlag für eine Richtlinie

#### Erwägung 33

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(33) Die Richtlinie 2011/83/EU enthält vollständig harmonisierte Bestimmungen über das Recht auf Widerruf von Fernabsatzverträgen und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen. In diesem Zusammenhang haben sich zwei konkrete Pflichten als unverhältnismäßige Belastung für Unternehmer erwiesen und sollten gestrichen werden.** **entfällt**

Or. en

## Änderungsantrag 141

Julia Reda

### Vorschlag für eine Richtlinie

#### Erwägung 33

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(33) Die Richtlinie 2011/83/EU enthält vollständig harmonisierte Bestimmungen über das Recht auf Widerruf von Fernabsatzverträgen und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen. In diesem Zusammenhang haben sich zwei konkrete Pflichten als unverhältnismäßige Belastung für Unternehmer erwiesen und sollten gestrichen werden.** **entfällt**

Or. en

## Änderungsantrag 142

Andreas Schwab

**Vorschlag für eine Richtlinie  
Erwägung 33**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(33) Die Richtlinie 2011/83/EU enthält vollständig harmonisierte Bestimmungen über das Recht auf Widerruf von Fernabsatzverträgen und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen. In diesem Zusammenhang haben sich zwei konkrete Pflichten als unverhältnismäßige Belastung für Unternehmer erwiesen und sollten gestrichen werden.**

**entfällt**

Or. en

**Änderungsantrag 143  
Pascal Arimont, Carlos Coelho**

**Vorschlag für eine Richtlinie  
Erwägung 33**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(33) Die Richtlinie 2011/83/EU enthält vollständig harmonisierte Bestimmungen über das Recht auf Widerruf von Fernabsatzverträgen und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen. In diesem Zusammenhang haben sich zwei konkrete Pflichten als unverhältnismäßige Belastung für Unternehmer erwiesen und sollten gestrichen werden.**

**entfällt**

Or. en

**Änderungsantrag 144  
Jasenko Selimovic**

**Vorschlag für eine Richtlinie  
Erwägung 33**

**(33) Die Richtlinie 2011/83/EU enthält vollständig harmonisierte Bestimmungen über das Recht auf Widerruf von Fernabsatzverträgen und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen. In diesem Zusammenhang haben sich zwei konkrete Pflichten als unverhältnismäßige Belastung für Unternehmer erwiesen und sollten gestrichen werden.** **entfällt**

Or. en

**Änderungsantrag 145  
Martin Schirdewan**

**Vorschlag für eine Richtlinie  
Erwägung 34**

**(34) Die erste Pflicht betrifft das Recht des Verbrauchers auf Widerruf von Fernabsatzverträgen oder außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen, und zwar auch, nachdem er die Waren in einem größeren Maß genutzt hat, als zur Feststellung ihrer Beschaffenheit, ihrer Eigenschaften und ihrer Funktionsweise notwendig gewesen wäre. Gemäß Artikel 14 Absatz 2 der Richtlinie 2011/83/EU kann ein Verbraucher auch dann noch einen online oder außerhalb von Geschäftsräumen getätigten Kauf widerrufen, wenn er die Ware über das zulässige Maß hinaus genutzt hat; allerdings kann der Verbraucher in einem solchen Fall für einen etwaigen Wertverlust der Ware haftbar gemacht werden.** **entfällt**

Or. de



**Änderungsantrag 146**  
**Maria Grapini**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 34**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(34) Die erste Pflicht betrifft das Recht des Verbrauchers auf Widerruf von Fernabsatzverträgen oder außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen, und zwar auch, nachdem er die Waren in einem größeren Maß genutzt hat, als zur Feststellung ihrer Beschaffenheit, ihrer Eigenschaften und ihrer Funktionsweise notwendig gewesen wäre. Gemäß Artikel 14 Absatz 2 der Richtlinie 2011/83/EU kann ein Verbraucher auch dann noch einen online oder außerhalb von Geschäftsräumen getätigten Kauf widerrufen, wenn er die Ware über das zulässige Maß hinaus genutzt hat; allerdings kann der Verbraucher in einem solchen Fall für einen etwaigen Wertverlust der Ware haftbar gemacht werden.**

**entfällt**

Or. ro

**Änderungsantrag 147**  
**Marco Zullo**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 34**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(34) Die erste Pflicht betrifft das Recht des Verbrauchers auf Widerruf von Fernabsatzverträgen oder außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen, und zwar auch, nachdem er die Waren in einem größeren Maß genutzt**

**entfällt**

**hat, als zur Feststellung ihrer Beschaffenheit, ihrer Eigenschaften und ihrer Funktionsweise notwendig gewesen wäre. Gemäß Artikel 14 Absatz 2 der Richtlinie 2011/83/EU kann ein Verbraucher auch dann noch einen online oder außerhalb von Geschäftsräumen getätigten Kauf widerrufen, wenn er die Ware über das zulässige Maß hinaus genutzt hat; allerdings kann der Verbraucher in einem solchen Fall für einen etwaigen Wertverlust der Ware haftbar gemacht werden.**

Or. it

*Begründung*

*Die Änderung des Widerrufsrechts wird nicht unterstützt.*

**Änderungsantrag 148  
Pascal Arimont, Carlos Coelho**

**Vorschlag für eine Richtlinie  
Erwägung 34**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(34) Die erste Pflicht betrifft das Recht des Verbrauchers auf Widerruf von Fernabsatzverträgen oder außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen, und zwar auch, nachdem er die Waren in einem größeren Maß genutzt hat, als zur Feststellung ihrer Beschaffenheit, ihrer Eigenschaften und ihrer Funktionsweise notwendig gewesen wäre. Gemäß Artikel 14 Absatz 2 der Richtlinie 2011/83/EU kann ein Verbraucher auch dann noch einen online oder außerhalb von Geschäftsräumen getätigten Kauf widerrufen, wenn er die Ware über das zulässige Maß hinaus genutzt hat; allerdings kann der Verbraucher in einem**

**entfällt**

*solchen Fall für einen etwaigen Wertverlust der Ware haftbar gemacht werden.*

Or. en

**Änderungsantrag 149**  
**Jasenko Selimovic**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 34**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(34) Die erste Pflicht betrifft das Recht des Verbrauchers auf Widerruf von Fernabsatzverträgen oder außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen, und zwar auch, nachdem er die Waren in einem größeren Maß genutzt hat, als zur Feststellung ihrer Beschaffenheit, ihrer Eigenschaften und ihrer Funktionsweise notwendig gewesen wäre. Gemäß Artikel 14 Absatz 2 der Richtlinie 2011/83/EU kann ein Verbraucher auch dann noch einen online oder außerhalb von Geschäftsräumen getätigten Kauf widerrufen, wenn er die Ware über das zulässige Maß hinaus genutzt hat; allerdings kann der Verbraucher in einem solchen Fall für einen etwaigen Wertverlust der Ware haftbar gemacht werden.**

**entfällt**

Or. en

**Änderungsantrag 150**  
**Andreas Schwab**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 34**

**(34) Die erste Pflicht betrifft das Recht des Verbrauchers auf Widerruf von Fernabsatzverträgen oder außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen, und zwar auch, nachdem er die Waren in einem größeren Maß genutzt hat, als zur Feststellung ihrer Beschaffenheit, ihrer Eigenschaften und ihrer Funktionsweise notwendig gewesen wäre. Gemäß Artikel 14 Absatz 2 der Richtlinie 2011/83/EU kann ein Verbraucher auch dann noch einen online oder außerhalb von Geschäftsräumen getätigten Kauf widerrufen, wenn er die Ware über das zulässige Maß hinaus genutzt hat; allerdings kann der Verbraucher in einem solchen Fall für einen etwaigen Wertverlust der Ware haftbar gemacht werden.** **entfällt**

Or. en

#### **Änderungsantrag 151**

**Evelyne Gebhardt, Nicola Danti, Olga Sehnalová, Biljana Borzan, Lucy Anderson, Virginie Rozière**

#### **Vorschlag für eine Richtlinie Erwägung 34**

**(34) Die erste Pflicht betrifft das Recht des Verbrauchers auf Widerruf von Fernabsatzverträgen oder außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen, und zwar auch, nachdem er die Waren in einem größeren Maß genutzt hat, als zur Feststellung ihrer Beschaffenheit, ihrer Eigenschaften und ihrer Funktionsweise notwendig gewesen wäre. Gemäß Artikel 14 Absatz 2 der Richtlinie 2011/83/EU kann ein Verbraucher auch dann noch einen** **entfällt**

*online oder außerhalb von  
Geschäftsräumen getätigten Kauf  
widerrufen, wenn er die Ware über das  
zulässige Maß hinaus genutzt hat;  
allerdings kann der Verbraucher in einem  
solchen Fall für einen etwaigen  
Wertverlust der Ware haftbar gemacht  
werden.*

Or. en

**Änderungsantrag 152  
Julia Reda**

**Vorschlag für eine Richtlinie  
Erwägung 34**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(34) Die erste Pflicht betrifft das Recht des Verbrauchers auf Widerruf von Fernabsatzverträgen oder außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen, und zwar auch, nachdem er die Waren in einem größeren Maß genutzt hat, als zur Feststellung ihrer Beschaffenheit, ihrer Eigenschaften und ihrer Funktionsweise notwendig gewesen wäre. Gemäß Artikel 14 Absatz 2 der Richtlinie 2011/83/EU kann ein Verbraucher auch dann noch einen online oder außerhalb von Geschäftsräumen getätigten Kauf widerrufen, wenn er die Ware über das zulässige Maß hinaus genutzt hat; allerdings kann der Verbraucher in einem solchen Fall für einen etwaigen Wertverlust der Ware haftbar gemacht werden.**

**entfällt**

Or. en

**Änderungsantrag 153  
Maria Grapini**

**Vorschlag für eine Richtlinie  
Erwägung 35**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(35) Die Pflicht zur Rücknahme solcher Waren stellt die Unternehmer, die den „Wertverlust“ der zurückgesandten Waren ermitteln und diese als gebrauchte Waren weiterverkaufen oder aussortieren müssen, vor Schwierigkeiten. Damit wird das mit der Richtlinie 2011/83/EU angestrebte ausgewogene Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen beeinträchtigt. Das Verbraucherrecht auf Rückgabe von Waren in solchen Fällen sollte daher gestrichen werden. Anhang I der Richtlinie 2011/83/EU „Informationen zur Ausübung des Widerrufsrechts“ sollte entsprechend dieser Änderung angepasst werden.**

**entfällt**

Or. ro

**Änderungsantrag 154  
Marco Zullo**

**Vorschlag für eine Richtlinie  
Erwägung 35**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(35) Die Pflicht zur Rücknahme solcher Waren stellt die Unternehmer, die den „Wertverlust“ der zurückgesandten Waren ermitteln und diese als gebrauchte Waren weiterverkaufen oder aussortieren müssen, vor Schwierigkeiten. Damit wird das mit der Richtlinie 2011/83/EU angestrebte ausgewogene Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen beeinträchtigt. Das Verbraucherrecht auf Rückgabe von Waren in solchen Fällen**

**entfällt**

*sollte daher gestrichen werden. Anhang I der Richtlinie 2011/83/EU „Informationen zur Ausübung des Widerrufsrechts“ sollte entsprechend dieser Änderung angepasst werden.*

Or. it

*Begründung*

*Die Änderung des Widerrufsrechts wird nicht unterstützt.*

**Änderungsantrag 155**  
**Martin Schirdewan**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 35**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(35) Die Pflicht zur Rücknahme solcher Waren stellt die Unternehmer, die den „Wertverlust“ der zurückgesandten Waren ermitteln und diese als gebrauchte Waren weiterverkaufen oder aussortieren müssen, vor Schwierigkeiten. Sie beeinträchtigt das mit der Richtlinie 2011/83/EU angestrebte ausgewogene Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen. Das Verbraucherrecht auf Rückgabe von Waren in solchen Fällen sollte daher gestrichen werden. Anhang I der Richtlinie 2011/83/EU „Informationen zur Ausübung des Widerrufsrechts“ sollte entsprechend dieser Änderung angepasst werden.**

**entfällt**

Or. de

**Änderungsantrag 156**  
**Julia Reda**

**Vorschlag für eine Richtlinie  
Erwägung 35**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(35) Die Pflicht zur Rücknahme solcher Waren stellt die Unternehmer, die den „Wertverlust“ der zurückgesandten Waren ermitteln und diese als gebrauchte Waren weiterverkaufen oder aussortieren müssen, vor Schwierigkeiten. Damit wird das mit der Richtlinie 2011/83/EU angestrebte ausgewogene Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen beeinträchtigt. Das Verbraucherrecht auf Rückgabe von Waren in solchen Fällen sollte daher gestrichen werden. Anhang I der Richtlinie 2011/83/EU „Informationen zur Ausübung des Widerrufsrechts“ sollte entsprechend dieser Änderung angepasst werden.**

**entfällt**

Or. en

**Änderungsantrag 157  
Jasenko Selimovic**

**Vorschlag für eine Richtlinie  
Erwägung 35**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(35) Die Pflicht zur Rücknahme solcher Waren stellt die Unternehmer, die den „Wertverlust“ der zurückgesandten Waren ermitteln und diese als gebrauchte Waren weiterverkaufen oder aussortieren müssen, vor Schwierigkeiten. Damit wird das mit der Richtlinie 2011/83/EU angestrebte ausgewogene Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen beeinträchtigt. Das Verbraucherrecht auf Rückgabe von Waren in solchen Fällen**

**entfällt**



*sollte daher gestrichen werden. Anhang I der Richtlinie 2011/83/EU „Informationen zur Ausübung des Widerrufsrechts“ sollte entsprechend dieser Änderung angepasst werden.*

Or. en

**Änderungsantrag 158**  
**Andreas Schwab**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 35**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(35) Die Pflicht zur Rücknahme solcher Waren stellt die Unternehmer, die den „Wertverlust“ der zurückgesandten Waren ermitteln und diese als gebrauchte Waren weiterverkaufen oder aussortieren müssen, vor Schwierigkeiten. Damit wird das mit der Richtlinie 2011/83/EU angestrebte ausgewogene Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen beeinträchtigt. Das Verbraucherrecht auf Rückgabe von Waren in solchen Fällen sollte daher gestrichen werden. Anhang I der Richtlinie 2011/83/EU „Informationen zur Ausübung des Widerrufsrechts“ sollte entsprechend dieser Änderung angepasst werden.**

**entfällt**

Or. en

**Änderungsantrag 159**  
**Evelyne Gebhardt, Nicola Danti, Lucy Anderson, Virginie Rozière, Biljana Borzan, Olga Sehnalová**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 35**

**(35) Die Pflicht zur Rücknahme solcher Waren stellt die Unternehmer, die den „Wertverlust“ der zurückgesandten Waren ermitteln und diese als gebrauchte Waren weiterverkaufen oder aussortieren müssen, vor Schwierigkeiten. Damit wird das mit der Richtlinie 2011/83/EU angestrebte ausgewogene Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen beeinträchtigt. Das Verbraucherrecht auf Rückgabe von Waren in solchen Fällen sollte daher gestrichen werden. Anhang I der Richtlinie 2011/83/EU „Informationen zur Ausübung des Widerrufsrechts“ sollte entsprechend dieser Änderung angepasst werden.**

**entfällt**

Or. en

**Änderungsantrag 160  
Pascal Arimont, Carlos Coelho**

**Vorschlag für eine Richtlinie  
Erwägung 35**

**(35) Die Pflicht zur Rücknahme solcher Waren stellt die Unternehmer, die den „Wertverlust“ der zurückgesandten Waren ermitteln und diese als gebrauchte Waren weiterverkaufen oder aussortieren müssen, vor Schwierigkeiten. Damit wird das mit der Richtlinie 2011/83/EU angestrebte ausgewogene Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen beeinträchtigt. Das Verbraucherrecht auf Rückgabe von Waren in solchen Fällen sollte daher gestrichen werden. Anhang I der Richtlinie 2011/83/EU**

**entfällt**

**„Informationen zur Ausübung des  
Widerrufsrechts“ sollte entsprechend  
dieser Änderung angepasst werden.**

Or. en

**Änderungsantrag 161  
Martin Schirdewan**

**Vorschlag für eine Richtlinie  
Erwägung 36**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(36) Die zweite Pflicht betrifft Artikel 13 der Richtlinie 2011/83/EU, wonach Unternehmer die Rückzahlung verweigern können, bis sie die Waren wieder zurückerhalten haben oder bis der Verbraucher den Nachweis erbracht hat, dass er sie zurückgeschickt hat, je nachdem, welches der frühere Zeitpunkt ist. Aufgrund der letztgenannten Option sind Unternehmer möglicherweise unter bestimmten Umständen gezwungen, eine Rückzahlung an den Verbraucher zu leisten, bevor sie die zurückgeschickten Waren erhalten und Gelegenheit hatten, diese in Augenschein zu nehmen. Damit wird das mit der Richtlinie 2011/83/EU angestrebte ausgewogene Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen beeinträchtigt. Deshalb sollte die Verpflichtung der Unternehmer, allein auf der Grundlage des Nachweises, dass die Waren an den Unternehmer zurückgeschickt wurden, eine Rückzahlung an den Verbraucher zu leisten, gestrichen werden. Anhang I der Richtlinie 2011/83/EU „Informationen zur Ausübung des Widerrufsrechts“ sollte entsprechend dieser Änderung angepasst werden.**

**entfällt**

Or. de

**Änderungsantrag 162**  
**Marco Zullo**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 36**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(36) Die zweite Pflicht betrifft Artikel 13 der Richtlinie 2011/83/EU, wonach Unternehmer die Rückzahlung verweigern können, bis sie die Waren wieder zurückerhalten haben oder bis der Verbraucher den Nachweis erbracht hat, dass er sie zurückgeschickt hat, je nachdem, welches der frühere Zeitpunkt ist. Aufgrund der letztgenannten Option sind Unternehmer möglicherweise unter bestimmten Umständen gezwungen, eine Rückzahlung an den Verbraucher zu leisten, bevor sie die zurückgeschickten Waren erhalten und Gelegenheit hatten, diese in Augenschein zu nehmen. Damit wird das mit der Richtlinie 2011/83/EU angestrebte ausgewogene Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen beeinträchtigt. Deshalb sollte die Verpflichtung der Unternehmer, allein auf der Grundlage des Nachweises, dass die Waren an den Unternehmer zurückgeschickt wurden, eine Rückzahlung an den Verbraucher zu leisten, gestrichen werden. Anhang I der Richtlinie 2011/83/EU „Informationen zur Ausübung des Widerrufsrechts“ sollte entsprechend dieser Änderung angepasst werden.**

**entfällt**

Or. it

*Begründung*

*Die Änderung des Widerrufsrechts wird nicht unterstützt.*

**Änderungsantrag 163**  
**Julia Reda**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 36**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(36) Die zweite Pflicht betrifft Artikel 13 der Richtlinie 2011/83/EU, wonach Unternehmer die Rückzahlung verweigern können, bis sie die Waren wieder zurückerhalten haben oder bis der Verbraucher den Nachweis erbracht hat, dass er sie zurückgeschickt hat, je nachdem, welches der frühere Zeitpunkt ist. Aufgrund der letztgenannten Option sind Unternehmer möglicherweise unter bestimmten Umständen gezwungen, eine Rückzahlung an den Verbraucher zu leisten, bevor sie die zurückgeschickten Waren erhalten und Gelegenheit hatten, diese in Augenschein zu nehmen. Damit wird das mit der Richtlinie 2011/83/EU angestrebte ausgewogene Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen beeinträchtigt. Deshalb sollte die Verpflichtung der Unternehmer, allein auf der Grundlage des Nachweises, dass die Waren an den Unternehmer zurückgeschickt wurden, eine Rückzahlung an den Verbraucher zu leisten, gestrichen werden. Anhang I der Richtlinie 2011/83/EU „Informationen zur Ausübung des Widerrufsrechts“ sollte entsprechend dieser Änderung angepasst werden.**

**entfällt**

Or. en

**Änderungsantrag 164**  
**Jasenko Selimovic**

**Vorschlag für eine Richtlinie  
Erwägung 36**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(36) Die zweite Pflicht betrifft Artikel 13 der Richtlinie 2011/83/EU, wonach Unternehmer die Rückzahlung verweigern können, bis sie die Waren wieder zurückerhalten haben oder bis der Verbraucher den Nachweis erbracht hat, dass er sie zurückgeschickt hat, je nachdem, welches der frühere Zeitpunkt ist. Aufgrund der letztgenannten Option sind Unternehmer möglicherweise unter bestimmten Umständen gezwungen, eine Rückzahlung an den Verbraucher zu leisten, bevor sie die zurückgeschickten Waren erhalten und Gelegenheit hatten, diese in Augenschein zu nehmen. Damit wird das mit der Richtlinie 2011/83/EU angestrebte ausgewogene Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen beeinträchtigt. Deshalb sollte die Verpflichtung der Unternehmer, allein auf der Grundlage des Nachweises, dass die Waren an den Unternehmer zurückgeschickt wurden, eine Rückzahlung an den Verbraucher zu leisten, gestrichen werden. Anhang I der Richtlinie 2011/83/EU „Informationen zur Ausübung des Widerrufsrechts“ sollte entsprechend dieser Änderung angepasst werden.**

**entfällt**

Or. en

**Änderungsantrag 165  
Pascal Arimont**

**Vorschlag für eine Richtlinie  
Erwägung 36**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(36) Die zweite Pflicht betrifft Artikel 13 der Richtlinie 2011/83/EU, wonach Unternehmer die Rückzahlung verweigern können, bis sie die Waren wieder zurückerhalten haben oder bis der Verbraucher den Nachweis erbracht hat, dass er sie zurückgeschickt hat, je nachdem, welches der frühere Zeitpunkt ist. Aufgrund der letztgenannten Option sind Unternehmer möglicherweise unter bestimmten Umständen gezwungen, eine Rückzahlung an den Verbraucher zu leisten, bevor sie die zurückgeschickten Waren erhalten und Gelegenheit hatten, diese in Augenschein zu nehmen. Damit wird das mit der Richtlinie 2011/83/EU angestrebte ausgewogene Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen beeinträchtigt. Deshalb sollte die Verpflichtung der Unternehmer, allein auf der Grundlage des Nachweises, dass die Waren an den Unternehmer zurückgeschickt wurden, eine Rückzahlung an den Verbraucher zu leisten, gestrichen werden. Anhang I der Richtlinie 2011/83/EU „Informationen zur Ausübung des Widerrufsrechts“ sollte entsprechend dieser Änderung angepasst werden.**

**entfällt**

Or. en

**Änderungsantrag 166  
Andreas Schwab**

**Vorschlag für eine Richtlinie  
Erwägung 36**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(36) Die zweite Pflicht betrifft Artikel 13 der Richtlinie 2011/83/EU,**

**entfällt**

*wonach Unternehmer die Rückzahlung verweigern können, bis sie die Waren wieder zurückerhalten haben oder bis der Verbraucher den Nachweis erbracht hat, dass er sie zurückgeschickt hat, je nachdem, welches der frühere Zeitpunkt ist. Aufgrund der letztgenannten Option sind Unternehmer möglicherweise unter bestimmten Umständen gezwungen, eine Rückzahlung an den Verbraucher zu leisten, bevor sie die zurückgeschickten Waren erhalten und Gelegenheit hatten, diese in Augenschein zu nehmen. Damit wird das mit der Richtlinie 2011/83/EU angestrebte ausgewogene Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen beeinträchtigt. Deshalb sollte die Verpflichtung der Unternehmer, allein auf der Grundlage des Nachweises, dass die Waren an den Unternehmer zurückgeschickt wurden, eine Rückzahlung an den Verbraucher zu leisten, gestrichen werden. Anhang I der Richtlinie 2011/83/EU „Informationen zur Ausübung des Widerrufsrechts“ sollte entsprechend dieser Änderung angepasst werden.*

Or. en

#### **Änderungsantrag 167**

**Evelyne Gebhardt, Nicola Danti, Olga Sehnalová, Biljana Borzan, Lucy Anderson, Virginie Rozière**

#### **Vorschlag für eine Richtlinie Erwägung 36**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(36) Die zweite Pflicht betrifft Artikel 13 der Richtlinie 2011/83/EU, wonach Unternehmer die Rückzahlung verweigern können, bis sie die Waren wieder zurückerhalten haben oder bis der Verbraucher den Nachweis erbracht hat,**

**entfällt**



*dass er sie zurückgeschickt hat, je nachdem, welches der frühere Zeitpunkt ist. Aufgrund der letztgenannten Option sind Unternehmer möglicherweise unter bestimmten Umständen gezwungen, eine Rückzahlung an den Verbraucher zu leisten, bevor sie die zurückgeschickten Waren erhalten und Gelegenheit hatten, diese in Augenschein zu nehmen. Damit wird das mit der Richtlinie 2011/83/EU angestrebte ausgewogene Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen beeinträchtigt. Deshalb sollte die Verpflichtung der Unternehmer, allein auf der Grundlage des Nachweises, dass die Waren an den Unternehmer zurückgeschickt wurden, eine Rückzahlung an den Verbraucher zu leisten, gestrichen werden. Anhang I der Richtlinie 2011/83/EU „Informationen zur Ausübung des Widerrufsrechts“ sollte entsprechend dieser Änderung angepasst werden.*

Or. en

**Änderungsantrag 168**  
**Julia Reda**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 37**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

*(37) In Artikel 14 Absatz 4 der Richtlinie 2011/83/EU sind die Bedingungen festgelegt, unter denen der Verbraucher bei Ausübung des Widerrufsrechts nicht für die Erbringung von Dienstleistungen, die Bereitstellung öffentlicher Versorgungsleistungen und die Bereitstellung digitaler Inhalte, die nicht auf einem körperlichen Datenträger bereitgestellt werden, aufzukommen hat. Ist eine dieser Bedingungen erfüllt, muss*

*entfällt*

*der Verbraucher nicht den Preis der Dienstleistung, der öffentlichen Versorgungsleistung oder der digitalen Inhalte zahlen, die er vor Ausübung des Widerrufsrechts erhalten hat. In Bezug auf digitale Inhalte ist eine dieser nicht kumulativen Bedingungen das Versäumnis, eine Vertragsbestätigung einschließlich der Bestätigung der vorherigen ausdrücklichen Zustimmung des Verbrauchers zum Beginn der Vertragserfüllung vor Ablauf der Widerrufsfrist und seiner Kenntnisnahme, dass er hierdurch sein Widerrufsrecht verliert, zur Verfügung zu stellen. Diese Bedingung ist für die Ausübung des Widerrufsrechts nicht relevant, da der Verbraucher ordnungsgemäß informiert wurde und den Verlust dieses Rechts akzeptiert hat. Sie sollte daher aus Artikel 14 Absatz 4 Buchstabe b gestrichen werden, und zwar auch um die Kohärenz mit Artikel 16 Buchstabe m zu gewährleisten, in dem eine Ausnahme vom Widerrufsrecht bei digitalen Inhalten festgelegt ist.*

Or. en

**Änderungsantrag 169**  
**Julia Reda**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 38**

*Vorschlag der Kommission*

(38) Angesichts der technologischen Entwicklungen muss der Verweis auf die Faxnummer aus den in Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe c der Richtlinie 2011/83/EU aufgeführten Kommunikationsmitteln gestrichen werden, da Faxgeräte nur noch selten verwendet werden und weitgehend überholt sind. Außerdem sollten Unternehmer *alternativ* zu einer E-Mail-Adresse sonstige Möglichkeiten der

*Geänderter Text*

(38) Angesichts der technologischen Entwicklungen muss der Verweis auf die Faxnummer aus den in Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe c der Richtlinie 2011/83/EU aufgeführten Kommunikationsmitteln gestrichen werden, da Faxgeräte nur noch selten verwendet werden und weitgehend überholt sind. Außerdem sollten Unternehmer *zusätzlich* zu einer E-Mail-Adresse sonstige Möglichkeiten der

Online-Kommunikation mit Verbrauchern, zum Beispiel Online-Formulare und Chats, vorsehen können, *sofern diese* dem Verbraucher ermöglichen, den Inhalt der Kommunikation ähnlich wie bei einer E-Mail auf einem dauerhaften Datenträger zu speichern. Anhang I der Richtlinie „Informationen zur Ausübung des Widerrufsrechts“ sollte entsprechend dieser Änderung angepasst werden.

Online-Kommunikation mit Verbrauchern, zum Beispiel Online-Formulare und Chats, vorsehen können, *die es* dem Verbraucher ermöglichen, den Inhalt der Kommunikation ähnlich wie bei einer E-Mail auf einem dauerhaften Datenträger zu speichern. ***Allerdings müssen E-Mails als Mittel der Online-Kommunikation mit Verbrauchern in jedem Fall zulässig sein, da unterschiedliche technische Einschränkungen von Online-Formularen und Chats oftmals verhindern, dass diese in der Praxis von den Verbrauchern genutzt werden.*** Anhang I der Richtlinie „Informationen zur Ausübung des Widerrufsrechts“ sollte entsprechend dieser Änderung angepasst werden.

Or. en

## **Änderungsantrag 170** **Jasenko Selimovic**

### **Vorschlag für eine Richtlinie** **Erwägung 38**

#### *Vorschlag der Kommission*

(38) Angesichts der technologischen Entwicklungen muss der Verweis auf die Faxnummer aus den in Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe c der Richtlinie 2011/83/EU aufgeführten Kommunikationsmitteln gestrichen werden, da Faxgeräte nur noch selten verwendet werden und weitgehend überholt sind. Außerdem sollten Unternehmer alternativ zu einer E-Mail-Adresse sonstige Möglichkeiten der Online-Kommunikation mit Verbrauchern, zum Beispiel Online-Formulare und Chats, vorsehen können, sofern diese dem Verbraucher ermöglichen, den Inhalt der Kommunikation ähnlich wie bei einer E-Mail auf einem dauerhaften Datenträger zu speichern. Anhang I der Richtlinie „Informationen zur Ausübung des

#### *Geänderter Text*

(38) Angesichts der technologischen Entwicklungen muss der Verweis auf die Faxnummer aus den in Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe c der Richtlinie 2011/83/EU aufgeführten Kommunikationsmitteln gestrichen werden, da Faxgeräte nur noch selten verwendet werden und weitgehend überholt sind. Außerdem sollten Unternehmer alternativ zu einer E-Mail-Adresse sonstige Möglichkeiten der Online-Kommunikation mit Verbrauchern, zum Beispiel Online-Formulare und Chats, vorsehen können, sofern diese dem Verbraucher ermöglichen, den Inhalt der Kommunikation ähnlich wie bei einer E-Mail auf einem dauerhaften Datenträger zu speichern ***sowie den Nachweis zu erbringen, dass er zum Unternehmer***

Widerrufsrechts“ sollte entsprechend dieser Änderung angepasst werden.

***Kontakt aufgenommen hat.*** Anhang I der Richtlinie „Informationen zur Ausübung des Widerrufsrechts“ sollte entsprechend dieser Änderung angepasst werden.

Or. en

**Änderungsantrag 171**  
**Julia Reda, Evelyne Gebhardt**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 40 a (neu)**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

***(40a) Verbraucher verlassen sich zunehmend auf Verbraucherbewertungen und -empfehlungen und durchsuchen im Zuge ihrer Kaufentscheidung Online-Foren nach detaillierten Produktbeschreibungen. Daher sollte Anhang I der Richtlinie 2005/29/EG aktualisiert werden, um auch Irreführung durch gefälschte Bewertungen darin aufzunehmen.***

Or. en

**Änderungsantrag 172**  
**Julia Reda**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 40 b (neu)**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

***(40b) Aus demselben Grund sollte Anhang I der Richtlinie 2005/29/EG aktualisiert werden, um Werbung und Empfehlungen darin aufzunehmen, die den falschen Eindruck vermitteln, dass Freunde oder Bekannte ein Produkt, eine Dienstleistung oder einen digitalen Inhalt erworben, verwendet oder für gut befunden haben.***

## Änderungsantrag 173

Evelyne Gebhardt, Nicola Danti, Olga Sehnalová, Biljana Borzan, Lucy Anderson, Momchil Nekov, Igor Šoltés, Jiří Maštálka

### Vorschlag für eine Richtlinie Erwägung 41

#### *Vorschlag der Kommission*

(41) Artikel 16 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union garantiert die unternehmerische Freiheit nach dem Unionsrecht und den einzelstaatlichen Rechtsvorschriften und Gepflogenheiten. Die **mitgliedstaatenübergreifende** Vermarktung von Produkten als identisch, obgleich diese sich in Wirklichkeit in ihrer Zusammensetzung oder ihren Eigenschaften **wesentlich** voneinander unterscheiden, kann für Verbraucher irreführend sein und sie zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlassen, die sie ansonsten nicht getroffen hätten.

#### *Geänderter Text*

(41) Artikel 16 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union garantiert die unternehmerische Freiheit nach dem Unionsrecht und den einzelstaatlichen Rechtsvorschriften und Gepflogenheiten. Die Vermarktung von Produkten als **dem Anschein nach** identisch **oder ähnlich**, obgleich diese sich in Wirklichkeit in ihrer Zusammensetzung oder ihren Eigenschaften voneinander unterscheiden, kann für Verbraucher, **wenn sie hierüber nicht klar und verständlich unterrichtet werden**, irreführend sein und sie zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlassen, die sie ansonsten nicht getroffen hätten. **Die Urteile hinsichtlich der Frage, ob unterschiedliche Zusammensetzungen oder Eigenschaften vorliegen, mögen je nach Sachlage und Umständen unterschiedlich ausfallen. Doch kann man allgemein sagen, dass das Wissen darüber, dass zwischen einem bestimmten Produkt und einem anderen Produkt, das unter demselben oder einem ähnlichen Warenzeichen oder Namen vermarktet wird, hinsichtlich eines oder mehrerer Inhaltsstoffe oder hinsichtlich des Verhältnisses der Inhaltsstoffe zueinander Unterschiede bestehen, das wirtschaftliche Verhalten des Durchschnittsverbrauchers beeinflussen und ihn zu einer anderen Kaufentscheidung bewegen kann. Bei der Beurteilung, ob das Erscheinungsbild dem Anschein nach identisch ist, sind alle Wörter, Angaben, Warenzeichen,**

*Markennamen, Abbildungen oder Symbole, die sich auf ein bestimmtes Produkt beziehen, sich auf der Verpackung, dem Dokument, der Aufschrift oder dem Etikett in dem Sichtbereich befinden, der sehr wahrscheinlich vom Verbraucher auf den ersten Blick wahrgenommen wird, und die ihn in die Lage versetzen, das Produkt unmittelbar hinsichtlich seiner Eigenschaften, seines Geschmacks oder seiner Art zu erkennen, sowie gegebenenfalls das Warenzeichen des Produkts zu berücksichtigen.*

Or. en

#### **Änderungsantrag 174**

**Pascal Arimont, Róza Gräfin von Thun und Hohenstein, Inese Vaidere, Carlos Coelho, Jiří Pospíšil**

#### **Vorschlag für eine Richtlinie Erwägung 41**

##### *Vorschlag der Kommission*

(41) Artikel 16 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union garantiert die unternehmerische Freiheit nach dem Unionsrecht und den einzelstaatlichen Rechtsvorschriften und Gepflogenheiten. Die **mitgliedstaatenübergreifende** Vermarktung **von Produkten als identisch, obgleich diese sich in Wirklichkeit in ihrer Zusammensetzung oder ihren Eigenschaften wesentlich voneinander unterscheiden**, kann für Verbraucher irreführend sein und sie zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlassen, die sie ansonsten nicht getroffen hätten.

##### *Geänderter Text*

(41) Artikel 16 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union garantiert die unternehmerische Freiheit nach dem Unionsrecht und den einzelstaatlichen Rechtsvorschriften und Gepflogenheiten. Die Vermarktung **eines Produkts mit einer dem Anschein nach identischen Aufmachung wie der eines anderen Produkts, das unter derselben Marke vermarktet wird**, sich **aber in der Zusammensetzung oder im sensorischen Profil unterscheidet**, kann für Verbraucher irreführend sein und sie zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlassen, die sie ansonsten nicht getroffen hätten.

Or. en

## Änderungsantrag 175

Marco Zullo

### Vorschlag für eine Richtlinie

#### Erwägung 41

##### *Vorschlag der Kommission*

(41) Artikel 16 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union garantiert die unternehmerische Freiheit nach dem Unionsrecht und den einzelstaatlichen Rechtsvorschriften und Gepflogenheiten. Die mitgliedstaatenübergreifende Vermarktung von Produkten als identisch, obgleich diese sich in Wirklichkeit in ihrer Zusammensetzung oder ihren Eigenschaften wesentlich voneinander unterscheiden, kann für Verbraucher irreführend sein und sie zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlassen, die sie ansonsten nicht getroffen hätten.

##### *Geänderter Text*

(41) Artikel 16 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union garantiert die unternehmerische Freiheit nach dem Unionsrecht und den einzelstaatlichen Rechtsvorschriften und Gepflogenheiten. Die mitgliedstaatenübergreifende Vermarktung von Produkten als identisch **oder qualitativ gleichwertig**, obgleich diese sich in Wirklichkeit in ihrer Zusammensetzung oder ihren Eigenschaften wesentlich voneinander unterscheiden, kann für Verbraucher irreführend sein und sie zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlassen, die sie ansonsten nicht getroffen hätten.

Or. it

## Änderungsantrag 176

Julia Reda

### Vorschlag für eine Richtlinie

#### Erwägung 41

##### *Vorschlag der Kommission*

(41) Artikel 16 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union garantiert die unternehmerische Freiheit nach dem Unionsrecht und den einzelstaatlichen Rechtsvorschriften und Gepflogenheiten. Die mitgliedstaatenübergreifende Vermarktung von Produkten als identisch, obgleich diese sich in Wirklichkeit in ihrer Zusammensetzung oder ihren Eigenschaften **wesentlich** voneinander unterscheiden, **kann** für Verbraucher

##### *Geänderter Text*

(41) Artikel 16 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union garantiert die unternehmerische Freiheit nach dem Unionsrecht und den einzelstaatlichen Rechtsvorschriften und Gepflogenheiten. Die mitgliedstaatenübergreifende Vermarktung von Produkten als identisch **oder dem Anschein nach identisch**, obgleich diese sich in Wirklichkeit in ihrer Zusammensetzung oder ihren Eigenschaften voneinander unterscheiden,

irreführend *sein* und sie zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlassen, die sie ansonsten nicht getroffen hätten.

*ist* für Verbraucher irreführend und *kann* sie zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlassen, die sie ansonsten nicht getroffen hätten.

Or. en

## Änderungsantrag 177 Othmar Karas

### Vorschlag für eine Richtlinie Erwägung 42

#### *Vorschlag der Kommission*

(42) Eine solche Praktik kann daher auf der Grundlage einer Einzelfallbeurteilung der relevanten Elemente als Verstoß gegen die Richtlinie 2005/29/EG eingestuft werden. Um die Anwendung der geltenden Rechtsvorschriften durch die Verbraucherschutz- und Lebensmittelbehörden der Mitgliedstaaten zu erleichtern, enthält die Bekanntmachung der Kommission vom 26.9.2017 „zur Anwendung des EU-Lebensmittel- und Verbraucherschutzrechts auf Fragen der Produkte von zweierlei Qualität – Der besondere Fall der Lebensmittel“<sup>46</sup> eine Orientierungshilfe für die Anwendung der derzeitigen EU-Vorschriften auf Fälle von Lebensmitteln von zweierlei Qualität. In diesem Zusammenhang arbeitet die Gemeinsame Forschungsstelle der Kommission gegenwärtig ein gemeinsames Konzept für die vergleichende Untersuchung von Lebensmitteln aus.

---

<sup>46</sup> C(2017) 6532.

#### *Geänderter Text*

(42) Eine solche Praktik kann daher auf der Grundlage einer Einzelfallbeurteilung der relevanten Elemente als Verstoß gegen die Richtlinie 2005/29/EG eingestuft werden. Um die Anwendung der geltenden Rechtsvorschriften durch die Verbraucherschutz- und Lebensmittelbehörden der Mitgliedstaaten zu erleichtern, enthält die Bekanntmachung der Kommission vom 26.9.2017 „zur Anwendung des EU-Lebensmittel- und Verbraucherschutzrechts auf Fragen der Produkte von zweierlei Qualität – Der besondere Fall der Lebensmittel“<sup>46</sup> eine Orientierungshilfe für die Anwendung der derzeitigen EU-Vorschriften auf Fälle von Lebensmitteln von zweierlei Qualität. In diesem Zusammenhang arbeitet die Gemeinsame Forschungsstelle der Kommission gegenwärtig ein gemeinsames Konzept für die vergleichende Untersuchung von Lebensmitteln aus, ***das als unionsweite harmonisierte Methode angewendet wird.***

---

<sup>46</sup> C(2017) 6532.

Or. de



## Begründung

Auf Grundlage des Vorschlags des Berichterstatters.

### Änderungsantrag 178

Pascal Arimont, Róza Gräfin von Thun und Hohenstein, Inese Vaidere, Eva Maydell, Carlos Coelho, Jiří Pospíšil

#### Vorschlag für eine Richtlinie Erwägung 42

##### *Vorschlag der Kommission*

(42) Eine solche Praktik kann daher auf der Grundlage einer Einzelfallbeurteilung der relevanten Elemente als Verstoß gegen die Richtlinie 2005/29/EG eingestuft werden. Um die Anwendung der geltenden Rechtsvorschriften durch die Verbraucherschutz- und Lebensmittelbehörden der Mitgliedstaaten zu erleichtern, enthält die Bekanntmachung der Kommission vom 26.9.2017 „zur Anwendung des EU-Lebensmittel- und Verbraucherschutzrechts auf Fragen der Produkte von zweierlei Qualität – Der besondere Fall der Lebensmittel“<sup>46</sup> eine Orientierungshilfe für die Anwendung der derzeitigen EU-Vorschriften auf Fälle von Lebensmitteln von zweierlei Qualität. In diesem Zusammenhang *arbeitet* die Gemeinsame Forschungsstelle der Kommission *gegenwärtig* ein *gemeinsames Konzept* für die vergleichende *Untersuchung* von Lebensmitteln *aus*.

---

<sup>46</sup> C(2017)6532.

##### *Geänderter Text*

(42) Eine solche Praktik kann daher auf der Grundlage einer Einzelfallbeurteilung der relevanten Elemente als Verstoß gegen die Richtlinie 2005/29/EG eingestuft werden. Um die Anwendung der geltenden Rechtsvorschriften durch die Verbraucherschutz- und Lebensmittelbehörden der Mitgliedstaaten zu erleichtern, enthält die Bekanntmachung der Kommission vom 26.9.2017 „zur Anwendung des EU-Lebensmittel- und Verbraucherschutzrechts auf Fragen der Produkte von zweierlei Qualität – Der besondere Fall der Lebensmittel“<sup>46</sup> eine Orientierungshilfe für die Anwendung der derzeitigen EU-Vorschriften auf Fälle von Lebensmitteln von zweierlei Qualität. In diesem Zusammenhang *hat* die Gemeinsame Forschungsstelle der Kommission ein *unionsweit harmonisiertes Prüfverfahren* für die vergleichende *Beurteilung der Qualitätsmerkmale* von Lebensmitteln *ausgearbeitet*.

---

<sup>46</sup> C(2017)6532.

Or. en

### Änderungsantrag 179

Julia Reda

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 42**

*Vorschlag der Kommission*

(42) Eine solche Praktik **kann** daher **auf der Grundlage einer Einzelfallbeurteilung der relevanten Elemente** als Verstoß gegen die Richtlinie 2005/29/EG eingestuft werden. Um die Anwendung der geltenden Rechtsvorschriften durch die Verbraucherschutz- und Lebensmittelbehörden der Mitgliedstaaten zu erleichtern, enthält die Bekanntmachung der Kommission vom 26.9.2017 „zur Anwendung des EU-Lebensmittel- und Verbraucherschutzrechts auf Fragen der Produkte von zweierlei Qualität – Der besondere Fall der Lebensmittel“<sup>46</sup> eine Orientierungshilfe für die Anwendung der derzeitigen EU-Vorschriften auf Fälle von Lebensmitteln von zweierlei Qualität. In diesem Zusammenhang arbeitet die Gemeinsame Forschungsstelle der Kommission gegenwärtig ein gemeinsames Konzept für die vergleichende Untersuchung von Lebensmitteln aus.

---

<sup>46</sup> C(2017)6532.

*Geänderter Text*

(42) Eine solche Praktik **sollte** daher als Verstoß gegen die Richtlinie 2005/29/EG eingestuft werden. Um die Anwendung der geltenden Rechtsvorschriften durch die Verbraucherschutz- und Lebensmittelbehörden der Mitgliedstaaten zu erleichtern, enthält die Bekanntmachung der Kommission vom 26.9.2017 „zur Anwendung des EU-Lebensmittel- und Verbraucherschutzrechts auf Fragen der Produkte von zweierlei Qualität – Der besondere Fall der Lebensmittel“<sup>46</sup> eine Orientierungshilfe für die Anwendung der derzeitigen EU-Vorschriften auf Fälle von Lebensmitteln von zweierlei Qualität. In diesem Zusammenhang arbeitet die Gemeinsame Forschungsstelle der Kommission gegenwärtig ein gemeinsames Konzept für die vergleichende Untersuchung von Lebensmitteln aus.

---

<sup>46</sup> C(2017)6532.

Or. en

**Änderungsantrag 180**  
**Martin Schirdewan**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 43**

*Vorschlag der Kommission*

(43) Die Erfahrungen bei der Durchsetzung haben jedoch gezeigt, dass es für Verbraucher, Unternehmer und zuständige nationale Behörden möglicherweise nicht klar ist, welche

*Geänderter Text*

(43) Die Erfahrungen bei der Durchsetzung haben jedoch gezeigt, dass es für Verbraucher, Unternehmer und zuständige nationale Behörden möglicherweise nicht klar ist, welche

Geschäftspraktiken gegen die Richtlinie 2005/29/EG verstoßen könnten, da es keine ausdrückliche Bestimmung zu dem betreffenden Aspekt gibt. Um sowohl für Unternehmer als auch für Durchsetzungsbehörden Rechtssicherheit zu gewährleisten, sollte die Richtlinie 2005/29/EG daher geändert werden und ausdrücklich untersagen, dass ein Produkt als identisch mit einem in *mehreren* anderen Mitgliedstaaten vermarkteten Produkt vermarktet werden kann, obgleich sich diese Produkte in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen wesentlich voneinander unterscheiden. Die zuständigen Behörden sollten derartige Praktiken gemäß den Bestimmungen der Richtlinie im Einzelfall beurteilen und dagegen vorgehen. Bei ihrer Beurteilung sollten die zuständigen Behörden berücksichtigen, ob solche Unterschiede von den Verbrauchern leicht zu erkennen sind, *dass Unternehmer berechtigt sind, aufgrund legitimer Faktoren wie Verfügbarkeit oder Saisonabhängigkeit von Rohstoffen, bestimmter Verbraucherpräferenzen oder freiwilliger Strategien zur Verbesserung des Zugangs zu gesunden und nährstoffreichen Lebensmitteln Produkte derselben Marke an unterschiedliche geografische Märkte anzupassen, und dass Unternehmer berechtigt sind, Produkte derselben Marke in Packungen mit unterschiedlichem Gewicht oder unterschiedlicher Füllmenge auf verschiedenen geografischen Märkten anzubieten.*

Geschäftspraktiken gegen die Richtlinie 2005/29/EG verstoßen könnten, da es keine ausdrückliche Bestimmung zu dem betreffenden Aspekt gibt. Um sowohl für Unternehmer als auch für Durchsetzungsbehörden Rechtssicherheit zu gewährleisten, sollte die Richtlinie 2005/29/EG daher geändert werden und ausdrücklich untersagen, dass ein Produkt als identisch mit einem in anderen Mitgliedstaaten vermarkteten Produkt vermarktet werden kann, obgleich sich diese Produkte in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen wesentlich voneinander unterscheiden. Die zuständigen Behörden sollten derartige Praktiken gemäß den Bestimmungen der Richtlinie im Einzelfall beurteilen und dagegen vorgehen. Bei ihrer Beurteilung sollten die zuständigen Behörden berücksichtigen, ob solche Unterschiede von den Verbrauchern leicht zu erkennen sind.

Or. de

## **Änderungsantrag 181**

**Róza Gräfin von Thun und Hohenstein, Jiří Pospíšil, Inese Vaidere**

**Vorschlag für eine Richtlinie  
Erwägung 43**

(43) Die Erfahrungen bei der Durchsetzung haben jedoch gezeigt, dass es für Verbraucher, Unternehmer und zuständige nationale Behörden möglicherweise nicht klar ist, welche Geschäftspraktiken gegen die Richtlinie 2005/29/EG verstoßen könnten, da es keine ausdrückliche Bestimmung zu dem betreffenden Aspekt gibt. Um sowohl für Unternehmer als auch für Durchsetzungsbehörden Rechtssicherheit zu gewährleisten, sollte die Richtlinie 2005/29/EG daher geändert werden und ausdrücklich **untersagen, dass ein Produkt als identisch mit einem in mehreren anderen Mitgliedstaaten vermarkteten Produkt vermarktet werden kann, obgleich sich diese Produkte in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen wesentlich voneinander unterscheiden.** Die zuständigen Behörden sollten derartige Praktiken gemäß den Bestimmungen der Richtlinie **im Einzelfall** beurteilen und dagegen vorgehen. Bei ihrer Beurteilung sollten die zuständigen Behörden berücksichtigen, ob solche Unterschiede von den Verbrauchern leicht zu erkennen sind, **dass Unternehmer berechtigt sind, aufgrund legitimer Faktoren wie Verfügbarkeit oder Saisonabhängigkeit von Rohstoffen, bestimmter Verbraucherpräferenzen oder freiwilliger Strategien zur Verbesserung des Zugangs zu gesunden und nährstoffreichen Lebensmitteln Produkte derselben Marke an unterschiedliche geografische Märkte anzupassen, und dass Unternehmer berechtigt sind, Produkte derselben Marke in Packungen mit unterschiedlichem Gewicht oder unterschiedlicher Füllmenge auf verschiedenen geografischen Märkten anzubieten.**

(43) Die Erfahrungen bei der Durchsetzung haben jedoch gezeigt, dass es für Verbraucher, Unternehmer und zuständige nationale Behörden möglicherweise nicht klar ist, welche Geschäftspraktiken gegen die Richtlinie 2005/29/EG verstoßen könnten, da es keine ausdrückliche Bestimmung zu dem betreffenden Aspekt gibt. Um sowohl für Unternehmer als auch für Durchsetzungsbehörden Rechtssicherheit zu gewährleisten, sollte die Richtlinie 2005/29/EG daher geändert werden und ausdrücklich **die Vermarktung eines Produkts mit einer dem Anschein nach identischen Aufmachung wie der eines anderen Produkts untersagen, das unter derselben Marke vermarktet wird, sich jedoch in der Zusammensetzung oder dem sensorischen Profil unterscheidet.** Die zuständigen Behörden sollten derartige Praktiken gemäß den Bestimmungen der Richtlinie beurteilen und dagegen vorgehen. Bei ihrer Beurteilung sollten die zuständigen Behörden berücksichtigen, ob solche Unterschiede von den Verbrauchern leicht zu erkennen sind.

Or. en

**Änderungsantrag 182**  
**Othmar Karas**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 43**

*Vorschlag der Kommission*

(43) Die Erfahrungen bei der Durchsetzung haben jedoch gezeigt, dass es für Verbraucher, Unternehmer und zuständige nationale Behörden möglicherweise nicht klar ist, welche Geschäftspraktiken gegen die Richtlinie 2005/29/EG verstoßen könnten, da es keine ausdrückliche Bestimmung zu dem betreffenden Aspekt gibt. Um sowohl für Unternehmer als auch für Durchsetzungsbehörden Rechtssicherheit zu gewährleisten, sollte die Richtlinie 2005/29/EG daher geändert werden und ausdrücklich untersagen, dass ein Produkt als identisch mit einem in mehreren anderen Mitgliedstaaten vermarkteten Produkt vermarktet werden kann, obgleich sich diese Produkte in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen wesentlich voneinander unterscheiden. Die zuständigen Behörden sollten derartige Praktiken gemäß den Bestimmungen der Richtlinie im Einzelfall beurteilen und dagegen vorgehen. Bei ihrer Beurteilung sollten die zuständigen Behörden berücksichtigen, ob solche Unterschiede von den Verbrauchern leicht zu erkennen sind, dass Unternehmer berechtigt sind, aufgrund legitimer Faktoren wie Verfügbarkeit oder Saisonabhängigkeit von Rohstoffen, bestimmter Verbraucherpräferenzen oder freiwilliger Strategien zur Verbesserung des Zugangs zu gesunden und nährstoffreichen Lebensmitteln Produkte derselben Marke an unterschiedliche geografische Märkte anzupassen, und dass Unternehmer berechtigt sind, Produkte derselben Marke in Packungen mit unterschiedlichem

*Geänderter Text*

(43) Die Erfahrungen bei der Durchsetzung haben jedoch gezeigt, dass es für Verbraucher, Unternehmer und zuständige nationale Behörden möglicherweise nicht klar ist, welche Geschäftspraktiken gegen die Richtlinie 2005/29/EG verstoßen könnten, da es keine ausdrückliche Bestimmung zu dem betreffenden Aspekt gibt. Um sowohl für Unternehmer als auch für Durchsetzungsbehörden Rechtssicherheit zu gewährleisten, sollte die Richtlinie 2005/29/EG daher geändert werden und ausdrücklich untersagen, dass ein Produkt als identisch mit einem in mehreren anderen Mitgliedstaaten vermarkteten Produkt vermarktet werden kann, obgleich sich diese Produkte ***gemäß einer Prüfung auf Grundlage einer unionsweiten harmonisierten Methode, wie etwa derjenigen, die derzeit von der Gemeinsamen Forschungsstelle der Kommission ausgearbeitet wird***, in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen wesentlich voneinander unterscheiden. Die zuständigen Behörden sollten derartige Praktiken gemäß den Bestimmungen der Richtlinie im Einzelfall beurteilen und dagegen vorgehen. Bei ihrer Beurteilung sollten die zuständigen Behörden berücksichtigen, ob solche Unterschiede von den Verbrauchern leicht zu erkennen sind, dass Unternehmer berechtigt sind, aufgrund legitimer Faktoren wie Verfügbarkeit oder Saisonabhängigkeit von Rohstoffen, ***Verwendung lokaler Rohstoffe oder Produktionsstätten, der Berücksichtigung von nationalen Rechtsvorschriften (z.B. Steuern,***

Gewicht oder unterschiedlicher Füllmenge auf verschiedenen geografischen Märkten **anzubieten.**

**einzelstaatliche Verkehrsauffassung zur Zusammensetzung eines Lebensmittels),** bestimmter Verbraucherpräferenzen oder freiwilliger Strategien zur Verbesserung des Zugangs zu gesunden und nährstoffreichen Lebensmitteln Produkte derselben Marke an unterschiedliche geografische Märkte anzupassen, und dass Unternehmer berechtigt sind, Produkte derselben Marke in Packungen mit unterschiedlichem Gewicht oder unterschiedlicher Füllmenge auf verschiedenen geografischen Märkten

Or. de

### *Begründung*

*Auf Grundlage eines Änderungsvorschlags des Berichterstatters. Erwähnung von Verwendung lokaler Rohstoffe oder Produktionsstätten sowie Berücksichtigung nationaler Rechtsvorschriften unabdingbar - da oftmals zentrale Begründung für sich teils unterscheidende Zusammensetzungen von vor allem Lebensmittelprodukten und teils anderen Produkten.*

## **Änderungsantrag 183**

**Pascal Arimont, Inese Vaidere, Eva Maydell, Carlos Coelho**

### **Vorschlag für eine Richtlinie**

#### **Erwägung 43**

#### *Vorschlag der Kommission*

(43) Die Erfahrungen bei der Durchsetzung haben jedoch gezeigt, dass es für Verbraucher, Unternehmer und zuständige nationale Behörden möglicherweise nicht klar ist, welche Geschäftspraktiken gegen die Richtlinie 2005/29/EG verstoßen könnten, da es keine ausdrückliche Bestimmung zu dem betreffenden Aspekt gibt. Um sowohl für Unternehmer als auch für Durchsetzungsbehörden Rechtssicherheit zu gewährleisten, sollte die Richtlinie 2005/29/EG daher geändert werden und ausdrücklich **untersagen, dass ein Produkt**

#### *Geänderter Text*

(43) Die Erfahrungen bei der Durchsetzung haben jedoch gezeigt, dass es für Verbraucher, Unternehmer und zuständige nationale Behörden möglicherweise nicht klar ist, welche Geschäftspraktiken gegen die Richtlinie 2005/29/EG verstoßen könnten, da es keine ausdrückliche Bestimmung zu dem betreffenden Aspekt gibt. Um sowohl für Unternehmer als auch für Durchsetzungsbehörden Rechtssicherheit zu gewährleisten, sollte die Richtlinie 2005/29/EG daher geändert werden und ausdrücklich **die Vermarktung eines**

*als identisch mit einem in mehreren anderen Mitgliedstaaten vermarkteten Produkt vermarktet werden kann, obgleich sich diese Produkte in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen wesentlich voneinander unterscheiden.* Die zuständigen Behörden sollten derartige Praktiken gemäß den Bestimmungen der Richtlinie im Einzelfall beurteilen und dagegen vorgehen. Bei ihrer Beurteilung sollten die zuständigen Behörden berücksichtigen, ob solche Unterschiede von den Verbrauchern leicht zu erkennen sind, dass Unternehmer berechtigt sind, aufgrund legitimer Faktoren wie Verfügbarkeit oder Saisonabhängigkeit von Rohstoffen, bestimmter Verbraucherpräferenzen oder freiwilliger Strategien zur Verbesserung des Zugangs zu gesunden und nährstoffreichen Lebensmitteln Produkte derselben Marke an unterschiedliche geografische Märkte anzupassen, und dass Unternehmer berechtigt sind, Produkte derselben Marke in Packungen mit unterschiedlichem Gewicht oder unterschiedlicher Füllmenge auf verschiedenen geografischen Märkten anzubieten.

*Produkts mit einer dem Anschein nach identischen Aufmachung wie der eines anderen Produkts untersagen, das unter derselben Marke vermarktet wird, sich jedoch in der Zusammensetzung oder dem sensorischen Profil unterscheidet, wie es im unionsweit harmonisierten Prüfverfahren definiert ist, das von der Gemeinsamen Forschungsstelle der Kommission entwickelt wurde.* Die zuständigen Behörden sollten derartige Praktiken gemäß den Bestimmungen der Richtlinie im Einzelfall beurteilen und dagegen vorgehen. Bei ihrer Beurteilung sollten die zuständigen Behörden berücksichtigen, ob solche Unterschiede von den Verbrauchern leicht zu erkennen sind, dass Unternehmer berechtigt sind, aufgrund legitimer Faktoren wie Verfügbarkeit oder Saisonabhängigkeit von Rohstoffen, bestimmter Verbraucherpräferenzen oder freiwilliger Strategien zur Verbesserung des Zugangs zu gesunden und nährstoffreichen Lebensmitteln Produkte derselben Marke an unterschiedliche geografische Märkte anzupassen, und dass Unternehmer berechtigt sind, Produkte derselben Marke in Packungen mit unterschiedlichem Gewicht oder unterschiedlicher Füllmenge auf verschiedenen geografischen Märkten anzubieten. *Berücksichtigt werden sollten ferner die vom Hochrangigen Forum für die Verbesserung der Funktionsweise der Lebensmittelversorgungskette formulierten Empfehlungen zur einheitlichen Auslegung von Unterschieden, die auf der Grundlage des unionsweit harmonisierten Prüfverfahrens festgestellt werden, das von der Gemeinsamen Forschungsstelle der Kommission entwickelt wurde.*

Or. en

**Änderungsantrag 184**  
**Julia Reda**

## Vorschlag für eine Richtlinie Erwägung 43

### *Vorschlag der Kommission*

(43) Die Erfahrungen bei der Durchsetzung haben jedoch gezeigt, dass es für Verbraucher, Unternehmer und zuständige nationale Behörden möglicherweise nicht klar ist, welche Geschäftspraktiken gegen die Richtlinie 2005/29/EG verstoßen könnten, da es keine ausdrückliche Bestimmung zu dem betreffenden Aspekt gibt. Um sowohl für Unternehmer als auch für Durchsetzungsbehörden Rechtssicherheit zu gewährleisten, sollte die Richtlinie 2005/29/EG daher geändert werden und ausdrücklich untersagen, dass ein Produkt als identisch mit einem in **mehreren** anderen **Mitgliedstaaten** vermarkteten Produkt vermarktet werden kann, obgleich sich diese Produkte in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen **wesentlich** voneinander unterscheiden. Die **zuständigen Behörden sollten derartige Praktiken gemäß den Bestimmungen** der Richtlinie **im Einzelfall beurteilen und dagegen vorgehen. Bei ihrer Beurteilung sollten die zuständigen Behörden berücksichtigen, ob solche Unterschiede von den Verbrauchern leicht zu erkennen sind, dass Unternehmer berechtigt sind, aufgrund legitimer Faktoren wie Verfügbarkeit oder Saisonabhängigkeit von Rohstoffen, bestimmter Verbraucherpräferenzen oder freiwilliger Strategien zur Verbesserung des Zugangs zu gesunden und nährstoffreichen Lebensmitteln Produkte derselben Marke an unterschiedliche geografische Märkte anzupassen, und dass Unternehmer berechtigt sind, Produkte derselben Marke in Packungen mit unterschiedlichem Gewicht oder unterschiedlicher Füllmenge auf verschiedenen geografischen Märkten anzubieten.**

### *Geänderter Text*

(43) Die Erfahrungen bei der Durchsetzung haben jedoch gezeigt, dass es für Verbraucher, Unternehmer und zuständige nationale Behörden möglicherweise nicht klar ist, welche Geschäftspraktiken gegen die Richtlinie 2005/29/EG verstoßen könnten, da es keine ausdrückliche Bestimmung zu dem betreffenden Aspekt gibt. Um sowohl für Unternehmer als auch für Durchsetzungsbehörden Rechtssicherheit zu gewährleisten, sollte die Richtlinie 2005/29/EG daher geändert werden und ausdrücklich untersagen, dass ein Produkt als identisch **oder dem Anschein nach identisch** mit einem in **einem** anderen **Mitgliedstaat** vermarkteten Produkt vermarktet werden kann, obgleich sich diese Produkte in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen voneinander unterscheiden. Die **Aufnahme dieser Praxis in Anhang I** der Richtlinie **2005/29/EG sollte daher zu mehr Sicherheit führen, indem sie unter allen Umständen verboten wird. Diese Bestimmung beschränkt nicht das Recht eines Unternehmers, Produkte derselben Marke anzupassen, sofern die Qualität dieser Produkte nicht divergiert und die Verbraucher darüber auf klare Weise durch ein lesbares Etikett, auf dem die legitimen Gründe für diese Anpassung angegeben sind, informiert werden.**



## Änderungsantrag 185

Evelyne Gebhardt, Olga Sehnalová, Virginie Rozière, Lucy Anderson, Biljana Borzan, Momchil Nekov, Igor Šoltes, Jiří Maštálka

### Vorschlag für eine Richtlinie Erwägung 43

#### *Vorschlag der Kommission*

(43) Die Erfahrungen bei der Durchsetzung haben jedoch gezeigt, dass es für Verbraucher, Unternehmer und zuständige nationale Behörden möglicherweise nicht klar ist, welche Geschäftspraktiken gegen die Richtlinie 2005/29/EG verstoßen könnten, da es keine ausdrückliche Bestimmung zu dem betreffenden Aspekt gibt. Um sowohl für Unternehmer als auch für Durchsetzungsbehörden Rechtssicherheit zu gewährleisten, sollte die Richtlinie 2005/29/EG daher geändert werden und ausdrücklich untersagen, dass ein Produkt als identisch **mit einem in mehreren anderen Mitgliedstaaten** vermarkteten Produkt vermarktet werden kann, obgleich sich diese Produkte in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen **wesentlich** voneinander unterscheiden. Die zuständigen Behörden sollten derartige Praktiken gemäß den Bestimmungen der Richtlinie im Einzelfall beurteilen und dagegen vorgehen. Bei ihrer Beurteilung sollten die zuständigen Behörden berücksichtigen, ob solche Unterschiede von den Verbrauchern leicht zu erkennen sind, **dass Unternehmer berechtigt sind, aufgrund** legitimer Faktoren wie Verfügbarkeit oder Saisonabhängigkeit von Rohstoffen, bestimmter Verbraucherpräferenzen oder freiwilliger Strategien zur Verbesserung des Zugangs zu gesunden und nährstoffreichen Lebensmitteln **Produkte derselben** Marke an unterschiedliche geografische Märkte

#### *Geänderter Text*

(43) Die Erfahrungen bei der Durchsetzung haben jedoch gezeigt, dass es für Verbraucher, Unternehmer und zuständige nationale Behörden möglicherweise nicht klar ist, welche Geschäftspraktiken gegen die Richtlinie 2005/29/EG verstoßen könnten, da es keine ausdrückliche Bestimmung zu dem betreffenden Aspekt gibt. Um sowohl für Unternehmer als auch für Durchsetzungsbehörden Rechtssicherheit zu gewährleisten, sollte die Richtlinie 2005/29/EG daher geändert werden und ausdrücklich untersagen, dass ein Produkt als **dem Anschein nach identisch oder vergleichbar mit einem** anderen vermarkteten Produkt vermarktet werden kann, obgleich sich diese Produkte in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen voneinander unterscheiden. Die zuständigen Behörden sollten derartige Praktiken gemäß den Bestimmungen der Richtlinie im Einzelfall beurteilen und dagegen vorgehen. Bei ihrer Beurteilung sollten die zuständigen Behörden berücksichtigen, ob solche Unterschiede von den Verbrauchern leicht zu erkennen sind. **Wenn die zuständigen Behörden unter Berücksichtigung** legitimer Faktoren wie Verfügbarkeit oder Saisonabhängigkeit von Rohstoffen, bestimmter Verbraucherpräferenzen oder freiwilliger Strategien zur Verbesserung des Zugangs zu gesunden und nährstoffreichen Lebensmitteln **beurteilen, ob Unternehmer berechtigt sind, dieselbe** Marke an

anzupassen, **und dass Unternehmer berechtigt sind, Produkte derselben Marke in Packungen mit unterschiedlichem Gewicht oder unterschiedlicher Füllmenge auf verschiedenen geografischen Märkten anzubieten.**

unterschiedliche geografische Märkte anzupassen, **sollten sie prüfen, ob die Verbraucher von den Unternehmern ausreichend, klar und verständlich über die Änderungen unterrichtet wurden, so dass die Unterschiede auf den ersten Blick erkennbar sind.**

Or. en

## **Änderungsantrag 186 Marco Zullo**

### **Vorschlag für eine Richtlinie Erwägung 43**

#### *Vorschlag der Kommission*

(43) Die Erfahrungen bei der Durchsetzung haben jedoch gezeigt, dass es für Verbraucher, Unternehmer und zuständige nationale Behörden möglicherweise nicht klar ist, welche Geschäftspraktiken gegen die Richtlinie 2005/29/EG verstoßen könnten, da es keine ausdrückliche Bestimmung zu dem betreffenden Aspekt gibt. Um sowohl für Unternehmer als auch für Durchsetzungsbehörden Rechtssicherheit zu gewährleisten, sollte die Richtlinie 2005/29/EG daher geändert werden und ausdrücklich untersagen, dass ein Produkt als identisch mit einem in mehreren anderen Mitgliedstaaten vermarkteten Produkt vermarktet werden kann, obgleich sich diese Produkte in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen wesentlich voneinander unterscheiden. Die zuständigen Behörden sollten derartige Praktiken gemäß den Bestimmungen der Richtlinie im Einzelfall beurteilen und dagegen vorgehen. Bei ihrer Beurteilung sollten die zuständigen Behörden berücksichtigen, ob solche Unterschiede von den Verbrauchern leicht zu erkennen sind, dass Unternehmer berechtigt sind, aufgrund legitimer Faktoren wie

#### *Geänderter Text*

(43) Die Erfahrungen bei der Durchsetzung haben jedoch gezeigt, dass es für Verbraucher, Unternehmer und zuständige nationale Behörden möglicherweise nicht klar ist, welche Geschäftspraktiken gegen die Richtlinie 2005/29/EG verstoßen könnten, da es keine ausdrückliche Bestimmung zu dem betreffenden Aspekt gibt. Um sowohl für Unternehmer als auch für Durchsetzungsbehörden Rechtssicherheit zu gewährleisten, sollte die Richtlinie 2005/29/EG daher geändert werden und ausdrücklich untersagen, dass ein Produkt als identisch **oder qualitativ gleichwertig** mit einem in mehreren anderen Mitgliedstaaten vermarkteten Produkt vermarktet werden kann, obgleich sich diese Produkte in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen wesentlich voneinander unterscheiden. Die zuständigen Behörden sollten derartige Praktiken gemäß den Bestimmungen der Richtlinie im Einzelfall beurteilen und dagegen vorgehen. Bei ihrer Beurteilung sollten die zuständigen Behörden berücksichtigen, ob solche Unterschiede von den Verbrauchern leicht zu erkennen sind, dass Unternehmer berechtigt sind,

Verfügbarkeit oder Saisonabhängigkeit von Rohstoffen, bestimmter Verbraucherpräferenzen oder freiwilliger Strategien zur Verbesserung des Zugangs zu gesunden und nährstoffreichen Lebensmitteln Produkte derselben Marke an unterschiedliche geografische Märkte anzupassen, und dass Unternehmer berechtigt sind, Produkte derselben Marke in Packungen mit unterschiedlichem Gewicht oder unterschiedlicher Füllmenge auf verschiedenen geografischen Märkten anzubieten.

aufgrund legitimer Faktoren wie Verfügbarkeit oder Saisonabhängigkeit von Rohstoffen, bestimmter Verbraucherpräferenzen oder freiwilliger Strategien zur Verbesserung des Zugangs zu gesunden und nährstoffreichen Lebensmitteln Produkte derselben Marke an unterschiedliche geografische Märkte anzupassen, und dass Unternehmer berechtigt sind, Produkte derselben Marke in Packungen mit unterschiedlichem Gewicht oder unterschiedlicher Füllmenge auf verschiedenen geografischen Märkten anzubieten.

Or. it

## Änderungsantrag 187 Marco Zullo

### Vorschlag für eine Richtlinie Erwägung 43 a (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

***(43a) Die Richtlinie 2005/29/EG muss dahingehend geändert werden, dass der Ticketverkauf en bloc auf parallelen gewerblichen Märkten als eine unlautere Geschäftspraktik angesehen wird. Das sogenannte „Secondary Ticketing“ schafft einen parallelen Markt zu dem zugelassenen Markt, in dem Tickets zu erhöhten Preisen im Vergleich zu den offiziellen Tickets verkauft werden. Das Ticketangebot solcher Märkte ist meist sehr viel umfassender als das Angebot offizieller Märkte, insbesondere aufgrund von Geschäftsstrategien mancher Unternehmer, die auf offiziellen Marktplätzen Tickets in großen Mengen kaufen, um sie anschließend auf parallelen Marktplätzen wieder zu verkaufen. Solche Strategien verhindern, dass ein großer Teil der Verbraucher in den offiziellen Verkaufskanälen verfügbare Tickets findet, und zwingen***

*die Verbraucher dazu, ihre Kaufentscheidungen auf die sekundären Marktplätze auszurichten, auf denen sie bedeutend höhere Preisen bezahlen müssen.*

Or. it

**Änderungsantrag 188**  
**Andreas Schwab**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 44**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(44) *Wenngleich Verkäufe außerhalb von Geschäftsräumen einen legitimen und bewährten Verkaufskanal darstellen, können einige besonders aggressive oder irreführende Vermarktungspraktiken im Zusammenhang mit Besuchen in der Wohnung eines Verbrauchers ohne dessen vorherige Zustimmung oder während Werbefahrten den Verbraucher – wie bei Verkäufen in den Geschäftsräumen eines Unternehmers und im Fernabsatz – unter Druck setzen, Waren zu kaufen, die er ansonsten nicht kaufen würde, beziehungsweise Käufe zu überhöhten Preisen zu tätigen, für die oftmals eine sofortige Zahlung zu leisten ist. Solche Praktiken zielen häufig auf ältere Menschen oder sonstige schutzbedürftige Verbraucher ab. Einige Mitgliedstaaten halten diese Praktiken für nicht wünschenswert und erachten es für erforderlich, bestimmte Formen und Aspekte von Verkäufen außerhalb von Geschäftsräumen im Sinne der Richtlinie 2011/83/EU, zum Beispiel die aggressive und irreführende Vermarktung oder den Verkauf eines Produkts im Rahmen eines unerbetenen Besuchs in der Wohnung eines Verbrauchers oder im Rahmen von Werbefahrten, aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des in***

***entfällt***

*Artikel 7 der Charta der Grundrechte der EU verankerten Schutzes der Achtung des Privatlebens der Verbraucher zu beschränken. Im Einklang mit dem Subsidiaritätsprinzip und zur Erleichterung der Durchsetzung sollte daher klargestellt werden, dass die Richtlinie 2005/29/EG die Mitgliedstaaten nicht daran hindert, ohne eine Einzelfallbeurteilung der jeweiligen Praktik vorsehen zu müssen, Bestimmungen zum Schutz der berechtigten Interessen der Verbraucher in Bezug auf unerbetene Besuche eines Gewerbetreibenden in der Wohnung eines Verbrauchers zwecks Angebot oder Verkauf von Waren oder in Bezug auf Werbefahrten, die von einem Gewerbetreibenden in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert werden, dass für den Verkauf von Waren bei Verbrauchern geworben wird oder Waren an Verbraucher verkauft werden, zu erlassen, sofern diese Bestimmungen aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des Schutzes des Privatlebens gerechtfertigt sind. Solche Bestimmungen sollten verhältnismäßig und nicht diskriminierend sein. Die Mitgliedstaaten sollten verpflichtet sein, der Kommission alle diesbezüglich erlassenen nationalen Vorschriften mitzuteilen, damit die Kommission diese Informationen den interessierten Kreisen zur Verfügung stellen sowie die Verhältnismäßigkeit und Rechtmäßigkeit der betreffenden Maßnahmen kontrollieren kann.*

Or. en

#### **Änderungsantrag 189**

**Pascal Arimont, Antonio López-Istúriz White, Eva Maydell, Anna Maria Corazza Bildt**

**Vorschlag für eine Richtlinie  
Erwägung 44**

**(44) Wenngleich Verkäufe außerhalb von Geschäftsräumen einen legitimen und bewährten Verkaufskanal darstellen, können einige besonders aggressive oder irreführende Vermarktungspraktiken im Zusammenhang mit Besuchen in der Wohnung eines Verbrauchers ohne dessen vorherige Zustimmung oder während Werbefahrten den Verbraucher – wie bei Verkäufen in den Geschäftsräumen eines Unternehmers und im Fernabsatz – unter Druck setzen, Waren zu kaufen, die er ansonsten nicht kaufen würde, beziehungsweise Käufe zu überhöhten Preisen zu tätigen, für die oftmals eine sofortige Zahlung zu leisten ist. Solche Praktiken zielen häufig auf ältere Menschen oder sonstige schutzbedürftige Verbraucher ab. Einige Mitgliedstaaten halten diese Praktiken für nicht wünschenswert und erachten es für erforderlich, bestimmte Formen und Aspekte von Verkäufen außerhalb von Geschäftsräumen im Sinne der Richtlinie 2011/83/EU, zum Beispiel die aggressive und irreführende Vermarktung oder den Verkauf eines Produkts im Rahmen eines unerbetenen Besuchs in der Wohnung eines Verbrauchers oder im Rahmen von Werbefahrten, aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des in Artikel 7 der Charta der Grundrechte der EU verankerten Schutzes der Achtung des Privatlebens der Verbraucher zu beschränken. Im Einklang mit dem Subsidiaritätsprinzip und zur Erleichterung der Durchsetzung sollte daher klargestellt werden, dass die Richtlinie 2005/29/EG die Mitgliedstaaten nicht daran hindert, ohne eine Einzelfallbeurteilung der jeweiligen Praktik vorsehen zu müssen, Bestimmungen zum Schutz der berechtigten Interessen der Verbraucher in Bezug auf unerbetene Besuche eines Gewerbetreibenden in der Wohnung eines**

**entfällt**

*Verbrauchers zwecks Angebot oder Verkauf von Waren oder in Bezug auf Werbefahrten, die von einem Gewerbetreibenden in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert werden, dass für den Verkauf von Waren bei Verbrauchern geworben wird oder Waren an Verbraucher verkauft werden, zu erlassen, sofern diese Bestimmungen aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des Schutzes des Privatlebens gerechtfertigt sind. Solche Bestimmungen sollten verhältnismäßig und nicht diskriminierend sein. Die Mitgliedstaaten sollten verpflichtet sein, der Kommission alle diesbezüglich erlassenen nationalen Vorschriften mitzuteilen, damit die Kommission diese Informationen den interessierten Kreisen zur Verfügung stellen sowie die Verhältnismäßigkeit und Rechtmäßigkeit der betreffenden Maßnahmen kontrollieren kann.*

Or. en

**Änderungsantrag 190**  
**Marlene Mizzi**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 44**

*Vorschlag der Kommission*

(44) Wenngleich Verkäufe außerhalb von Geschäftsräumen einen legitimen und bewährten Verkaufskanal darstellen, können einige besonders aggressive oder irreführende Vermarktungspraktiken im Zusammenhang mit **Besuchen in der Wohnung eines Verbrauchers ohne dessen vorherige Zustimmung oder während** Werbefahrten den Verbraucher – **wie bei Verkäufen in den Geschäftsräumen eines Unternehmers und im Fernabsatz** – unter Druck setzen, Waren zu kaufen, die er ansonsten nicht kaufen würde, beziehungsweise Käufe zu

*Geänderter Text*

(44) Wenngleich Verkäufe außerhalb von Geschäftsräumen einen legitimen und bewährten Verkaufskanal darstellen, können einige besonders aggressive oder irreführende Vermarktungspraktiken im Zusammenhang mit Werbefahrten den Verbraucher unter Druck setzen, Waren zu kaufen, die er ansonsten nicht kaufen würde, beziehungsweise Käufe zu überhöhten Preisen zu tätigen, für die oftmals eine sofortige Zahlung zu leisten ist. Im Einklang mit dem Subsidiaritätsprinzip und zur Erleichterung der Durchsetzung sollte daher klargestellt

überhöhten Preisen zu tätigen, für die oftmals eine sofortige Zahlung zu leisten ist. **Solche Praktiken zielen häufig auf ältere Menschen oder sonstige schutzbedürftige Verbraucher ab. Einige Mitgliedstaaten halten diese Praktiken für nicht wünschenswert und erachten es für erforderlich, bestimmte Formen und Aspekte von Verkäufen außerhalb von Geschäftsräumen im Sinne der Richtlinie 2011/83/EU, zum Beispiel die aggressive und irreführende Vermarktung oder den Verkauf eines Produkts im Rahmen eines unerbetenen Besuchs in der Wohnung eines Verbrauchers oder im Rahmen von Werbefahrten, aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des in Artikel 7 der Charta der Grundrechte der EU verankerten Schutzes der Achtung des Privatlebens der Verbraucher zu beschränken.** Im Einklang mit dem Subsidiaritätsprinzip und zur Erleichterung der Durchsetzung sollte daher klargestellt werden, dass die Richtlinie 2005/29/EG die Mitgliedstaaten nicht daran hindert, **ohne eine Einzelfallbeurteilung der jeweiligen Praktik vorsehen zu müssen,** Bestimmungen zum Schutz der berechtigten Interessen der Verbraucher in Bezug auf **unerbetene Besuche eines Gewerbetreibenden in der Wohnung eines Verbrauchers zwecks Angebot oder Verkauf von Waren oder in Bezug auf Werbefahrten,** die von einem Gewerbetreibenden in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert werden, dass für den Verkauf von Waren bei Verbrauchern geworben wird oder Waren an Verbraucher verkauft werden, **zu erlassen, sofern diese Bestimmungen aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des Schutzes des Privatlebens gerechtfertigt sind.** Solche Bestimmungen sollten verhältnismäßig und nicht diskriminierend sein. Die Mitgliedstaaten sollten verpflichtet sein, der Kommission alle diesbezüglich erlassenen nationalen Vorschriften mitzuteilen, damit die Kommission diese Informationen den

werden, dass die Richtlinie 2005/29/EG die Mitgliedstaaten nicht daran hindert, Bestimmungen zum Schutz der berechtigten Interessen der Verbraucher in Bezug auf **Werbefahrten zu erlassen,** die von einem Gewerbetreibenden in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert werden, dass für den Verkauf von Waren bei Verbrauchern geworben wird oder Waren an Verbraucher verkauft werden. Solche Bestimmungen sollten verhältnismäßig und nicht diskriminierend sein. Die Mitgliedstaaten sollten verpflichtet sein, der Kommission alle diesbezüglich erlassenen nationalen Vorschriften mitzuteilen, damit die Kommission diese Informationen den interessierten Kreisen zur Verfügung stellen sowie die Verhältnismäßigkeit und Rechtmäßigkeit der betreffenden Maßnahmen **prüfen** kann.



interessierten Kreisen zur Verfügung stellen sowie die Verhältnismäßigkeit und Rechtmäßigkeit der betreffenden Maßnahmen *kontrollieren* kann.

Or. en

## **Änderungsantrag 191** **Lara Comi**

### **Vorschlag für eine Richtlinie** **Erwägung 44**

#### *Vorschlag der Kommission*

(44) Wenngleich Verkäufe außerhalb von Geschäftsräumen einen legitimen und bewährten Verkaufskanal darstellen, können einige besonders aggressive oder irreführende Vermarktungspraktiken im Zusammenhang mit ***Besuchen in der Wohnung eines Verbrauchers ohne dessen vorherige Zustimmung oder während*** Werbefahrten den Verbraucher – ***wie bei Verkäufen in den Geschäftsräumen eines Unternehmers und im Fernabsatz*** – unter Druck setzen, Waren zu kaufen, die er ansonsten nicht kaufen würde, beziehungsweise Käufe zu überhöhten Preisen zu tätigen, für die oftmals eine sofortige Zahlung zu leisten ist. ***Solche Praktiken zielen häufig auf ältere Menschen oder sonstige schutzbedürftige Verbraucher ab. Einige Mitgliedstaaten halten diese Praktiken für nicht wünschenswert und erachten es für erforderlich, bestimmte Formen und Aspekte von Verkäufen außerhalb von Geschäftsräumen im Sinne der Richtlinie 2011/83/EU, zum Beispiel die aggressive und irreführende Vermarktung oder den Verkauf eines Produkts im Rahmen eines unerbetenen Besuchs in der Wohnung eines Verbrauchers oder im Rahmen von Werbefahrten, aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des in Artikel 7 der Charta der Grundrechte der***

#### *Geänderter Text*

(44) Wenngleich Verkäufe außerhalb von Geschäftsräumen einen legitimen und bewährten Verkaufskanal darstellen, können einige besonders aggressive oder irreführende Vermarktungspraktiken im Zusammenhang mit Werbefahrten den Verbraucher unter Druck setzen, Waren zu kaufen, die er ansonsten nicht kaufen würde, beziehungsweise Käufe zu überhöhten Preisen zu tätigen, für die oftmals eine sofortige Zahlung zu leisten ist. Im Einklang mit dem Subsidiaritätsprinzip und zur Erleichterung der Durchsetzung sollte daher klargestellt werden, dass die Richtlinie 2005/29/EG die Mitgliedstaaten nicht daran hindert, Bestimmungen zum Schutz der berechtigten Interessen der Verbraucher in Bezug auf ***Werbefahrten zu erlassen***, die von einem Gewerbetreibenden in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert werden, dass für den Verkauf von Waren bei Verbrauchern geworben wird oder Waren an Verbraucher verkauft werden. Solche Bestimmungen sollten verhältnismäßig und nicht diskriminierend sein. Die Mitgliedstaaten sollten verpflichtet sein, der Kommission alle diesbezüglich erlassenen nationalen Vorschriften mitzuteilen, damit die Kommission diese Informationen den interessierten Kreisen zur Verfügung

*EU verankerten Schutzes der Achtung des Privatlebens der Verbraucher zu beschränken.* Im Einklang mit dem Subsidiaritätsprinzip und zur Erleichterung der Durchsetzung sollte daher klargestellt werden, dass die Richtlinie 2005/29/EG die Mitgliedstaaten nicht daran hindert, *ohne eine Einzelfallbeurteilung der jeweiligen Praktik vorsehen zu müssen,* Bestimmungen zum Schutz der berechtigten Interessen der Verbraucher in Bezug auf *unerbetene Besuche eines Gewerbetreibenden in der Wohnung eines Verbrauchers zwecks Angebot oder Verkauf von Waren oder in Bezug auf Werbefahrten,* die von einem Gewerbetreibenden in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert werden, dass für den Verkauf von Waren bei Verbrauchern geworben wird oder Waren an Verbraucher verkauft werden, *zu erlassen, sofern diese Bestimmungen aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des Schutzes des Privatlebens gerechtfertigt sind.* Solche Bestimmungen sollten verhältnismäßig und nicht diskriminierend sein. Die Mitgliedstaaten sollten verpflichtet sein, der Kommission alle diesbezüglich erlassenen nationalen Vorschriften mitzuteilen, damit die Kommission diese Informationen den interessierten Kreisen zur Verfügung stellen sowie die Verhältnismäßigkeit und Rechtmäßigkeit der betreffenden Maßnahmen *kontrollieren* kann.

stellen sowie die Verhältnismäßigkeit und Rechtmäßigkeit der betreffenden Maßnahmen *prüfen* kann.

Or. en

**Änderungsantrag 192**  
**Marco Zullo**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Erwägung 44**

*Vorschlag der Kommission*

(44) Wenngleich Verkäufe außerhalb

PE627.947v02-00

*Geänderter Text*

(44) Wenngleich Verkäufe außerhalb

122/189

AM1167517DE.docx

von Geschäftsräumen einen legitimen und bewährten Verkaufskanal darstellen, können einige besonders **aggressive** oder **irreführende** Vermarktungspraktiken im Zusammenhang mit Besuchen in der Wohnung eines Verbrauchers ohne dessen vorherige Zustimmung oder während Werbefahrten den Verbraucher – wie bei Verkäufen in den Geschäftsräumen eines Unternehmers und im Fernabsatz – unter Druck setzen, Waren zu kaufen, die er ansonsten nicht kaufen würde, beziehungsweise Käufe zu überhöhten Preisen zu tätigen, für die oftmals eine sofortige Zahlung zu leisten ist. Solche Praktiken zielen häufig auf ältere Menschen oder sonstige schutzbedürftige Verbraucher ab. Einige Mitgliedstaaten halten diese Praktiken für nicht wünschenswert und erachten es für erforderlich, bestimmte Formen und Aspekte von Verkäufen außerhalb von Geschäftsräumen im Sinne der Richtlinie 2011/83/EU, zum Beispiel die aggressive und irreführende Vermarktung oder den Verkauf eines Produkts im Rahmen eines unerbetenen Besuchs in der Wohnung eines Verbrauchers oder im Rahmen von Werbefahrten, aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des in Artikel 7 der Charta der Grundrechte der EU verankerten Schutzes der Achtung des Privatlebens der Verbraucher zu beschränken. Im Einklang mit dem Subsidiaritätsprinzip und zur Erleichterung der Durchsetzung sollte daher klargestellt werden, dass die Richtlinie 2005/29/EG die Mitgliedstaaten nicht daran hindert, ohne eine Einzelfallbeurteilung der jeweiligen Praktik vorsehen zu müssen, Bestimmungen zum Schutz der berechtigten Interessen der Verbraucher in Bezug auf unerbetene Besuche eines Gewerbetreibenden in der Wohnung eines Verbrauchers zwecks Angebot oder Verkauf von Waren oder in Bezug auf Werbefahrten, die von einem Gewerbetreibenden in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert werden, dass für

von Geschäftsräumen einen legitimen und bewährten Verkaufskanal darstellen, können einige **von dem Mitgliedstaat als** besonders **aggressiv** oder **irreführend eingestufte** Vermarktungspraktiken im Zusammenhang mit **unerbetenen Telefonanrufen an die Privatnummer oder die Nummer der Wohnung oder mit** Besuchen in der Wohnung eines Verbrauchers ohne dessen vorherige Zustimmung oder während Werbefahrten den Verbraucher – wie bei Verkäufen in den Geschäftsräumen eines Unternehmers und im Fernabsatz – unter Druck setzen, Waren zu kaufen, die er ansonsten nicht kaufen würde, beziehungsweise Käufe zu überhöhten Preisen zu tätigen, für die oftmals eine sofortige Zahlung zu leisten ist. Solche Praktiken zielen häufig auf ältere Menschen oder sonstige schutzbedürftige Verbraucher ab. Einige Mitgliedstaaten halten diese Praktiken für nicht wünschenswert und erachten es für erforderlich, bestimmte Formen und Aspekte von Verkäufen außerhalb von Geschäftsräumen im Sinne der Richtlinie 2011/83/EU, zum Beispiel die aggressive und irreführende Vermarktung oder den Verkauf eines Produkts im Rahmen eines unerbetenen Besuchs in der Wohnung eines Verbrauchers oder im Rahmen von Werbefahrten, aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des in Artikel 7 der Charta der Grundrechte der EU verankerten Schutzes der Achtung des Privatlebens der Verbraucher zu beschränken. Im Einklang mit dem Subsidiaritätsprinzip und zur Erleichterung der Durchsetzung sollte daher klargestellt werden, dass die Richtlinie 2005/29/EG die Mitgliedstaaten nicht daran hindert, ohne eine Einzelfallbeurteilung der jeweiligen Praktik vorsehen zu müssen, Bestimmungen zum Schutz der berechtigten Interessen der Verbraucher in Bezug auf unerbetene Besuche eines Gewerbetreibenden in der Wohnung eines Verbrauchers zwecks Angebot oder Verkauf von Waren oder in Bezug auf

den Verkauf von Waren bei Verbrauchern erworben wird oder Waren an Verbraucher verkauft werden, zu erlassen, sofern diese Bestimmungen aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des Schutzes des Privatlebens gerechtfertigt sind. Solche Bestimmungen sollten verhältnismäßig und nicht diskriminierend sein. Die Mitgliedstaaten sollten verpflichtet sein, der Kommission alle diesbezüglich erlassenen nationalen Vorschriften mitzuteilen, damit die Kommission diese Informationen den interessierten Kreisen zur Verfügung stellen sowie die Verhältnismäßigkeit und Rechtmäßigkeit der betreffenden Maßnahmen kontrollieren kann.

Werbefahrten, die von einem Gewerbetreibenden in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert werden, dass für den Verkauf von Waren bei Verbrauchern erworben wird oder Waren an Verbraucher verkauft werden, zu erlassen, sofern diese Bestimmungen aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des Schutzes des Privatlebens gerechtfertigt **und verhältnismäßig und nicht diskriminierend** sind. Solche Bestimmungen sollten verhältnismäßig und nicht diskriminierend sein. Die Mitgliedstaaten sollten verpflichtet sein, der Kommission alle diesbezüglich erlassenen nationalen Vorschriften mitzuteilen, damit die Kommission diese Informationen den interessierten Kreisen zur Verfügung stellen sowie die Verhältnismäßigkeit und Rechtmäßigkeit der betreffenden Maßnahmen kontrollieren kann.

Or. it

### *Begründung*

*Als aggressiv und irreführend eingestufte Praktiken sollten auch unerbetene Telefonanrufe einschließen, um die Verbraucher besser zu schützen.*

## **Änderungsantrag 193** **Julia Reda**

### **Vorschlag für eine Richtlinie** **Erwägung 44**

#### *Vorschlag der Kommission*

(44) Wenngleich Verkäufe außerhalb von Geschäftsräumen einen legitimen und bewährten Verkaufskanal darstellen, können einige besonders aggressive oder irreführende Vermarktungspraktiken im Zusammenhang mit Besuchen in der Wohnung eines Verbrauchers ohne dessen vorherige Zustimmung oder während

#### *Geänderter Text*

(44) Wenngleich Verkäufe außerhalb von Geschäftsräumen einen legitimen und bewährten Verkaufskanal darstellen, können einige besonders aggressive oder irreführende Vermarktungspraktiken im Zusammenhang mit Besuchen in der Wohnung eines Verbrauchers ohne dessen vorherige Zustimmung oder während

Werbefahrten den Verbraucher – wie bei Verkäufen in den Geschäftsräumen eines Unternehmers und im Fernabsatz – unter Druck setzen, Waren zu kaufen, die er ansonsten nicht kaufen würde, beziehungsweise Käufe zu überhöhten Preisen zu tätigen, für die oftmals eine sofortige Zahlung zu leisten ist. Solche Praktiken zielen häufig auf ältere Menschen oder sonstige schutzbedürftige Verbraucher ab. Einige Mitgliedstaaten halten diese Praktiken für nicht wünschenswert und erachten es für erforderlich, bestimmte Formen und Aspekte von Verkäufen außerhalb von Geschäftsräumen im Sinne der Richtlinie 2011/83/EU, zum Beispiel die aggressive und irreführende Vermarktung oder den Verkauf eines Produkts im Rahmen eines unerbetenen Besuchs in der Wohnung eines Verbrauchers oder im Rahmen von Werbefahrten, aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des in Artikel 7 der Charta der Grundrechte der EU verankerten Schutzes der Achtung des Privatlebens der Verbraucher zu beschränken. Im Einklang mit dem Subsidiaritätsprinzip und zur Erleichterung der Durchsetzung sollte daher klargestellt werden, dass die Richtlinie 2005/29/EG die Mitgliedstaaten nicht daran hindert, ohne eine Einzelfallbeurteilung der jeweiligen Praktik vorsehen zu müssen, Bestimmungen zum Schutz der berechtigten Interessen der Verbraucher in Bezug auf unerbetene Besuche eines Gewerbetreibenden in der Wohnung eines Verbrauchers zwecks Angebot oder Verkauf von Waren oder in Bezug auf Werbefahrten, die von einem Gewerbetreibenden in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert werden, dass für den Verkauf von Waren bei Verbrauchern geworben wird oder Waren an Verbraucher verkauft werden, zu erlassen, sofern diese Bestimmungen aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des Schutzes des Privatlebens gerechtfertigt sind. Solche Bestimmungen sollten verhältnismäßig und

Werbefahrten den Verbraucher – wie bei Verkäufen in den Geschäftsräumen eines Unternehmers und im Fernabsatz – unter Druck setzen, Waren *oder Dienstleistungen* zu kaufen, die er ansonsten nicht kaufen würde, beziehungsweise Käufe zu überhöhten Preisen zu tätigen, für die oftmals eine sofortige Zahlung zu leisten ist. Solche Praktiken zielen häufig auf ältere Menschen oder sonstige schutzbedürftige Verbraucher ab. Einige Mitgliedstaaten halten diese Praktiken für nicht wünschenswert und erachten es für erforderlich, bestimmte Formen und Aspekte von Verkäufen außerhalb von Geschäftsräumen im Sinne der Richtlinie 2011/83/EU, zum Beispiel die aggressive und irreführende Vermarktung oder den Verkauf eines Produkts im Rahmen eines unerbetenen Besuchs in der Wohnung eines Verbrauchers oder im Rahmen von Werbefahrten, aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des in Artikel 7 der Charta der Grundrechte der EU verankerten Schutzes der Achtung des Privatlebens der Verbraucher zu beschränken. Im Einklang mit dem Subsidiaritätsprinzip und zur Erleichterung der Durchsetzung sollte daher klargestellt werden, dass die Richtlinie 2005/29/EG die Mitgliedstaaten nicht daran hindert, ohne eine Einzelfallbeurteilung der jeweiligen Praktik vorsehen zu müssen, Bestimmungen zum Schutz der berechtigten Interessen der Verbraucher in Bezug auf unerbetene Besuche eines Gewerbetreibenden in der Wohnung eines Verbrauchers zwecks Angebot oder Verkauf von Waren oder in Bezug auf Werbefahrten, die von einem Gewerbetreibenden in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert werden, dass für den Verkauf von Waren bei Verbrauchern geworben wird oder Waren an Verbraucher verkauft werden, zu erlassen, sofern diese Bestimmungen aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des Schutzes des Privatlebens gerechtfertigt sind. Solche

nicht diskriminierend sein. Die Mitgliedstaaten sollten verpflichtet sein, der Kommission alle diesbezüglich erlassenen nationalen Vorschriften mitzuteilen, damit die Kommission diese Informationen den interessierten Kreisen zur Verfügung stellen *sowie* die Verhältnismäßigkeit und Rechtmäßigkeit der betreffenden Maßnahmen kontrollieren kann.

Bestimmungen sollten verhältnismäßig und nicht diskriminierend sein. Die Mitgliedstaaten sollten verpflichtet sein, der Kommission alle diesbezüglich erlassenen nationalen Vorschriften mitzuteilen, damit die Kommission diese Informationen den interessierten Kreisen zur Verfügung stellen, die Verhältnismäßigkeit und Rechtmäßigkeit der betreffenden Maßnahmen kontrollieren *sowie das Ausmaß des Problems überwachen kann, um auf dieser Grundlage gegebenenfalls gesetzliche Maßnahmen zu ergreifen, um derartige Praktiken unionsweit zu verbieten.*

Or. en

## **Änderungsantrag 194 Martin Schirdewan**

### **Vorschlag für eine Richtlinie Erwägung 44**

#### *Vorschlag der Kommission*

(44) Wenngleich Verkäufe außerhalb von Geschäftsräumen einen legitimen und bewährten Verkaufskanal darstellen, können einige *besonders aggressive oder irreführende* Vermarktungspraktiken im Zusammenhang mit Besuchen in der Wohnung eines Verbrauchers ohne dessen vorherige Zustimmung oder *während* Werbefahrten den Verbraucher – wie bei Verkäufen in den Geschäftsräumen eines Unternehmers und im Fernabsatz – unter Druck setzen, Waren zu kaufen, die er ansonsten nicht kaufen würde, beziehungsweise Käufe zu überhöhten Preisen zu tätigen, für die oftmals eine sofortige Zahlung zu leisten ist. Solche Praktiken zielen häufig auf ältere Menschen oder sonstige schutzbedürftige Verbraucher ab. Einige Mitgliedstaaten halten diese Praktiken für nicht wünschenswert und erachten es für

#### *Geänderter Text*

(44) Wenngleich Verkäufe außerhalb von Geschäftsräumen einen legitimen und bewährten Verkaufskanal darstellen, können einige Vermarktungspraktiken im Zusammenhang mit Besuchen in der Wohnung eines Verbrauchers ohne dessen vorherige Zustimmung oder Werbefahrten den Verbraucher – wie bei Verkäufen in den Geschäftsräumen eines Unternehmers und im Fernabsatz – unter Druck setzen, Waren zu kaufen, die er ansonsten nicht kaufen würde, beziehungsweise Käufe zu überhöhten Preisen zu tätigen, für die oftmals eine sofortige Zahlung zu leisten ist. Solche Praktiken zielen häufig auf ältere Menschen oder sonstige schutzbedürftige Verbraucher ab. Einige Mitgliedstaaten halten diese Praktiken für nicht wünschenswert und erachten es für erforderlich, bestimmte Formen und Aspekte von Verkäufen außerhalb von

erforderlich, bestimmte Formen und Aspekte von Verkäufen außerhalb von Geschäftsräumen im Sinne der Richtlinie 2011/83/EU, zum Beispiel die aggressive und irreführende Vermarktung oder den Verkauf eines Produkts im Rahmen eines unerbetenen Besuchs in der Wohnung eines Verbrauchers oder im Rahmen von Werbefahrten, aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des in Artikel 7 der Charta der Grundrechte der EU verankerten Schutzes der Achtung des Privatlebens der Verbraucher zu beschränken. Im Einklang mit dem Subsidiaritätsprinzip und zur Erleichterung der Durchsetzung sollte daher klargestellt werden, dass die Richtlinie 2005/29/EG die Mitgliedstaaten nicht daran hindert, ohne eine Einzelfallbeurteilung der jeweiligen Praktik vorsehen zu müssen, Bestimmungen zum Schutz der berechtigten Interessen der Verbraucher in Bezug auf unerbetene Besuche eines Gewerbetreibenden in der Wohnung eines Verbrauchers zwecks Angebot oder Verkauf von Waren oder in Bezug auf Werbefahrten, die von einem Gewerbetreibenden in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert werden, dass für den Verkauf von Waren bei Verbrauchern geworben wird oder Waren an Verbraucher verkauft werden, zu erlassen, sofern diese Bestimmungen aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des Schutzes des Privatlebens gerechtfertigt sind. Solche Bestimmungen sollten verhältnismäßig und nicht diskriminierend sein. Die Mitgliedstaaten sollten verpflichtet sein, der Kommission alle diesbezüglich erlassenen nationalen Vorschriften mitzuteilen, damit die Kommission diese Informationen den interessierten Kreisen zur Verfügung stellen sowie die Verhältnismäßigkeit und Rechtmäßigkeit der betreffenden Maßnahmen kontrollieren kann.

Geschäftsräumen im Sinne der Richtlinie 2011/83/EU, zum Beispiel die aggressive und irreführende Vermarktung oder den Verkauf eines Produkts im Rahmen eines unerbetenen Besuchs in der Wohnung eines Verbrauchers oder im Rahmen von Werbefahrten, aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des in Artikel 7 der Charta der Grundrechte der EU verankerten Schutzes der Achtung des Privatlebens der Verbraucher zu beschränken. Im Einklang mit dem Subsidiaritätsprinzip und zur Erleichterung der Durchsetzung sollte daher klargestellt werden, dass die Richtlinie 2005/29/EG die Mitgliedstaaten nicht daran hindert, ohne eine Einzelfallbeurteilung der jeweiligen Praktik vorsehen zu müssen, Bestimmungen zum Schutz der berechtigten Interessen der Verbraucher in Bezug auf unerbetene Besuche eines Gewerbetreibenden in der Wohnung eines Verbrauchers zwecks Angebot oder Verkauf von Waren oder in Bezug auf Werbefahrten, die von einem Gewerbetreibenden in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert werden, dass für den Verkauf von Waren bei Verbrauchern geworben wird oder Waren an Verbraucher verkauft werden, zu erlassen, sofern diese Bestimmungen aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des Schutzes des Privatlebens gerechtfertigt sind. Solche Bestimmungen sollten verhältnismäßig und nicht diskriminierend sein. Die Mitgliedstaaten sollten verpflichtet sein, der Kommission alle diesbezüglich erlassenen nationalen Vorschriften mitzuteilen, damit die Kommission diese Informationen den interessierten Kreisen zur Verfügung stellen sowie die Verhältnismäßigkeit und Rechtmäßigkeit der betreffenden Maßnahmen kontrollieren kann.

Or. de

**Änderungsantrag 195**  
**Marco Zullo**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer -1 (neu)**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 2 – Absatz 1 – Buchstabe m (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**-1. In Artikel 2 wird folgender Buchstabe angefügt:**

**„m) „Online-Plattform“ ein Online-Dienst, der unter anderem folgende Dienstleistungen zur Verfügung stellt:**

- die Möglichkeit für die Verbraucher, in einer durch den Plattformbetreiber kontrollierten Online-Umgebung Verträge für die Bereitstellung von Waren, Dienstleistungen oder digitalen Inhalten mit den Anbietern abzuschließen;**
- die Möglichkeit für die Anbieter, Werbung in einer durch den Plattformbetreiber kontrollierten Online-Umgebung zu platzieren, die von Kunden besucht werden kann, um Kontakt mit den Anbietern aufzunehmen und einen Vertrag außerhalb der Plattform abzuschließen;**
- Vergleichsdienste und sonstige Dienste für Kunden, die einschlägige Anbieter von Waren, Dienstleistungen oder digitalen Inhalten identifizieren und die Kunden zu den Websites oder Kontaktdaten dieser Anbieter weiterleiten;**
- die Möglichkeit für die Plattformnutzer, Anbieter, Kunden oder andere Nutzer, Waren, Dienstleistungen oder durch die Anbieter bereitgestellte digitale Inhalte zu bewerten oder zu evaluieren.“**

Or. it



## *Begründung*

*Anpassung an den Vorschlag für eine Verordnung über Plattformen.*

### **Änderungsantrag 196** **Philippe Juvin**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer -1 (neu)**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 2 – Absatz 1 – Buchstabe m (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

***-1. In Artikel 2 Absatz 1 wird folgende Nummer angefügt:***

***„m) „Online-Plattform“ einen Online-Dienst, der Dienstleistungen anbietet, darunter:***

***i) die Möglichkeit für Verbraucher, Verträge über die Bereitstellung von Waren, Dienstleistungen oder digitalen Inhalten mit Anbietern in einer elektronischen Umgebung zu schließen, die vom Plattform-Betreiber verwaltet wird;***

***ii) die Möglichkeit für Anbieter, Werbung in einer vom Plattform-Betreiber verwalteten elektronischen Umgebung zu platzieren, in der die Kunden navigieren können, um Kontakt zu Anbietern aufzunehmen und einen Vertrag außerhalb der Plattform zu schließen;***

***iii) Vergleichsdienste und sonstige Dienste für Kunden, die einschlägige Anbieter von Waren, Dienstleistungen oder digitalen Inhalten identifizieren und die Kunden zu den Websites oder Kontaktdaten dieser Anbieter weiterleiten;***

***iv) die Möglichkeit für Plattform-Nutzer, Anbieter, Kunden oder andere Nutzer bzw. von Anbietern angebotene Waren, Dienstleistungen oder digitale Inhalte zu bewerten oder zu besprechen.“***

**Änderungsantrag 197**  
**Julia Reda, Evelyne Gebhardt**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer -1 (neu)**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 2 – Absatz 1 – Buchstabe m (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**-1. In Artikel 2 Absatz 1 wird folgende Nummer angefügt:**

**„m) „Online-Marktplatz“ einen Diensteanbieter, der es Verbrauchern ermöglicht, über die Online-Benutzeroberfläche des Online-Marktplatzes Online-Verträge mit Unternehmen und Verbrauchern abzuschließen;“**

Or. en

**Änderungsantrag 198**  
**Julia Reda, Evelyne Gebhardt**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer -1 a (neu)**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 2 – Absatz 1 – Buchstabe n (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**-1a. In Artikel 2 Absatz 1 wird folgende Nummer angefügt:**

**„n) „Preisvergleichsdienst“ einen Dienst, der einen Vergleich verschiedener, an Verbraucher gerichteter Angebote von Waren, Dienstleistungen oder digitalen Inhalten auf der Grundlage von Kriterien wie Preis, Eigenschaften oder Bewertungen anbietet, einschlägige Anbieter von**

**Waren, Dienstleistungen oder digitalen Inhalten identifiziert und die Verbraucher zu den Websites oder Kontaktdaten der Anbieter weiterleitet.”**

Or. en

**Änderungsantrag 199  
Andreas Schwab**

**Vorschlag für eine Richtlinie  
Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 1  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 3**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**1. Artikel 3 wird wie folgt geändert: *entfällt***

**a) Absatz 5 erhält folgende Fassung:**

**„Diese Richtlinie hindert die Mitgliedstaaten nicht daran, Bestimmungen zum Schutz der berechtigten Interessen der Verbraucher in Bezug auf aggressive oder irreführende Vermarktungs- oder Verkaufspraktiken im Zusammenhang mit unerbetenen Besuchen eines Gewerbetreibenden in der Wohnung eines Verbrauchers oder in Bezug auf Werbefahrten, die von einem Gewerbetreibenden in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert werden, dass für den Verkauf von Waren bei Verbrauchern geworben wird oder Waren an Verbraucher verkauft werden, zu erlassen, sofern diese Bestimmungen aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des Schutzes der Achtung des Privatlebens gerechtfertigt sind.“**

**b) Absatz 6 erhält folgende Fassung:**

**„Die Mitgliedstaaten teilen der Kommission unverzüglich die auf der Grundlage von Absatz 5 angewandten nationalen Vorschriften sowie alle nachfolgenden Änderungen mit. Die Kommission stellt diese Informationen**

***den Verbrauchern und den Gewerbetreibenden in leicht zugänglicher Weise auf einer speziellen Website zur Verfügung.“***

Or. en

### *Begründung*

*Nachdem mit der Richtlinie 2011/83/EG die Gesetze über Verkäufe außerhalb von Geschäftsräumen in den Mitgliedstaaten harmonisiert wurden, wäre es ein Schritt zurück, nun wieder unterschiedliche nationale Gesetze über Verkäufe außerhalb von Geschäftsräumen zuzulassen. Harmonisierte Gesetze in den Mitgliedstaaten in diesem Bereich liegen im Interesse des Binnenmarkts und der Verbraucher.*

### **Änderungsantrag 200**

**Pascal Arimont, Antonio López-Istúriz White, Anna Maria Corazza Bildt, Eva Maydell**

#### **Vorschlag für eine Richtlinie**

#### **Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 1**

Richtlinie 2005/29/EG

Artikel 3 – Absatz 5

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**1. Artikel 3 wird wie folgt geändert: *entfällt***

**a) Absatz 5 erhält folgende Fassung:**

***„Diese Richtlinie hindert die Mitgliedstaaten nicht daran, Bestimmungen zum Schutz der berechtigten Interessen der Verbraucher in Bezug auf aggressive oder irreführende Vermarktungs- oder Verkaufspraktiken im Zusammenhang mit unerbetenen Besuchen eines Gewerbetreibenden in der Wohnung eines Verbrauchers oder in Bezug auf Werbefahrten, die von einem Gewerbetreibenden in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert werden, dass für den Verkauf von Waren bei Verbrauchern geworben wird oder Waren an Verbraucher verkauft werden, zu erlassen, sofern diese Bestimmungen aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des Schutzes der Achtung des***

*Privatlebens gerechtfertigt sind.“*

*b) Absatz 6 erhält folgende Fassung:*

***„Die Mitgliedstaaten teilen der Kommission unverzüglich die auf der Grundlage von Absatz 5 angewandten nationalen Vorschriften sowie alle nachfolgenden Änderungen mit. Die Kommission stellt diese Informationen den Verbrauchern und den Gewerbetreibenden in leicht zugänglicher Weise auf einer speziellen Website zur Verfügung.“***

Or. en

### *Begründung*

*Die Kommission hat keine Daten vorgelegt, die für die Aufnahme dieser Bestimmung in den Vorschlag sprechen, und die zugrunde liegende Folgenabschätzung erfasst sie nicht. Außerdem verbietet die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken in Anhang I Nummer 25 (schwarze Liste von Geschäftspraktiken) bereits ausdrücklich aggressive Haustürverkäufe.*

### **Änderungsantrag 201 Marco Zullo**

**Vorschlag für eine Richtlinie  
Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 1 – Buchstabe a  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 3 – Absatz 5**

#### *Vorschlag der Kommission*

Diese Richtlinie hindert die Mitgliedstaaten nicht daran, Bestimmungen zum Schutz der berechtigten Interessen der Verbraucher in Bezug auf ***aggressive*** oder ***irreführende*** Vermarktungs- oder Verkaufspraktiken im Zusammenhang mit unerbetenen Besuchen eines Gewerbetreibenden in der Wohnung eines Verbrauchers oder in Bezug auf Werbefahrten, die von einem Gewerbetreibenden in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert werden, dass für den Verkauf von Waren bei Verbrauchern

#### *Geänderter Text*

Diese Richtlinie hindert die Mitgliedstaaten nicht daran, Bestimmungen zum Schutz der berechtigten Interessen der Verbraucher in Bezug auf Vermarktungs- oder Verkaufspraktiken, ***die der Mitgliedstaat als aggressiv oder irreführend eingestuft hat***, im Zusammenhang ***mit unerbetenen Anrufen an die Privatnummer oder die Nummer der Wohnung oder*** mit unerbetenen Besuchen eines Gewerbetreibenden in der Wohnung eines Verbrauchers oder in Bezug auf

geworben wird oder Waren an Verbraucher verkauft werden, zu erlassen, sofern diese Bestimmungen aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des Schutzes der Achtung des Privatlebens gerechtfertigt sind.

Werbefahrten, die von einem Gewerbetreibenden in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert werden, dass für den Verkauf von Waren bei Verbrauchern geworben wird oder Waren an Verbraucher verkauft werden, zu erlassen, sofern diese Bestimmungen aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des Schutzes der Achtung des Privatlebens gerechtfertigt **und verhältnismäßig und nicht diskriminierend** sind.

Or. it

### *Begründung*

*Als aggressiv und irreführend eingestufte Praktiken sollten auch unerbetene Telefonanrufe einschließen, um die Verbraucher besser zu schützen.*

## **Änderungsantrag 202** **Lara Comi**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 1 – Buchstabe a**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 3 – Absatz 5

### *Vorschlag der Kommission*

„Diese Richtlinie hindert die Mitgliedstaaten nicht daran, Bestimmungen zum Schutz der berechtigten Interessen der Verbraucher in Bezug auf **aggressive oder irreführende Vermarktungs- oder Verkaufspraktiken** im Zusammenhang mit **unerbetenen Besuchen eines Gewerbetreibenden in der Wohnung eines Verbrauchers oder in Bezug auf** Werbefahrten, die von einem Gewerbetreibenden in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert werden, dass für den Verkauf von Waren bei Verbrauchern geworben wird oder Waren an Verbraucher verkauft werden, zu erlassen, sofern diese Bestimmungen **aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des Schutzes**

### *Geänderter Text*

Diese Richtlinie hindert die Mitgliedstaaten nicht daran, Bestimmungen zum Schutz der berechtigten Interessen der Verbraucher in Bezug auf **eigens definierte, als aggressiv oder irreführend eingestufte Geschäftspraktiken** im Zusammenhang mit Werbefahrten, die von einem Gewerbetreibenden in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert werden, dass für den Verkauf von Waren bei Verbrauchern geworben wird oder Waren an Verbraucher verkauft werden, zu erlassen, sofern diese Bestimmungen **verhältnismäßig, nicht diskriminierend und durch zwingende Gründe** des **Allgemeininteresses** gerechtfertigt sind.

*der Achtung des Privatlebens*  
gerechtfertigt sind.“

Or. en

**Änderungsantrag 203**  
**Marlene Mizzi**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 1 – Buchstabe a**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 3 – Absatz 5

*Vorschlag der Kommission*

„Diese Richtlinie hindert die Mitgliedstaaten nicht daran, Bestimmungen zum Schutz der berechtigten Interessen der Verbraucher in Bezug auf ***aggressive oder irreführende Vermarktungs- oder Verkaufspraktiken*** im Zusammenhang mit ***unerbetenen Besuchen eines Gewerbetreibenden in der Wohnung eines Verbrauchers oder in Bezug auf*** Werbefahrten, die von einem Gewerbetreibenden in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert werden, dass für den Verkauf von Waren bei Verbrauchern geworben wird oder Waren an Verbraucher verkauft werden, zu erlassen, sofern diese Bestimmungen ***aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des Schutzes der Achtung des Privatlebens*** gerechtfertigt sind.“

*Geänderter Text*

Diese Richtlinie hindert die Mitgliedstaaten nicht daran, Bestimmungen zum Schutz der berechtigten Interessen der Verbraucher in Bezug auf ***eigens definierte, als aggressiv oder irreführend eingestufte Geschäftspraktiken*** im Zusammenhang mit Werbefahrten, die von einem Gewerbetreibenden in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert werden, dass für den Verkauf von Waren bei Verbrauchern geworben wird oder Waren an Verbraucher verkauft werden, zu erlassen, sofern diese Bestimmungen ***verhältnismäßig, nicht diskriminierend und durch zwingende Gründe des Allgemeininteresses*** gerechtfertigt sind.

Or. en

*Begründung*

*In bestimmten Mitgliedstaaten treffen Verbraucher auf Probleme im Zusammenhang mit Werbefahrten. Doch dürfen potenzielle Beschränkungen auf nationaler Ebene, sollten sie genehmigt werden, nicht diesen legitimen Verkaufskanal als Ganzes treffen, da dies nicht im Einklang mit dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit stünde. Vielmehr sollten sie auf spezifische irreführende oder aggressive Geschäftspraktiken ausgerichtet sein. Im Einklang mit der Empfehlung des Berichtstatters in seinem Berichtsentwurf wird die Rechtsgrundlage von „aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des Schutzes der Achtung des*

*Privatlebens“ in „zwingende Gründe des Allgemeininteresses“ geändert, um den weiten Geltungsbereich der ursprünglich vorgeschlagenen Rechtsgrundlage einzuengen.*

**Änderungsantrag 204**  
**Julia Reda**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 1 – Buchstabe a**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 3 – Absatz 5

*Vorschlag der Kommission*

„Diese Richtlinie hindert die Mitgliedstaaten nicht daran, Bestimmungen zum Schutz der berechtigten Interessen der Verbraucher in Bezug auf aggressive oder irreführende Vermarktungs- oder Verkaufspraktiken im Zusammenhang mit unerbetenen Besuchen eines Gewerbetreibenden in der Wohnung eines Verbrauchers oder in Bezug auf Werbefahrten, die von einem Gewerbetreibenden in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert werden, dass für den Verkauf von Waren bei Verbrauchern geworben wird oder Waren an Verbraucher verkauft werden, zu erlassen, sofern diese Bestimmungen aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des Schutzes der Achtung des Privatlebens gerechtfertigt sind.“

*Geänderter Text*

„Diese Richtlinie hindert die Mitgliedstaaten nicht daran, Bestimmungen zum Schutz der berechtigten Interessen der Verbraucher in Bezug auf aggressive oder irreführende Vermarktungs- oder Verkaufspraktiken im Zusammenhang mit unerbetenen Besuchen eines Gewerbetreibenden in der Wohnung eines Verbrauchers oder in Bezug auf Werbefahrten, die von einem Gewerbetreibenden in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert werden, dass für den Verkauf von Waren **oder Dienstleistungen** bei Verbrauchern geworben wird oder Waren **oder Dienstleistungen** an Verbraucher verkauft werden, zu erlassen, sofern diese Bestimmungen aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des Schutzes der Achtung des Privatlebens gerechtfertigt sind.“

Or. en

**Änderungsantrag 205**  
**Martin Schirdewan**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 1 – Buchstabe a**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 3 – Absatz 5



*Vorschlag der Kommission*

Diese Richtlinie hindert die Mitgliedstaaten nicht daran, Bestimmungen zum Schutz der berechtigten Interessen der Verbraucher in Bezug auf **aggressive oder irreführende** Vermarktungs- oder Verkaufspraktiken im Zusammenhang mit unerbetenen Besuchen eines Gewerbetreibenden in der Wohnung eines Verbrauchers oder in Bezug auf Werbefahrten, die von einem Gewerbetreibenden in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert werden, dass für den Verkauf von Waren bei Verbrauchern geworben wird oder Waren an Verbraucher verkauft werden, zu erlassen, sofern diese Bestimmungen aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des Schutzes der Achtung des Privatlebens gerechtfertigt sind.

*Geänderter Text*

Diese Richtlinie hindert die Mitgliedstaaten nicht daran, Bestimmungen zum Schutz der berechtigten Interessen der Verbraucher in Bezug auf Vermarktungs- oder Verkaufspraktiken im Zusammenhang mit unerbetenen Besuchen eines Gewerbetreibenden in der Wohnung eines Verbrauchers oder in Bezug auf Werbefahrten, die von einem Gewerbetreibenden in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert werden, dass für den Verkauf von Waren bei Verbrauchern geworben wird oder Waren an Verbraucher verkauft werden, zu erlassen, sofern diese Bestimmungen aus Gründen der öffentlichen Ordnung oder des Schutzes der Achtung des Privatlebens gerechtfertigt sind.

Or. de

**Änderungsantrag 206**

**Marco Zullo**

**Vorschlag für eine Richtlinie**

**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 1 a (neu)**

Richtlinie 2005/29/EG

Artikel 5 – Absatz 4 – Buchstabe c (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**1a. In Artikel 5 Absatz 4 wird nach Buchstabe b folgender Buchstabe eingefügt:**

**c) en bloc von Unternehmen betrieben werden, um parallele gewerbliche Märkte zulasten des Verbrauchers zu unterhalten.**

Or. it

## *Begründung*

*Mit dem sogenannten „Secondary Ticketing“ wird ein regelrechter paralleler gewerblicher Markt zulasten der Verbraucher unterhalten, der sich in jeder Hinsicht als unlauter erweist.*

### **Änderungsantrag 207**

**Julia Reda**

#### **Vorschlag für eine Richtlinie**

**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 2**

Richtlinie 2005/29/EG

Artikel 6 – Absatz 2 – Buchstabe c

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**2. In Artikel 6 Absatz 2 wird folgender Buchstabe c angefügt:** ***entfällt***

**„c) jegliche Art der Vermarktung eines Produkts als identisch mit demselben in mehreren anderen Mitgliedstaaten vermarkteten Produkt, obgleich sich diese Produkte in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen wesentlich voneinander unterscheiden.“**

Or. en

## *Begründung*

*Verschoben in Anhang I der Richtlinie 2005/29/EG.*

### **Änderungsantrag 208**

**Evelyne Gebhardt, Olga Sehnalová, Biljana Borzan, Lucy Anderson, Virginie Rozière, Momchil Nekov, Igor Šoltes, Jiří Maštálka**

#### **Vorschlag für eine Richtlinie**

**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 2**

Richtlinie 2005/29/EG

Artikel 6 – Absatz 2 – Buchstabe c

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

c) jegliche Art der Vermarktung eines Produkts ***als identisch*** mit demselben ***in***

c) jegliche Art der Vermarktung eines Produkts ***mit einem dem Anschein nach***

**mehreren anderen Mitgliedstaaten vermarkteten Produkt**, obgleich sich diese Produkte in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen **wesentlich** voneinander unterscheiden.“

**identischen Erscheinungsbild wie dem eines anderen Produkts, das mit demselben oder einem ähnlichen Warenzeichen oder Namen vermarktet wird**, obgleich sich diese Produkte in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen voneinander unterscheiden.“

Or. en

### Änderungsantrag 209

**Pascal Arimont, Róza Gräfin von Thun und Hohenstein, Antonio López-Istúriz White, Inese Vaidere, Eva Maydell, Jiří Pospíšil**

#### Vorschlag für eine Richtlinie

##### Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 2

Richtlinie 2005/29/EG

Artikel 6 – Absatz 2 – Buchstabe c

#### *Vorschlag der Kommission*

c) jegliche Art der Vermarktung eines Produkts **als identisch mit demselben in mehreren anderen Mitgliedstaaten vermarkteten Produkt**, obgleich sich **diese Produkte** in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen **wesentlich voneinander unterscheiden**.“

#### *Geänderter Text*

c) jegliche Art der Vermarktung eines Produkts **mit einer dem Anschein nach identischen Aufmachung wie der eines anderen Produkts, das unter derselben Marke vermarktet wird**, sich **jedoch** in der Zusammensetzung oder **dem sensorischen Profil unterscheidet**.“

Or. en

#### *Begründung*

*Bessere Übereinstimmung mit dem EU-weit harmonisierten Prüfverfahren, das die Generaldirektion Gemeinsame Forschungsstelle der Europäischen Kommission (GD JRC) entwickelt hat.*

### Änderungsantrag 210

**Jiří Pospíšil, Olga Sehnalová**

#### Vorschlag für eine Richtlinie

##### Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 2

Richtlinie 2005/29/EG

Artikel 6 – Absatz 2 – Buchstabe c

*Vorschlag der Kommission*

c) jegliche Art der Vermarktung eines Produkts **als identisch** mit demselben **in mehreren anderen Mitgliedstaaten vermarkteten Produkt**, obgleich sich diese Produkte in ihrer Zusammensetzung **oder ihren Merkmalen wesentlich** voneinander unterscheiden.“

*Geänderter Text*

c) jegliche Art der Vermarktung eines Produkts **mit einem dem Anschein nach identischen Erscheinungsbild wie dem eines anderen Produkts**, das mit demselben **oder einem ähnlichen Warenzeichen oder Namen bzw. mit derselben oder einer ähnlichen Verpackung vermarktet wird**, obgleich sich diese Produkte in ihrer Zusammensetzung voneinander unterscheiden.“

Or. en

**Änderungsantrag 211**

**Marco Zullo**

**Vorschlag für eine Richtlinie**

**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 2**

Richtlinie 2005/29/EG

Artikel 6 – Absatz 2 – Buchstabe c

*Vorschlag der Kommission*

c) jegliche Art der Vermarktung eines Produkts als identisch mit demselben in mehreren anderen Mitgliedstaaten vermarkteten Produkt, obgleich sich diese Produkte in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen wesentlich voneinander unterscheiden.

*Geänderter Text*

c) jegliche Art der Vermarktung eines Produkts als identisch **oder qualitativ gleichwertig** mit demselben in mehreren anderen Mitgliedstaaten vermarkteten Produkt, obgleich sich diese Produkte in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen wesentlich voneinander unterscheiden.

Or. it

**Änderungsantrag 212**

**Othmar Karas**

**Vorschlag für eine Richtlinie**

**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 2**

Richtlinie 2005/29/EG

Artikel 6 – Absatz 2 – Buchstabe c

*Vorschlag der Kommission*

c) jegliche Art der Vermarktung eines Produkts als identisch mit demselben in mehreren anderen Mitgliedstaaten vermarkteten Produkt, obgleich sich diese Produkte in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen wesentlich voneinander unterscheiden.

*Geänderter Text*

c) jegliche Art der Vermarktung eines Produkts als identisch mit demselben in mehreren anderen Mitgliedstaaten vermarkteten Produkt, obgleich sich diese Produkte in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen wesentlich **und nicht objektiv begründbar** voneinander unterscheiden.

Or. de

**Änderungsantrag 213**

**Martin Schirdewan**

**Vorschlag für eine Richtlinie**

**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 2**

Richtlinie 2005/29/EG

Artikel 6 – Absatz 2 – Buchstabe c

*Vorschlag der Kommission*

c) jegliche Art der Vermarktung eines Produkts als identisch mit demselben in **mehreren** anderen Mitgliedstaaten vermarkteten Produkt, obgleich sich diese Produkte in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen wesentlich voneinander unterscheiden.

*Geänderter Text*

c) jegliche Art der Vermarktung eines Produkts als identisch mit demselben in anderen Mitgliedstaaten vermarkteten Produkt, obgleich sich diese Produkte in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen wesentlich voneinander unterscheiden.

Or. de

**Änderungsantrag 214**

**Marco Zullo**

**Vorschlag für eine Richtlinie**

**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 3**

Richtlinie 2005/29/EG

Artikel 7 – Absatz 4 – Buchstabe d

*Vorschlag der Kommission*

**3. Artikel 7 Absatz 4 Buchstabe d**

*Geänderter Text*

**entfällt**

*erhält folgende Fassung:*

**„d) die Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen, falls sie von den Erfordernissen der beruflichen Sorgfalt abweichen;“**

Or. it

*Begründung*

*Die in Artikel 7 Absatz 4 vorgesehene Informationspflicht, durch die Unternehmer verpflichtet sind, den Verbraucher über die Regeln des Beschwerdesystems des Gewerbetreibenden zu unterrichten, sollte bestehen bleiben.*

**Änderungsantrag 215**

**Julia Reda**

**Vorschlag für eine Richtlinie**

**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 3**

Richtlinie 2005/29/EG

Artikel 7 – Absatz 4 – Buchstabe d

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**3. Artikel 7 Absatz 4 Buchstabe d *entfällt***  
***erhält folgende Fassung:***

**„d) die Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen, falls sie von den Erfordernissen der beruflichen Sorgfalt abweichen;“**

Or. en

**Änderungsantrag 216**

**Julia Reda**

**Vorschlag für eine Richtlinie**

**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 3 a (neu)**

Richtlinie 2005/29/EG

Artikel 7 – Absatz 4 – Buchstabe f (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**3a. In Artikel 7 Absatz 4 wird folgender Buchstabe angefügt:**

**„f) für Produkte und Dienstleistungen, die auf Online-Marktplätzen oder über Preisvergleichsdienste angeboten werden, alle Parameter (einschließlich ihres relativen Gewichts), die dem Ranking der Angebote zugrunde liegen, die dem Verbraucher als Ergebnis seiner Suchanfrage auf dem Online-Marktplatz vorgeschlagen werden;“**

Or. en

**Änderungsantrag 217  
Marco Zullo**

**Vorschlag für eine Richtlinie  
Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 3 a (neu)  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 7 – Absatz 4 – Buchstabe f (neu)**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**3a) In Artikel 7 Absatz 4 wird nach Buchstabe e folgender Buchstabe eingefügt:**

**„f) für Produkte oder Dienstleistungen, die über Online-Plattformen angeboten werden, die Hauptparameter und die entsprechende Gewichtung für das Ranking der Angebote, die dem Verbraucher als Ergebnis seiner Suchanfrage präsentiert werden;“**

Or. it

*Begründung*

*Die Richtlinie über die Verbraucherrechte umfasst nicht die Werbemaßnahmen des E-*

*Marketings. Die in dem Vorschlag für Online-Märkte vorgesehenen  
Transparenzanforderungen sollten auch auf andere Arten von Plattformen ausgeweitet  
werden.*

**Änderungsantrag 218**  
**Philippe Juvin**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 3 a (neu)**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 7 – Absatz 4 – Buchstabe f (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**3a. In Artikel 7 Absatz 4 wird  
folgender Buchstabe angefügt:**

**„f) für Produkte und  
Dienstleistungen, die über Online-  
Plattformen angeboten werden, die  
Hauptparameter (einschließlich ihres  
relativen Gewichts) für das Ranking von  
Angeboten, die dem Verbraucher als  
Ergebnis einer Suchanfrage  
vorgeschlagen werden;“**

Or. en

**Änderungsantrag 219**  
**Evelyne Gebhardt, Nicola Danti, Olga Sehnalová, Lucy Anderson, Virginie Rozière**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 3 a (neu)**  
Richtlinie 2005/0029/EG  
Artikel 7 – Absatz 4 – Buchstabe f (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**3a. In Artikel 7 Absatz 4 wird  
folgender Buchstabe angefügt:**

**„f) im Falle des Rankings von  
Angeboten, die dem Verbraucher als  
Ergebnis seiner Suchanfrage  
vorgeschlagen werden, die wichtigsten  
Rankingparameter und die**



**Änderungsantrag 220**  
**Julia Reda**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 3 b (neu)**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 7 – Absatz 4 – Buchstabe g (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**3b. In Artikel 7 Absatz 4 wird folgender Buchstabe angefügt:**

**„g) für Produkte und Dienstleistungen, die auf Online-Marktplätzen oder über Preisvergleichsdienste angeboten werden, Angaben zu den auf Grundlage der Online-Aktivitäten einer Person gesammelten und verarbeiteten Daten sowie dazu, ob Algorithmen, einschließlich von Verfahren für die personalisierte Preisgestaltung, verwendet werden, um Angebote mit bestimmten Preisen vorzuschlagen;“**

**Änderungsantrag 221**  
**Marco Zullo**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 3 b (neu)**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 7 – Absatz 4 – Buchstabe g (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**3b) In Artikel 7 Absatz 4 wird nach Buchstabe e folgender Buchstabe**

*eingefügt:*

**„g) für Produkte oder Dienstleistungen, die von Dritten über eine Online-Plattform angeboten werden, Informationen darüber, ob der jeweilige Dritte ein Betreiber ist oder nicht;“**

Or. it

*Begründung*

*Die Richtlinie über die Verbraucherrechte umfasst nicht die Werbemaßnahmen des E-Marketings. Die in dem Vorschlag für Online-Märkte vorgesehenen Transparenzanforderungen sollten auch auf andere Arten von Plattformen ausgeweitet werden.*

**Änderungsantrag 222  
Philippe Juvin**

**Vorschlag für eine Richtlinie  
Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 3 b (neu)  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 7 – Absatz 4 – Buchstabe g (neu)**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**3b. In Artikel 7 Absatz 4 wird folgender Buchstabe angefügt:**

**„g) für Produkte und Dienstleistungen, die von Dritten über eine Online-Plattform angeboten werden, Angaben dazu, ob dieser Dritte ein Unternehmer ist oder nicht;“**

Or. en

**Änderungsantrag 223  
Julia Reda**

**Vorschlag für eine Richtlinie  
Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 3 c (neu)  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 7 – Absatz 4 – Buchstabe h (neu)**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**3c. In Artikel 7 Absatz 4 wird folgender Buchstabe angefügt:**

**„h) für Produkte und Dienstleistungen, die auf Online-Marktplätzen oder über Preisvergleichsdienste angeboten werden, gegebenenfalls alle Parameter für die Verarbeitung und Einstufung von Verbraucherbewertungen von Angeboten sowie Angaben dazu, ob diese Bewertungen einer Kontrolle unterzogen werden. Im letztgenannten Fall müssen die wichtigsten Merkmale der durchgeführten Kontrolle offengelegt werden;“**

Or. en

**Änderungsantrag 224**  
**Marco Zullo**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 3 c (neu)**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 7 – Absatz 4 – Buchstabe h (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**3c. In Artikel 7 Absatz 4 wird nach Buchstabe e folgender Buchstabe eingefügt:**

**„h) für Produkte oder Dienstleistungen, die über Online-Plattformen angeboten werden, Informationen darüber, ob die in den Verbraucherschutzvorschriften der Union verankerten Verbraucherrechte auf den Vertrag Anwendung finden, sowie gegebenenfalls darüber, welcher Unternehmer deren Anwendung zu gewährleisten hat;“**

Or. it

## *Begründung*

*Die Richtlinie über die Verbraucherrechte umfasst nicht die Werbemaßnahmen des E-Marketings. Die in dem Vorschlag für Online-Märkte vorgesehenen Transparenzanforderungen sollten auch auf andere Arten von Plattformen ausgeweitet werden.*

### **Änderungsantrag 225 Philippe Juvin**

**Vorschlag für eine Richtlinie  
Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 3 c (neu)  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 7 – Absatz 4 – Buchstabe h (neu)**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**3c. In Artikel 7 Absatz 4 wird folgender Buchstabe angefügt:**

**„h) für Produkte und Dienstleistungen, die auf Online-Plattformen angeboten werden, Angaben dazu, ob die in den Verbraucherschutzvorschriften der Union verankerten Verbraucherrechte Anwendung finden, und wenn dies der Fall ist, welcher Unternehmer ihre Anwendung in Bezug auf den Vertrag zu gewährleisten hat;“**

Or. en

### **Änderungsantrag 226 Julia Reda**

**Vorschlag für eine Richtlinie  
Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 3 d (neu)  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 7 – Absatz 4 – Buchstabe i (neu)**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**3d. In Artikel 7 Absatz 4 wird folgender Buchstabe angefügt:**

**„i) für Produkte und Dienstleistungen, die auf Online-Marktplätzen angeboten werden, ob der Dritte, der die Waren oder Dienstleistungen anbietet, ein Unternehmer ist oder nicht.“**

Or. en

**Änderungsantrag 227  
Marco Zullo**

**Vorschlag für eine Richtlinie  
Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 3 d (neu)  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 7 – Absatz 4 – Buchstabe i (neu)**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**3d. In Artikel 7 Absatz 4 wird nach Buchstabe e folgender Buchstabe eingefügt:**

**„i) für Produkte oder Dienstleistungen, die über Online-Plattformen angeboten werden, Informationen darüber, ob Algorithmen oder automatisierte Entscheidungsverfahren zur Anwendung kamen, um Angebote anzuzeigen oder Preise festzulegen, einschließlich personalisierter Preisgestaltungsverfahren.“**

Or. it

*Begründung*

*Die Richtlinie über die Verbraucherrechte umfasst nicht die Werbemaßnahmen des E-Marketings. Die in dem Vorschlag für Online-Märkte vorgesehenen Transparenzanforderungen sollten auch auf andere Arten von Plattformen ausgeweitet werden.*

**Änderungsantrag 228  
Philippe Juvin**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 3 d (neu)**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 7 – Absatz 4 – Buchstabe i (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**3d. In Artikel 7 Absatz 4 wird folgender Buchstabe angefügt:**

**„i) für Produkte und Dienstleistungen, die auf Online-Plattformen angeboten werden, ob und wie Algorithmen oder automatisierte Entscheidungsfindung, einschließlich von Verfahren für die personalisierte Preisgestaltung, eingesetzt werden, um Angebote vorzuschlagen oder Preise festzulegen.“**

Or. en

**Änderungsantrag 229**  
**Philippe Juvin, Anne Sander**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 3 e (neu)**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 7 – Absatz 4 – Buchstabe j (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**3e. In Artikel 7 Absatz 4 wird folgender Buchstabe angefügt:**

**„j) für Kundenbewertungen, die auf gewerblichen Plattformen angezeigt werden, Angaben dazu, ob eine Kontrolle der Glaubwürdigkeit der Bewertungen durchgeführt wird, und wenn dies der Fall ist, ihre wichtigsten Merkmale.“**

Or. en

## Änderungsantrag 230

Marco Zullo

### Vorschlag für eine Richtlinie

#### Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 3 e (neu)

Richtlinie 2005/29/EG

Artikel 8 a (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**3e. Nach Artikel 8 wird folgender Artikel eingefügt:**

**„8a. Parallele gewerbliche Marktplätze**

**(1) Ein paralleler gewerblicher Marktplatz gilt als unlautere Geschäftspraktik, bei der Tickets für jede Art von Veranstaltung auf einem zum zugelassenen Markt parallelen Markt zum Verkauf angeboten werden, auf dem die Tickets zu höheren Preisen verkauft werden als die offiziellen Tickets.“**

Or. it

### *Begründung*

*Mit dem sogenannten „Secondary Ticketing“ wird ein regelrechter paralleler gewerblicher Markt zulasten der Verbraucher unterhalten, der sich in jeder Hinsicht als unlauter erweist.*

## Änderungsantrag 231

Othmar Karas

### Vorschlag für eine Richtlinie

#### Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 4

Richtlinie 2005/29/EG

Artikel 11a – Absatz 1

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

(1) Zusätzlich zu dem Erfordernis nach Artikel 11, für geeignete und wirksame Mittel zur Durchsetzung der Einhaltung zu sorgen, stellen die Mitgliedstaaten zur Beseitigung **jeglicher** Wirkung unlauterer Geschäftspraktiken im Einklang mit den nationalen Rechtsvorschriften sicher, dass

(1) Zusätzlich zu dem Erfordernis nach Artikel 11, für geeignete und wirksame Mittel zur Durchsetzung der Einhaltung zu sorgen, stellen die Mitgliedstaaten zur Beseitigung **schädigender** Wirkung unlauterer Geschäftspraktiken **und unter Wahrung ihrer zivilrechtlichen und**

vertragliche und außervertragliche Rechtsbehelfe auch Verbrauchern zur Verfügung stehen, die durch solche unlauteren Geschäftspraktiken geschädigt wurden.

**insbesondere auch schadenersatzrechtlichen Gesamtsysteme und der darin vorgesehenen Voraussetzungen** im Einklang mit den nationalen Rechtsvorschriften **unter der Beachtung der Hierarchie der Gewährleistungsbehelfe** sicher, dass vertragliche und außervertragliche Rechtsbehelfe auch Verbrauchern zur Verfügung stehen, die durch solche unlauteren Geschäftspraktiken **in ihrem Eigentum oder körperlich** geschädigt wurden.

Or. de

### *Begründung*

*Aus Sicht der Haftung für Vertragswidrigkeiten (Gewährleistung) hat der Unternehmer eine Möglichkeit zur Nachbesserung, Ersatzlieferung oder Preisminderung. Nach dem nunmehrigen Vorschlag (Vertragskündigung im Falle unlauterer Geschäftspraktiken) würde der Verbraucher den Vertrag dagegen sofort kündigen können. Klärung des "Schädigungsbegriffs" ebenfalls unerlässlich - u.U. auch in weiter gefasster Form.*

### **Änderungsantrag 232** **Andreas Schwab**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 4**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 11a – Absatz 1

#### *Vorschlag der Kommission*

(1) **Zusätzlich zu dem Erfordernis nach Artikel 11, für geeignete und wirksame Mittel zur Durchsetzung der Einhaltung zu sorgen, stellen die Mitgliedstaaten zur Beseitigung jeglicher Wirkung unlauterer Geschäftspraktiken** im Einklang mit den nationalen Rechtsvorschriften **sicher, dass vertragliche und außervertragliche Rechtsbehelfe auch** Verbrauchern zur Verfügung stehen, die durch solche unlauteren Geschäftspraktiken geschädigt

#### *Geänderter Text*

(1) **Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass vertragliche und außervertragliche Rechtsbehelfe** im Einklang mit den **jeweiligen** nationalen Rechtsvorschriften Verbrauchern zur Verfügung stehen, die durch solche unlauteren Geschäftspraktiken geschädigt wurden.



wurden.

Or. en

**Änderungsantrag 233**  
**Anna Maria Corazza Bildt**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 4**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 11a – Absatz 1

*Vorschlag der Kommission*

(1) Zusätzlich zu dem Erfordernis nach Artikel 11, für geeignete und wirksame Mittel zur Durchsetzung der Einhaltung zu sorgen, stellen die Mitgliedstaaten zur Beseitigung *jeglicher Wirkung* unlauterer Geschäftspraktiken im Einklang mit den nationalen Rechtsvorschriften sicher, dass vertragliche und außervertragliche Rechtsbehelfe auch Verbrauchern zur Verfügung stehen, die durch solche unlauteren Geschäftspraktiken geschädigt wurden.

*Geänderter Text*

(1) Zusätzlich zu dem Erfordernis nach Artikel 11, für geeignete und wirksame Mittel zur Durchsetzung der Einhaltung zu sorgen, stellen die Mitgliedstaaten zur Beseitigung *der Wirkungen* unlauterer Geschäftspraktiken im Einklang mit den nationalen Rechtsvorschriften sicher, dass vertragliche und außervertragliche Rechtsbehelfe auch Verbrauchern zur Verfügung stehen, die durch solche unlauteren Geschäftspraktiken geschädigt wurden.

Or. en

*Begründung*

*Angemessene Rechtsbehelfe sollten Anwendung finden, doch scheint es sehr schwierig, „jegliche“ Schäden zu beseitigen, wie beispielsweise immaterielle Schäden.*

**Änderungsantrag 234**  
**Andreas Schwab**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 4**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 11a – Absatz 2

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(2) Vertragliche Rechtsbehelfe müssen mindestens beinhalten, dass der Verbraucher den Vertrag einseitig kündigen kann.**

**entfällt**

Or. en

**Änderungsantrag 235**  
**Julia Reda**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 4**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 11a – Absatz 2

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

(2) Vertragliche Rechtsbehelfe müssen mindestens beinhalten, dass der Verbraucher den Vertrag einseitig kündigen kann.

(2) Vertragliche Rechtsbehelfe müssen mindestens beinhalten, dass der Verbraucher den Vertrag einseitig kündigen, **eine Erstattung oder Preisminderung erhalten sowie auch für den ihm entstandenen Schaden entschädigt werden** kann.

Or. en

**Änderungsantrag 236**

**Evelyne Gebhardt, Lucy Anderson, Virginie Rozière, Nicola Danti, Olga Sehnalová**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 4**  
Richtlinie 2005/29/EG Artikel 11a – Absatz 2

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

(2) Vertragliche Rechtsbehelfe müssen mindestens beinhalten, dass der Verbraucher den Vertrag einseitig kündigen kann.

(2) Vertragliche Rechtsbehelfe müssen mindestens beinhalten, dass der Verbraucher den Vertrag einseitig kündigen, **eine Preisminderung erhalten oder für Schaden entschädigt werden** kann.

**Änderungsantrag 237**

**Marco Zullo**

**Vorschlag für eine Richtlinie**

**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 4**

Richtlinie 2005/29/EG

Artikel 11a – Absatz 2

*Vorschlag der Kommission*

(2) Vertragliche Rechtsbehelfe müssen mindestens beinhalten, dass der Verbraucher den Vertrag einseitig kündigen kann.

*Geänderter Text*

(2) Vertragliche Rechtsbehelfe müssen mindestens beinhalten, dass der Verbraucher den Vertrag einseitig kündigen **und das Recht auf Preisminderung geltend machen** kann.

Or. it

**Änderungsantrag 238**

**Pascal Arimont, Antonio López-Istúriz White, Anna Maria Corazza Bildt, Eva Maydell, Carlos Coelho**

**Vorschlag für eine Richtlinie**

**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 4**

Richtlinie 2005/29/EG

Artikel 11a – Absatz 2

*Vorschlag der Kommission*

(2) Vertragliche Rechtsbehelfe müssen mindestens beinhalten, dass der Verbraucher den Vertrag einseitig kündigen kann.

*Geänderter Text*

(2) Vertragliche Rechtsbehelfe müssen mindestens beinhalten, dass der Verbraucher **eine Preisminderung erhalten oder** den Vertrag einseitig kündigen kann.

Or. en

*Begründung*

*Die Verbraucher sollten auch berechtigt sein, anstelle der Vertragskündigung eine Preisminderung zu verlangen.*

**Änderungsantrag 239**  
**Othmar Karas**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 4**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 11a – Absatz 2

*Vorschlag der Kommission*

(2) Vertragliche Rechtsbehelfe müssen mindestens beinhalten, dass der Verbraucher den Vertrag einseitig kündigen kann.

*Geänderter Text*

(2) Vertragliche Rechtsbehelfe müssen mindestens beinhalten, dass der Verbraucher den Vertrag **unter Beachtung der Hierarchie der Gewährleistungsbehelfe** einseitig kündigen kann.

Or. de

**Änderungsantrag 240**  
**Anna Maria Corazza Bildt**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 4**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 11a – Absatz 2

*Vorschlag der Kommission*

(2) Vertragliche Rechtsbehelfe müssen **mindestens** beinhalten, dass der Verbraucher den Vertrag einseitig kündigen kann.

*Geänderter Text*

(2) Vertragliche Rechtsbehelfe müssen beinhalten, dass der Verbraucher den Vertrag einseitig kündigen kann.

Or. en

*Begründung*

*Das Wort „mindestens“ wurde gestrichen, da es Raum zur Auslegung lässt.*

**Änderungsantrag 241**  
**Andreas Schwab**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 4**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 11a – Absatz 3

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

(3) ***Außervertragliche Rechtsbehelfe müssen mindestens beinhalten, dass der Verbraucher für den ihm entstandenen Schaden entschädigt werden kann.***“ ***entfällt***

Or. en

**Änderungsantrag 242**  
**Anna Maria Corazza Bildt**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 4**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 11a – Absatz 3

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

(3) Außervertragliche Rechtsbehelfe müssen ***mindestens*** beinhalten, dass der Verbraucher für den ihm entstandenen Schaden entschädigt werden kann.“

(3) Außervertragliche Rechtsbehelfe müssen beinhalten, dass der Verbraucher für den ihm entstandenen Schaden entschädigt werden kann.“

Or. en

*Begründung*

*Das Wort „mindestens“ wurde gestrichen, da es Raum zur Auslegung lässt.*

**Änderungsantrag 243**  
**Othmar Karas**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 5**  
Richtlinie 2005/0029/EG  
Artikel 13 – Absatz 1

*Vorschlag der Kommission*

(1) Die Mitgliedstaaten legen für Verstöße gegen die aufgrund dieser Richtlinie erlassenen nationalen Vorschriften Sanktionen fest und treffen die zu ihrer Anwendung erforderlichen Maßnahmen. Die vorgesehenen Sanktionen müssen wirksam, verhältnismäßig und abschreckend sein.

*Geänderter Text*

(1) Die Mitgliedstaaten legen für Verstöße gegen die aufgrund dieser Richtlinie erlassenen nationalen Vorschriften ***und/oder gegen eine gerichtliche oder behördliche Entscheidung, mit der die Beendigung eines bereits erfolgten oder das Verbot eines drohenden Verstoßes aufgetragen wurde***, Sanktionen fest und treffen die zu ihrer Anwendung erforderlichen Maßnahmen. Die vorgesehenen Sanktionen müssen wirksam, verhältnismäßig und abschreckend sein.

Or. de

*Begründung*

*Es soll den Mitgliedstaaten in Einklang mit dem Subsidiaritätsprinzip möglich sein ein Zweistufensystem beizubehalten, bei dem zunächst ein Gericht oder eine Behörde ein Verbot ausspricht und dann die Nichtbefolgung dieses gerichtlichen oder behördlichen Verbots von unlauteren Geschäftspraktiken mit Sanktionen bedroht ist.*

**Änderungsantrag 244**  
**Othmar Karas**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 5**  
Richtlinie 2005/0029/EG  
Artikel 13 – Absatz 2 – Einleitung

*Vorschlag der Kommission*

(2) Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass die Verwaltungsbehörden oder Gerichte bei der Entscheidung über die Verhängung einer Sanktion und über deren Höhe folgende Kriterien, sofern zutreffend, gebührend berücksichtigen:

*Geänderter Text*

(2) Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass die Verwaltungsbehörden oder Gerichte bei der Entscheidung über die Verhängung einer Sanktion und über deren Höhe ***wegen eines Verstoßes gegen die aufgrund dieser Richtlinie erlassenen nationalen Vorschriften und/oder der Nichteinhaltung einer Entscheidung mit der die Beendigung eines bereits erfolgten oder das Verbot eines drohenden***

*Verstoßes aufgetragen wurde* folgende Kriterien, sofern zutreffend, gebührend berücksichtigen:

Or. de

**Änderungsantrag 245**  
**Andreas Schwab**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 5**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 13 – Absatz 2 – Einleitung

*Vorschlag der Kommission*

(2) **Die** Mitgliedstaaten stellen sicher, dass die Verwaltungsbehörden oder Gerichte bei der Entscheidung über die Verhängung einer **Sanktion** und über deren Höhe folgende Kriterien, sofern zutreffend, gebührend berücksichtigen:

*Geänderter Text*

(2) **Wenn die** Mitgliedstaaten **eine Geldbuße verhängen**, stellen **sie** sicher, dass die Verwaltungsbehörden oder Gerichte bei der Entscheidung über die Verhängung einer **Geldbuße** und über deren Höhe folgende Kriterien, sofern zutreffend, gebührend berücksichtigen:

Or. en

**Änderungsantrag 246**  
**Othmar Karas**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 5**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 13 – Absatz 2 – Buchstabe b

*Vorschlag der Kommission*

b) die Zahl der **betroffenen** Verbraucher, **auch** in anderen Mitgliedstaaten;

*Geänderter Text*

b) die Zahl der **tatsächlich geschädigten** Verbraucher, **unter Erhebung der auch tatsächlich** in anderen Mitgliedstaaten **geschädigten Verbraucher**;

Or. de

**Änderungsantrag 247**  
**Martin Schirdewan**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 5**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 13 – Absatz 2 – Buchstabe d

*Vorschlag der Kommission*

d) **gegebenenfalls** die Vorsätzlichkeit  
oder Fahrlässigkeit des Verstoßes;

*Geänderter Text*

d) die Vorsätzlichkeit oder  
Fahrlässigkeit des Verstoßes;

Or. de

**Änderungsantrag 248**  
**Anna Maria Corazza Bildt**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 5**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 13 – Absatz 2 – Buchstabe d

*Vorschlag der Kommission*

d) **gegebenenfalls** die Vorsätzlichkeit  
oder Fahrlässigkeit des Verstoßes;

*Geänderter Text*

d) die Vorsätzlichkeit oder  
Fahrlässigkeit des Verstoßes;

Or. en

**Änderungsantrag 249**  
**Othmar Karas**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 5**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 13 – Absatz 2 – Buchstabe f

*Vorschlag der Kommission*

f) vom Gewerbetreibenden aufgrund  
des Verstoßes erlangte finanzielle Vorteile  
**oder vermiedene Verluste;**

*Geänderter Text*

f) vom Gewerbetreibenden aufgrund  
des Verstoßes erlangte finanzielle Vorteile;

Or. de



**Änderungsantrag 250**  
**Julia Reda**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 5**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 13 – Absatz 2 – Buchstabe g

*Vorschlag der Kommission*

g) andere erschwerende oder mildernde Umstände im jeweiligen Fall.

*Geänderter Text*

g) andere erschwerende oder mildernde Umstände im jeweiligen Fall:

*i) ob das Unternehmen ein genehmigtes Zertifizierungsverfahren oder genehmigte Verhaltensregeln einhält;*

*ii) ob der Verstoß proaktiv vom Unternehmen selbst oder einem Dritten der Aufsichtsbehörde gemeldet wurde.*

Or. en

**Änderungsantrag 251**  
**Jasenko Selimovic**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 5**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 13 – Absatz 2 – Buchstabe ga (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

*ga) der Umfang, in dem der Gewerbetreibende mit den Behörden der Mitgliedstaaten zusammengearbeitet hat, um die Folgen des Verstoßes zu beseitigen und dessen mögliche nachteilige Auswirkungen abzumildern.*

Or. en

## **Änderungsantrag 252**

**Marco Zullo**

### **Vorschlag für eine Richtlinie**

**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 5**

Richtlinie 2005/29/EG

Artikel 13 – Absatz 2 – Buchstabe ga (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**ga) die vorstehenden Kriterien, auch wenn der Verstoß zwar vor dem Inkrafttreten der Regelung begangen wurde, aber die Folgen weiterhin Schäden und offensichtliche und nachweisliche Unannehmlichkeiten für den Verbraucher entstehen lassen.**

Or. it

### *Begründung*

*Mit diesem Änderungsantrag wird nicht gefordert, dass der Vorschlag der Kommission rückwirkend gilt, sondern die Verbraucher sollen vor Auswirkungen der Verstöße des Unternehmers geschützt werden, die noch heute und in naher Zukunft entstehen.*

## **Änderungsantrag 253**

**Jasenko Selimovic**

### **Vorschlag für eine Richtlinie**

**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 5**

Richtlinie 2005/29/EG

Artikel 13 – Absatz 2 a (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**(2a) Die Mitgliedstaaten üben die in diesem Artikel festgelegten Befugnisse im Einklang mit dem Unionsrecht, einschließlich der Grundsätze der Charta der Grundrechte der Europäischen Union, der geltenden Verfahrensgarantien und der Datenschutzvorschriften der Union, insbesondere der Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments**

*und des Rates<sup>1a</sup>, sowie des nationalen Rechts, verhältnismäßig, effizient und wirksam aus.*

---

*<sup>1a</sup> Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. April 2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG (Datenschutz-Grundverordnung) (ABl. L 119 vom 4.5.2016, S. 1).*

Or. en

## **Änderungsantrag 254** **Othmar Karas**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 5**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 13 – Absatz 3

### *Vorschlag der Kommission*

(3) Handelt es sich bei der zu verhängenden Sanktion um eine Geldbuße, so werden der Jahresumsatz und die jährlichen Nettogewinne des zuwiderhandelnden Gewerbetreibenden sowie etwaige Geldbußen, die in anderen Mitgliedstaaten wegen desselben Verstoßes oder anderer Verstöße gegen diese Richtlinie verhängt wurden, bei der Festsetzung des Betrags der Geldbuße ebenfalls berücksichtigt.

### *Geänderter Text*

(3) Handelt es sich bei der zu verhängenden Sanktion um eine Geldbuße, so werden der Jahresumsatz und die jährlichen Nettogewinne des zuwiderhandelnden Gewerbetreibenden sowie etwaige Geldbußen, die in anderen Mitgliedstaaten wegen desselben Verstoßes oder anderer Verstöße gegen diese Richtlinie verhängt wurden, bei der Festsetzung des Betrags der Geldbuße ebenfalls berücksichtigt. ***Die Mitgliedstaaten können vorsehen, dass im Falle eines Verstoßes gegen die aufgrund dieser Richtlinie erlassenen nationalen Vorschriften der Gewerbetreibende mit dem Ziel einer möglichst wirksamen Beendigung von der Behörde zu beraten und zur Herstellung des rechtmäßigen Zustandes aufzufordern ist, und dass von der Verhängung einer Sanktion***

*abgesehen wird, wenn der Aufforderung fristgemäß nachgekommen wird. Sie legen die näheren Bedingungen für ein derartiges Vorgehen fest.*

Or. de

**Änderungsantrag 255**  
**Martin Schirdewan**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 5**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 13 – Absatz 3

*Vorschlag der Kommission*

(3) Handelt es sich bei der zu verhängenden Sanktion um eine Geldbuße, so werden der Jahresumsatz und die jährlichen Nettogewinne des zuwiderhandelnden Gewerbetreibenden sowie etwaige Geldbußen, die in anderen Mitgliedstaaten wegen desselben Verstoßes oder anderer Verstöße gegen diese Richtlinie verhängt wurden, bei der Festsetzung des Betrags der Geldbuße ebenfalls berücksichtigt.

*Geänderter Text*

(3) Handelt es sich bei der zu verhängenden Sanktion um eine Geldbuße, so werden der Jahresumsatz und die jährlichen Nettogewinne des zuwiderhandelnden Gewerbetreibenden sowie **der durch den Verstoß erlangte Gewinn und** etwaige Geldbußen, die in anderen Mitgliedstaaten wegen desselben Verstoßes oder anderer Verstöße gegen diese Richtlinie verhängt wurden, bei der Festsetzung des Betrags der Geldbuße ebenfalls berücksichtigt.

Or. de

**Änderungsantrag 256**  
**Andreas Schwab**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 5**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 13 – Absatz 3

*Vorschlag der Kommission*

(3) **Handelt es sich bei der zu verhängenden Sanktion um eine Geldbuße, so werden der Jahresumsatz**

*Geänderter Text*

(3) **Der** Jahresumsatz und die jährlichen Nettogewinne des zuwiderhandelnden Händlers sowie

und die jährlichen Nettogewinne des zuwiderhandelnden Händlers sowie etwaige Geldbußen, die in anderen Mitgliedstaaten wegen desselben Verstoßes oder anderer Verstöße gegen diese Richtlinie verhängt wurden, bei der Festsetzung *des Betrags* der *Geldbuße* ebenfalls berücksichtigt.

etwaige Geldbußen, die in anderen Mitgliedstaaten wegen desselben Verstoßes oder anderer Verstöße gegen diese Richtlinie verhängt wurden, *werden* bei der Festsetzung *der Höhe* der *Sanktion* ebenfalls berücksichtigt.

Or. en

### **Änderungsantrag 257**

**Pascal Arimont, Antonio López-Istúriz White, Carlos Coelho**

#### **Vorschlag für eine Richtlinie**

##### **Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 5**

Richtlinie 2005/29/EG

Artikel 13 – Absatz 3

#### *Vorschlag der Kommission*

(3) Handelt es sich bei der zu verhängenden Sanktion um eine Geldbuße, so werden der Jahresumsatz und die jährlichen Nettogewinne des zuwiderhandelnden Händlers sowie etwaige Geldbußen, die in anderen Mitgliedstaaten wegen desselben Verstoßes oder anderer Verstöße gegen diese Richtlinie verhängt wurden, bei der Festsetzung des Betrags der Geldbuße ebenfalls berücksichtigt.

#### *Geänderter Text*

(3) Handelt es sich bei der zu verhängenden Sanktion um eine Geldbuße, so werden der Jahresumsatz und die jährlichen Nettogewinne des *vorangegangenen Geschäftsjahres des* zuwiderhandelnden Händlers sowie etwaige Geldbußen, die in anderen Mitgliedstaaten wegen desselben Verstoßes oder anderer Verstöße gegen diese Richtlinie verhängt wurden, bei der Festsetzung des Betrags der Geldbuße ebenfalls berücksichtigt.

Or. en

### **Änderungsantrag 258**

**Julia Reda**

#### **Vorschlag für eine Richtlinie**

##### **Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 5**

Richtlinie 2005/29/EG

Artikel 13 – Absatz 3

*Vorschlag der Kommission*

(3) Handelt es sich bei der zu verhängenden Sanktion um eine Geldbuße, so werden der Jahresumsatz und die jährlichen Nettogewinne des zuwiderhandelnden Händlers sowie etwaige Geldbußen, die in anderen Mitgliedstaaten wegen desselben Verstoßes oder anderer Verstöße gegen diese Richtlinie verhängt wurden, bei der Festsetzung des Betrags der Geldbuße ebenfalls berücksichtigt.

*Geänderter Text*

(3) Handelt es sich bei der zu verhängenden Sanktion um eine Geldbuße, so werden der **weltweite** Jahresumsatz und die jährlichen Nettogewinne des zuwiderhandelnden Händlers sowie etwaige Geldbußen, die in anderen Mitgliedstaaten wegen desselben Verstoßes oder anderer Verstöße gegen diese Richtlinie verhängt wurden, bei der Festsetzung des Betrags der Geldbuße ebenfalls berücksichtigt.

Or. en

**Änderungsantrag 259**  
**Maria Grapini**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 5**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 13 – Absatz 3

*Vorschlag der Kommission*

(3) Handelt es sich bei der zu verhängenden Sanktion um eine Geldbuße, so werden der Jahresumsatz **und die jährlichen Nettogewinne des zuwiderhandelnden Händlers** sowie etwaige Geldbußen, die in anderen Mitgliedstaaten wegen desselben Verstoßes oder anderer Verstöße gegen diese Richtlinie verhängt wurden, bei der Festsetzung des Betrags der Geldbuße **ebenfalls** berücksichtigt.

*Geänderter Text*

(3) Handelt es sich bei der zu verhängenden Sanktion um eine Geldbuße, so werden der Jahresumsatz sowie etwaige Geldbußen, die in anderen Mitgliedstaaten wegen desselben Verstoßes oder anderer Verstöße gegen diese Richtlinie verhängt wurden, bei der Festsetzung des Betrags der Geldbuße berücksichtigt.

Or. ro

**Änderungsantrag 260**  
**Marco Zullo**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 5**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 13 – Absatz 4

*Vorschlag der Kommission*

(4) Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass es im Rahmen der Sanktionen für weitverbreitete Verstöße und weitverbreitete Verstöße mit Unions-Dimension im Sinne der Verordnung (EU) 2017/2394 auch möglich ist, Geldbußen zu verhängen, deren Höchstbetrag sich auf mindestens 4 % des **Jahresumsatzes** des Unternehmers in dem (den) betreffenden Mitgliedstaat(en) beläuft.

*Geänderter Text*

(4) Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass es im Rahmen der Sanktionen für weitverbreitete Verstöße und weitverbreitete Verstöße mit Unions-Dimension im Sinne der Verordnung (EU) 2017/2394 auch möglich ist, Geldbußen zu verhängen, deren Höchstbetrag sich auf mindestens 4 % des **weltweiten** Umsatzes des Unternehmers, **gemessen am Gesamtjahresumsatz des Vorjahres**, in dem (den) betreffenden Mitgliedstaat(en) beläuft.

Or. it

**Änderungsantrag 261**  
**Pascal Arimont, Carlos Coelho**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 5**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 13 – Absatz 4

*Vorschlag der Kommission*

(4) Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass es im Rahmen der Sanktionen für weitverbreitete Verstöße und weitverbreitete Verstöße mit Unions-Dimension im Sinne der Verordnung (EU) 2017/2394 auch möglich ist, Geldbußen zu verhängen, deren Höchstbetrag sich auf **mindestens** 4 % des Jahresumsatzes des Unternehmers **in dem (den) betreffenden Mitgliedstaat(en) beläuft**.

*Geänderter Text*

(4) Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass es im Rahmen der Sanktionen für weitverbreitete Verstöße und weitverbreitete Verstöße mit Unions-Dimension im Sinne der Verordnung (EU) 2017/2394 auch möglich ist, Geldbußen zu verhängen, deren Höchstbetrag sich auf **bis zu 10 000 000 EUR bzw. 4 % des gesamten weltweiten Jahresumsatzes des vorangegangenen Geschäftsjahrs des Unternehmers beläuft, je nachdem, welcher der Beträge höher ist**.

Or. en

## Begründung

*In manchen Fällen kann der Umsatz nicht bestimmt werden. Daher wird vorgeschlagen, den Wortlaut besser an die DSGVO anzupassen, die eine ähnliche Bestimmung enthält (Artikel 83 Absätze 4 und 5).*

### **Änderungsantrag 262** **Julia Reda**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 5**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 13 – Absatz 4

#### *Vorschlag der Kommission*

(4) Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass es im Rahmen der Sanktionen für weitverbreitete Verstöße und weitverbreitete Verstöße mit Unions-Dimension im Sinne der Verordnung (EU) 2017/2394 auch möglich ist, Geldbußen zu verhängen, deren Höchstbetrag sich auf mindestens 4 % des Jahresumsatzes des Unternehmers **in dem (den) betreffenden Mitgliedstaat(en) beläuft.**

#### *Geänderter Text*

(4) Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass es im Rahmen der Sanktionen für weitverbreitete Verstöße und weitverbreitete Verstöße mit Unions-Dimension im Sinne der Verordnung (EU) 2017/2394 auch möglich ist, Geldbußen zu verhängen, deren Höchstbetrag sich auf mindestens **10 000 000 EUR bzw. 4 % des gesamten weltweiten** Jahresumsatzes des Unternehmers **beläuft, je nachdem, welcher der Beträge höher ist.**

Or. en

### **Änderungsantrag 263** **Martin Schirdewan**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 5**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 13 – Absatz 4

#### *Vorschlag der Kommission*

(4) Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass es im Rahmen der Sanktionen für weitverbreitete Verstöße und weitverbreitete Verstöße mit Unions-Dimension im Sinne der Verordnung (EU)

#### *Geänderter Text*

(4) Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass es im Rahmen der Sanktionen für weitverbreitete Verstöße und weitverbreitete Verstöße mit Unions-Dimension im Sinne der Verordnung (EU)



2017/2394 auch möglich ist, Geldbußen zu verhängen, **deren Höchstbetrag** sich auf mindestens 4 % des **Jahresumsatzes** des Gewerbetreibenden in dem (den) betreffenden Mitgliedstaat(en) beläuft.

2017/2394 auch möglich ist, Geldbußen zu verhängen, **die** sich auf mindestens 4 % des **weltweiten Gesamtjahresumsatzes** des Gewerbetreibenden in dem (den) betreffenden Mitgliedstaat(en) beläuft.

Or. de

## Änderungsantrag 264

Evelyne Gebhardt, Nicola Danti, Virginie Rozière, Biljana Borzan, Olga Sehnalová

### Vorschlag für eine Richtlinie

#### Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 5

Richtlinie 2005/29/EG

Artikel 13 – Absatz 4

#### *Vorschlag der Kommission*

(4) Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass es im Rahmen der Sanktionen für weitverbreitete Verstöße und weitverbreitete Verstöße mit Unions-Dimension im Sinne der Verordnung (EU) 2017/2394 auch möglich ist, Geldbußen zu verhängen, deren Höchstbetrag sich auf mindestens 4 % des Jahresumsatzes des Unternehmers **in dem (den) betreffenden Mitgliedstaat(en)** beläuft.

#### *Geänderter Text*

(4) Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass es im Rahmen der Sanktionen für weitverbreitete Verstöße und weitverbreitete Verstöße mit Unions-Dimension im Sinne der Verordnung (EU) 2017/2394 auch möglich ist, Geldbußen zu verhängen, deren Höchstbetrag sich auf mindestens 4 % des **gesamten weltweiten** Jahresumsatzes des Unternehmers beläuft.

Or. en

## Änderungsantrag 265

Maria Grapini

### Vorschlag für eine Richtlinie

#### Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 5

Richtlinie 2005/29/EG

Artikel 13 – Absatz 4

#### *Vorschlag der Kommission*

(4) Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass es im Rahmen der Sanktionen für weitverbreitete Verstöße und

#### *Geänderter Text*

(4) Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass es im Rahmen der Sanktionen für weitverbreitete Verstöße und

weitverbreitete Verstöße mit Unions-Dimension im Sinne der Verordnung (EU) 2017/2394 auch möglich ist, Geldbußen zu verhängen, deren **Höchstbetrag** sich auf **mindestens** 4 % des Jahresumsatzes des Gewerbetreibenden in dem (den) betreffenden Mitgliedstaat(en) beläuft.

weitverbreitete Verstöße mit Unions-Dimension im Sinne der Verordnung (EU) 2017/2394 auch möglich ist, Geldbußen zu verhängen, deren **Betrag** sich auf **höchstens** 4 % des Jahresumsatzes des Gewerbetreibenden in dem (den) betreffenden Mitgliedstaat(en) beläuft.

Or. ro

## **Änderungsantrag 266** **Othmar Karas**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 5**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 13 – Absatz 4

### *Vorschlag der Kommission*

(4) Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass es im Rahmen der Sanktionen für weitverbreitete Verstöße und weitverbreitete Verstöße mit Unions-Dimension im Sinne der Verordnung (EU) 2017/2394 auch möglich ist, Geldbußen zu verhängen, deren Höchstbetrag sich auf mindestens 4 % des Jahresumsatzes des Gewerbetreibenden in dem (den) betreffenden Mitgliedstaat(en) beläuft.

### *Geänderter Text*

(4) Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass es im Rahmen der Sanktionen für weitverbreitete Verstöße und weitverbreitete Verstöße mit Unions-Dimension im Sinne der Verordnung (EU) 2017/2394 **bei aktiv vom Gewerbetreibenden grenzüberschreitend ausgerichteten Tätigkeiten** auch möglich ist, Geldbußen zu verhängen, deren Höchstbetrag sich auf mindestens 4 % des Jahresumsatzes des Gewerbetreibenden in dem (den) betreffenden Mitgliedstaat(en) beläuft.

Or. de

## **Änderungsantrag 267** **Othmar Karas**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 5**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 13 – Absatz 5

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

(5) **Bei der Entscheidung über die Aufteilung der Einnahmen aus Geldbußen berücksichtigen die Mitgliedstaaten das Allgemeininteresse der Verbraucher.** **entfällt**

Or. de

*Begründung*

*Bei der Aufteilung etwaiger Einnahmen aus Geldbußen muss unter allen Umständen ein Interessenskonflikt vermieden werden. Besonders im Hinblick auf aktuellen Kommissionsvorschlag COM(2018) 184 final.*

**Änderungsantrag 268**  
**Marco Zullo**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 5**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 13 – Absatz 5

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

(5) Bei der Entscheidung über die Aufteilung der Einnahmen aus Geldbußen berücksichtigen die Mitgliedstaaten das Allgemeininteresse der Verbraucher.

(5) Bei der Entscheidung über die Aufteilung der Einnahmen aus Geldbußen berücksichtigen die Mitgliedstaaten das Allgemeininteresse der Verbraucher. ***Insbesondere müssen die Mitgliedstaaten den größten Teil dieser Einnahmen einem Fonds zuweisen, der für den direkten Ausgleich und die Entschädigung der Verbraucher für alle aufgrund des Verstoßes entstandenen Schäden bestimmt ist.***

Or. it

*Begründung*

*Um ihrer gesellschaftlichen Funktion und dem gänzlichen Schutz der Staatsbürger gerecht zu werden, muss die Verwaltungsbehörde die Verbraucher, die von einem Verstoß betroffen sind, direkt entschädigen.*

**Änderungsantrag 269**  
**Julia Reda**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 5**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 13 – Absatz 5

*Vorschlag der Kommission*

(5) **Bei der Entscheidung über die Aufteilung der Einnahmen aus Geldbußen berücksichtigen die Mitgliedstaaten das Allgemeininteresse** der Verbraucher.

*Geänderter Text*

(5) **Die Mitgliedstaaten weisen die Einnahmen aus Geldbußen der Förderung des Allgemeininteresses** der Verbraucher zu.

Or. en

**Änderungsantrag 270**  
**Evelyne Gebhardt, Lucy Anderson**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 5**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Artikel 13 – Absatz 6 a (neu)

*Vorschlag der Kommission*

(6a) **Zur Durchsetzung von Sanktionen sollte es nicht erforderlich sein, dass die Mitgliedstaaten ein umfassendes System der öffentlichen Durchsetzung einrichten. Es sollte den Mitgliedstaaten überlassen werden, die Modalitäten der Verhängung und Durchsetzung von Sanktionen festzulegen.**

*Geänderter Text*

(6a) **Zur Durchsetzung von Sanktionen sollte es nicht erforderlich sein, dass die Mitgliedstaaten ein umfassendes System der öffentlichen Durchsetzung einrichten. Es sollte den Mitgliedstaaten überlassen werden, die Modalitäten der Verhängung und Durchsetzung von Sanktionen festzulegen.**

Or. en

**Änderungsantrag 271**  
**Philippe Juvin**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer -6 (neu)**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**-6. In Anhang I wird folgende Nummer 6a angefügt:**

***Anzeige eines Preisnachlasses ohne Angabe des Referenzpreises, anhand dessen der Nachlass berechnet wurde, und ohne eine Möglichkeit, dessen Gültigkeit in den 30 Tagen vor der Anzeige nachprüfen zu können.***

Or. fr

**Änderungsantrag 272  
Marco Zullo**

**Vorschlag für eine Richtlinie  
Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 6  
Richtlinie 2005/29/EG  
Anhang I – Nummer 11**

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

11. Zu Zwecken der Verkaufsförderung werden redaktionelle Inhalte in Medien eingesetzt oder Informationen nach einer Online-Suchanfrage eines Verbrauchers bereitgestellt, und der Gewerbetreibende hat diese Verkaufsförderung bezahlt, ohne dass dies aus den Inhalten oder den Suchergebnissen oder aus für den Verbraucher klar erkennbaren Bildern und Tönen eindeutig hervorgehen würde (als Information getarnte Werbung, kostenpflichtige Platzierung oder kostenpflichtige Berücksichtigung). Die Richtlinie 2010/13/EU<sup>48</sup> bleibt davon unberührt.

11. Zu Zwecken der Verkaufsförderung ***eines Produktes oder einer Dienstleistung, auch in Form eines besseren Rankings in den Suchergebnissen,*** werden redaktionelle Inhalte in Medien eingesetzt oder Informationen nach einer Online-Suchanfrage eines Verbrauchers bereitgestellt, und der Gewerbetreibende hat diese Verkaufsförderung bezahlt ***oder in nicht monetärer Form entlohnt,*** ohne dass dies aus den Inhalten oder den Suchergebnissen oder aus für den Verbraucher klar erkennbaren Bildern und Tönen eindeutig hervorgehen würde (als Information getarnte Werbung, kostenpflichtige Platzierung oder kostenpflichtige Berücksichtigung). Die Richtlinie 2010/13/EU<sup>48</sup> bleibt davon unberührt.

---

<sup>48</sup> Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen

---

<sup>48</sup> Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen

Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste) (ABl. L 95 vom 15.4.2010, S. 1).

Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste) (ABl. L 95 vom 15.4.2010, S. 1).

Or. it

### *Begründung*

*Ein Produkt oder eine Dienstleistung darf nicht als gratis beschrieben werden, wenn die Verbraucher im Gegenzug Daten zur Verfügung stellen müssen.*

### **Änderungsantrag 273**

**Evelyne Gebhardt, Lucy Anderson, Olga Sehnalová**

#### **Vorschlag für eine Richtlinie**

#### **Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 6**

Richtlinie 2005/29/EG

Anhang I – Nummer 11

#### *Vorschlag der Kommission*

11. Zu Zwecken der **Verkaufsförderung** werden redaktionelle Inhalte in Medien eingesetzt oder Informationen nach einer Online-Suchanfrage **eines Verbrauchers** bereitgestellt, und der Gewerbetreibende hat diese Verkaufsförderung **bezahlt**, ohne dass dies aus den Inhalten oder den Suchergebnissen oder aus für den Verbraucher klar erkennbaren Bildern und Tönen eindeutig hervorgehen würde (als Information getarnte Werbung, kostenpflichtige Platzierung oder kostenpflichtige Berücksichtigung). Die Richtlinie 2010/13/EU<sup>48</sup> bleibt davon unberührt.

#### *Geänderter Text*

11. Zu Zwecken der **Förderung des Verkaufs eines Produkts oder einer Dienstleistung** werden redaktionelle Inhalte in Medien eingesetzt oder Informationen nach einer Online-Suchanfrage bereitgestellt, und der Gewerbetreibende hat **für** diese Verkaufsförderung **oder hervorgehobene Platzierung eine Gegenleistung, einschließlich einer nicht pekuniären Gegenleistung, erbracht**, ohne dass dies aus den Inhalten oder den Suchergebnissen oder aus für den Verbraucher klar erkennbaren Bildern und Tönen eindeutig hervorgehen würde (als Information getarnte Werbung, kostenpflichtige Platzierung oder kostenpflichtige Berücksichtigung). Die Richtlinie 2010/13/EU<sup>48</sup> bleibt davon unberührt.

<sup>48</sup> Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste) (ABl. L 95 vom 15.4.2010, S. 1).

<sup>48</sup> Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste) (ABl. L 95 vom 15.4.2010, S. 1).

Or. en

## **Änderungsantrag 274** **Pascal Arimont, Carlos Coelho**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 6**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Anhang I – Nummer 11

### *Vorschlag der Kommission*

11. Zu Zwecken der **Verkaufsförderung** werden redaktionelle Inhalte in Medien eingesetzt oder Informationen nach einer Online-Suchanfrage eines Verbrauchers bereitgestellt, und der Gewerbetreibende hat **diese** Verkaufsförderung **bezahlt**, ohne dass dies aus den Inhalten oder den Suchergebnissen oder aus für den Verbraucher klar erkennbaren Bildern und Tönen eindeutig hervorgehen würde (als Information getarnte Werbung, kostenpflichtige Platzierung oder kostenpflichtige Berücksichtigung). Die Richtlinie 2010/13/EU<sup>48</sup> bleibt davon unberührt.

---

<sup>48</sup> Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der

### *Geänderter Text*

11. Zu Zwecken der **Förderung des Verkaufs eines Produkts oder einer Dienstleistung** werden redaktionelle Inhalte in Medien eingesetzt oder Informationen nach einer Online-Suchanfrage eines Verbrauchers bereitgestellt, und der Gewerbetreibende hat **für eine** Verkaufsförderung **oder hervorgehobene Platzierung eine direkte oder indirekte Vergütung geleistet**, ohne dass dies aus den Inhalten oder den Suchergebnissen oder aus für den Verbraucher klar erkennbaren Bildern und Tönen **in präziser, transparenter und verständlicher Weise** eindeutig hervorgehen würde (als Information getarnte Werbung, kostenpflichtige Platzierung oder kostenpflichtige Berücksichtigung). Die Richtlinie 2010/13/EU<sup>48</sup> bleibt davon unberührt.

---

<sup>48</sup> Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der

Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste) (ABl. L 95 vom 15.4.2010, S. 1).

Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste) (ABl. L 95 vom 15.4.2010, S. 1).

Or. en

## **Änderungsantrag 275** **Julia Reda**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 6**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Anhang I – Nummer 11

### *Vorschlag der Kommission*

11. Zu Zwecken der Verkaufsförderung werden redaktionelle Inhalte in Medien eingesetzt oder Informationen nach einer Online-Suchanfrage eines Verbrauchers bereitgestellt, und der Gewerbetreibende hat diese Verkaufsförderung **bezahlt**, ohne dass dies aus den Inhalten oder den Suchergebnissen oder aus für den Verbraucher klar erkennbaren Bildern und Tönen eindeutig hervorgehen würde (als Information getarnte Werbung, kostenpflichtige Platzierung oder kostenpflichtige Berücksichtigung). Die Richtlinie 2010/13/EU<sup>48</sup> bleibt davon unberührt.

---

<sup>48</sup> Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste) (ABl. L 95 vom 15.4.2010, S. 1).

### *Geänderter Text*

11. Zu Zwecken der Verkaufsförderung werden redaktionelle Inhalte in Medien eingesetzt oder Informationen nach einer Online-Suchanfrage eines Verbrauchers bereitgestellt, und der Gewerbetreibende hat diese Verkaufsförderung **oder ein hervorgehobenes Ranking durch eine vertragliche Beziehung, finanzielle Verbindung oder Vergütung beeinflusst**, ohne dass dies aus den Inhalten oder den Suchergebnissen oder aus für den Verbraucher klar erkennbaren Bildern und Tönen eindeutig hervorgehen würde (als Information getarnte Werbung, kostenpflichtige Platzierung oder kostenpflichtige Berücksichtigung). Die Richtlinie 2010/13/EU<sup>48</sup> bleibt davon unberührt.

---

<sup>48</sup> Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste) (ABl. L 95 vom 15.4.2010, S. 1).

Or. en



**Änderungsantrag 276**  
**Martin Schirdewan**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 6**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Anhang I – Nummer 11

*Vorschlag der Kommission*

11. Zu Zwecken der Verkaufsförderung werden redaktionelle Inhalte in Medien eingesetzt oder Informationen nach einer Online-Suchanfrage eines Verbrauchers bereitgestellt, und der Gewerbetreibende hat diese Verkaufsförderung **bezahlt**, ohne dass dies aus den Inhalten oder den Suchergebnissen oder aus für den Verbraucher klar erkennbaren Bildern und Tönen eindeutig hervorgehen würde (als Information getarnte Werbung, kostenpflichtige Platzierung oder kostenpflichtige Berücksichtigung). Die Richtlinie 2010/13/EU<sup>48</sup> bleibt davon unberührt.

---

<sup>48</sup> Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste) (ABl. L 95 vom 15.4.2010, S. 1).

*Geänderter Text*

11. Zu Zwecken der Verkaufsförderung werden redaktionelle Inhalte in Medien eingesetzt oder Informationen nach einer Online-Suchanfrage eines Verbrauchers bereitgestellt, und der Gewerbetreibende hat **für** diese Verkaufsförderung **ein direktes oder indirektes Entgelt entrichtet**, ohne dass dies aus den Inhalten oder den Suchergebnissen oder aus für den Verbraucher klar erkennbaren Bildern und Tönen eindeutig hervorgehen würde (als Information getarnte Werbung, kostenpflichtige Platzierung oder kostenpflichtige Berücksichtigung). Die Richtlinie 2010/13/EU<sup>48</sup> bleibt davon unberührt.

---

<sup>48</sup> Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste) (ABl. L 95 vom 15.4.2010, S. 1).

Or. de

**Änderungsantrag 277**  
**Jasenko Selimovic**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 6**

*Vorschlag der Kommission*

11. Zu Zwecken der Verkaufsförderung werden redaktionelle Inhalte in Medien eingesetzt oder Informationen nach einer Online-Suchanfrage eines Verbrauchers bereitgestellt, und der Gewerbetreibende hat diese Verkaufsförderung bezahlt, ohne dass dies aus den Inhalten oder den Suchergebnissen oder aus für den Verbraucher klar erkennbaren Bildern und Tönen eindeutig hervorgehen würde (als Information getarnte Werbung, kostenpflichtige Platzierung oder kostenpflichtige Berücksichtigung). Die Richtlinie 2010/13/EU<sup>48</sup> bleibt davon unberührt.

---

<sup>48</sup> Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste) (ABl. L 95 vom 15.4.2010, S. 1).

*Geänderter Text*

11. Zu Zwecken der Verkaufsförderung werden redaktionelle Inhalte in Medien eingesetzt oder Informationen nach einer Online-Suchanfrage eines Verbrauchers bereitgestellt, und der Gewerbetreibende hat diese Verkaufsförderung bezahlt, ohne dass dies aus den Inhalten oder den Suchergebnissen oder aus für den Verbraucher klar **und leicht** erkennbaren Bildern und Tönen eindeutig hervorgehen würde (als Information getarnte Werbung, kostenpflichtige Platzierung oder kostenpflichtige Berücksichtigung). Die Richtlinie 2010/13/EU<sup>48</sup> bleibt davon unberührt.

---

<sup>48</sup> Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste) (ABl. L 95 vom 15.4.2010, S. 1).

Or. en

**Änderungsantrag 278**  
**Jiří Pospíšil, Olga Sehnalová**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 6 a (neu)**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Anhang I – Nummer 13 a (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**6a. In Anhang I wird folgende Nummer eingefügt:**

**„13a. Erwecken des Eindrucks durch Verwendung desselben oder eines**

*ähnlichen Warenzeichens oder Namens bzw. derselben oder einer ähnlichen Verpackung, dass ein Produkt mit einem anderen Produkt identisch ist, obgleich diese Produkte unterschiedliche Zusammensetzungen haben, sofern dieser Unterschied nicht in klarer Weise auf der Verpackung im Blickfeld des Verbrauchers kenntlich gemacht wird.“*

Or. en

**Änderungsantrag 279**  
**Marco Zullo**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 6 a (neu)**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Anhang I – Nummer 20

*Derzeitiger Wortlaut*

*Geänderter Text*

20. Ein Produkt *wird* als „gratis“, „umsonst“, „kostenfrei“ oder *Ähnliches* beschrieben, *obwohl* der Verbraucher *weitere Kosten als die Kosten zu tragen hat, die im Rahmen des Eingehens auf die Geschäftspraktik und für die Abholung oder Lieferung der Ware unvermeidbar sind.*

*6a. Anhang I Nummer 20 erhält folgende Fassung:*

„20. Ein Produkt *oder eine Dienstleistung werden* als „gratis“, „umsonst“, „kostenfrei“ oder *in ähnlicher Weise* beschrieben, *wenn* der Verbraucher *Daten als Gegenleistung vorzulegen hat.“*

Or. it

*(<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/HTML/?uri=CELEX:32005L0029&qid=1537951807023&from=FR>)*

*Begründung*

*Ein Produkt oder eine Dienstleistung darf nicht als gratis beschrieben werden, wenn die Verbraucher im Gegenzug Daten zur Verfügung stellen müssen. Diese Änderung ist für die logische Kohärenz des Textes notwendig und daher unmittelbar mit anderen zulässigen Änderungsanträgen verknüpft.*

**Änderungsantrag 280**  
**Martin Schirdewan**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 6 a (neu)**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Anhang I – Nummer 20

*Derzeitiger Wortlaut*

20. Ein Produkt wird als „gratis“, „umsonst“, „kostenfrei“ oder Ähnliches beschrieben, obwohl der Verbraucher weitere Kosten als die Kosten zu tragen hat, die im Rahmen des Eingehens auf die Geschäftspraktik und für die Abholung oder Lieferung der Ware unvermeidbar sind.

*Geänderter Text*

**6a. Anhang I Nummer 20 erhält folgende Fassung:**

„20. Ein Produkt **oder eine Dienstleistung** wird als „gratis“, „umsonst“, „kostenfrei“ oder Ähnliches beschrieben, obwohl der Verbraucher weitere Kosten als die Kosten zu tragen hat, die im Rahmen des Eingehens auf die Geschäftspraktik und für die Abholung oder Lieferung der Ware unvermeidbar sind **oder im Gegenzug seine Daten verarbeitet werden dürfen.**“

Or. de

*(<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=CELEX:32005L0029&qid=1537794151556&from=EN>)*

*Begründung*

*Dieser Änderungsantrag ist wegen der internen Logik des Textes notwendig und weil er untrennbar mit anderen zulässigen Änderungsanträgen verbunden ist.*

**Änderungsantrag 281**  
**Olga Sehnalová, Biljana Borzan, Momchil Nekov, Igor Šoltes, Jiří Pospíšil, Róza Gräfin von Thun und Hohenstein, Jiří Maštálka, Evelyne Gebhardt**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 6 a (neu)**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Anhang I – Nummer 23 a (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**6a. In Anhang I wird folgende Nummer eingefügt:**

**„23a. Verwendung derselben oder scheinbar identischen Bezeichnung für ein Produkt, das in einem oder mehreren Mitgliedstaaten vermarktet wird und eine andere Zusammensetzung hat, ohne dass dieser Unterschied in klarer, verständlicher und für den Verbraucher unverzüglich sichtbarer Weise kenntlich gemacht wird; dabei sind unter „Bezeichnung“ alle Wörter, Details, Warenzeichen, Marken, Abbildungen oder Symbole zu verstehen, die sich auf ein bestimmtes Produkt beziehen und sich auf der Verpackung, dem Dokument, der Aufschrift oder dem Etikett in dem Sichtbereich befinden, den der Verbraucher beim Kauf sehr wahrscheinlich unverzüglich wahrnimmt, und die ihn in die Lage versetzen, das Produkt unverzüglich im Hinblick auf seine Merkmale, seinen Geschmack oder seine Art sowie gegebenenfalls seine Marke zu erkennen.“**

Or. en

#### *Begründung*

*Änderung von Anhang I der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken, durch die ein weiterer Punkt in die „schwarze Liste“ der unter allen Umständen verbotenen Praktiken aufgenommen wird, in dem ausdrücklich die zweierlei Qualität von Produkten derselben Marke – wenn sie diskriminierend ist und den Verbrauchererwartungen nicht gerecht wird – genannt wird; dies ist das wirksamste Mittel, um ungerechtfertigte Fälle der zweierlei Qualität zu bekämpfen.*

#### **Änderungsantrag 282**

**Evelyne Gebhardt, Virginie Rozière, Lucy Anderson, Olga Sehnalová, Nicola Danti**

#### **Vorschlag für eine Richtlinie**

**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 6 a (neu)**

Richtlinie 2005/29/EG

Anhang 1 – Nummer 23 a (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**6a. In Anhang I wird folgende**

*Nummer eingefügt:*

**„23a. Erwecken des falschen Eindrucks, dass eine Bewertung eines Produkts oder einer Dienstleistung von einem Verbraucher eingestellt wurde, der das Produkt verwendet bzw. die Dienstleistung in Anspruch genommen hat.“**

Or. en

**Änderungsantrag 283**  
**Evelyne Gebhardt, Virginie Rozière**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 6 a (neu)**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Anhang I – Nummer 23 a (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**6a. In Anhang I wird folgende Nummer eingefügt:**

**„23a. Verwendung verschiedener Techniken, die den Kauf einer großen Zahl von Eintrittskarten für Veranstaltungen ermöglichen, wie etwa durch automatische Software, um die Eintrittskarten dann für mehr als ihren Nennwert weiterzuverkaufen.“**

Or. en

**Änderungsantrag 284**  
**Catherine Stihler, Lucy Anderson**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 6 a (neu)**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Anhang I – Nummer 23 a (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**6a. In Anhang I wird folgende Nummer eingefügt:**

**„23a. Verwendung verschiedener Techniken, die den Kauf einer großen Zahl von Eintrittskarten für Veranstaltungen ermöglichen, wie etwa durch automatische Software, um die Eintrittskarten dann für mehr als ihren Nennwert weiterzuverkaufen.“**

Or. en

### *Begründung*

*Verbraucher in ganz Europa berichten über Probleme beim Kauf von Eintrittskarten für Veranstaltungen auf dem Sekundärmarkt, beispielsweise über Online-Weiterverkaufsplattformen. Die laufende Reform des EU-Verbraucherrechts ist eine hervorragende Gelegenheit, um dieses Problem anzugehen und sicherzustellen, dass die Verbraucher künftig besser geschützt sind.*

### **Änderungsantrag 285 Julia Reda**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 6 a (neu)**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Anhang I – Nummer 23 a (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**6a. In Anhang I wird folgende Nummer eingefügt:**

**„23a. jegliche Art der Vermarktung eines Produkts als identisch oder dem Anschein nach identisch mit demselben in einem anderen Mitgliedstaat vermarkteten Produkt, obgleich sich diese Produkte in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen voneinander unterscheiden.“**

Or. en

### **Änderungsantrag 286 Martin Schirdewan**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 6 b (neu)**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Anhang I – Nummer 23 a (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**6b. Anhang I wird Punkt 23a  
hinzugefügt:**

**23a. Jegliche Art der Vermarktung  
eines Produkts als identisch mit  
demselben in anderen Mitgliedstaaten  
vermarkteten Produkt, obgleich sich diese  
Produkte in ihrer Zusammensetzung oder  
ihren Merkmalen wesentlich voneinander  
unterscheiden**

Or. de

**Änderungsantrag 287**  
**Julia Reda, Evelyne Gebhardt**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 6 a (neu)**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Anhang I – Nummer 23 a (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**6a. In Anhang I wird folgende  
Nummer eingefügt:**

**„23a. Erwecken des falschen Eindrucks,  
dass eine Verbraucherbewertung von  
einer Person stammt, die das Produkt  
gekauft oder verwendet hat, ohne dass der  
Anbieter eine Vergütung geleistet oder  
anderweitig Einfluss genommen hat.“**

Or. en

*Begründung*

*Die Verbraucher stützen sich bei ihren Kaufentscheidungen zunehmend auf  
Verbraucherbewertungen. Die Praktik gefälschter Bewertungen sollte daher in Anhang I  
aufgenommen werden.*



**Änderungsantrag 288**  
**Evelyne Gebhardt, Virginie Rozière**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 6 b (neu)**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Anhang I – Nummer 23 b (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**6b. In Anhang I wird folgende Nummer eingefügt:**

**„23b. der zur Aufhebung der Funktion von Veranstaltungseintrittskarten, Zutritt zu Veranstaltungen zu gewähren, führende organisierte Weiterverkauf von Eintrittskarten für Veranstaltungen, wenn von den Veranstaltungsorganisatoren oder Erstverkäufern von Veranstaltungseintrittskarten auferlegte Einschränkungen – auch in den Geschäftsbedingungen festgelegte Einschränkungen – den Weiterverkauf der Eintrittskarten verbieten oder einschränken.“**

Or. en

**Änderungsantrag 289**  
**Catherine Stihler, Lucy Anderson**

**Vorschlag für eine Richtlinie**  
**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 6 b (neu)**  
Richtlinie 2005/29/EG  
Anhang I – Nummer 23 b (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**6b. In Anhang I wird folgende Nummer eingefügt:**

**„23b. der zur Aufhebung oder wahrscheinlichen Aufhebung der Funktion von Eintrittskarten, Zutritt zu Veranstaltungen zu gewähren, führende**

*organisierte Weiterverkauf von Eintrittskarten, wenn von den Veranstaltungsorganisatoren oder Erstverkäufern von Eintrittskarten auferlegte Einschränkungen – auch in den Geschäftsbedingungen festgelegte Einschränkungen – den Weiterverkauf der Eintrittskarten verbieten oder einschränken.“*

Or. en

### *Begründung*

*Verbraucher in ganz Europa berichten über Probleme beim Kauf von Eintrittskarten für Veranstaltungen auf dem Sekundärmarkt, beispielsweise über Online-Weiterverkaufsplattformen. Die laufende Reform des EU-Verbraucherrechts ist eine hervorragende Gelegenheit, um dieses Problem anzugehen und sicherzustellen, dass die Verbraucher künftig besser geschützt sind.*

### **Änderungsantrag 290**

**Julia Reda, Evelyne Gebhardt**

### **Vorschlag für eine Richtlinie**

**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 6 b (neu)**

Richtlinie 2005/29/EG

Anhang I – Nummer 23 b (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**6b. In Anhang I wird folgende Nummer eingefügt:**

**„23b. Erwecken des falschen Eindrucks, dass andere Verbraucher ein bestimmtes Produkt, eine bestimmte Dienstleistungen oder bestimmte digitalen Inhalte erworben haben, auf der Grundlage von unzusammenhängenden Parametern, einschließlich Markenpräferenzen oder geografischer Standort.“**

Or. en

### *Begründung*

*Die Verbraucher stützen sich bei ihren Kaufentscheidungen zunehmend auf Verbraucherbewertungen. Anhang I sollte daher geändert werden, um auch diese irreführende Praktik aufzunehmen.*

#### **Änderungsantrag 291**

**Catherine Stihler, Lucy Anderson**

#### **Vorschlag für eine Richtlinie**

**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 6 c (neu)**

Richtlinie 2005/29/EG

Anhang I – Nummer 23 c (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**6c. In Anhang I wird folgende Nummer eingefügt:**

**„23c. Ankündigung einer Preisermäßigung ohne Angabe des Referenzpreises, der ermäßigt wurde, und ohne imstande zu sein, nachzuweisen, dass der angegebene Referenzpreis der in den dreißig Tagen vor dieser Ankündigung gültige Preis war.“**

Or. en

### *Begründung*

*Die Unternehmer sollten nachweisen können, dass es sich bei der von ihnen beworbenen Verkaufsaktion um eine wirkliche Preisermäßigung handelt, und sie sollten den Verbrauchern den Referenzpreis mitteilen.*

#### **Änderungsantrag 292**

**Julia Reda, Evelyne Gebhardt**

#### **Vorschlag für eine Richtlinie**

**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 6 c (neu)**

Richtlinie 2005/29/EG

Anhang I – Nummer 23 c (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**6c. In Anhang I wird folgende Nummer eingefügt:**

**„23c. Verwendung verschiedener Techniken, die den Massenkauf von Eintrittskarten durch automatische Software ermöglichen, um die Eintrittskarten für Veranstaltungen dann für mehr als ihren Nennwert weiterzuverkaufen.“**

Or. en

### **Änderungsantrag 293**

**Catherine Stihler, Lucy Anderson**

#### **Vorschlag für eine Richtlinie**

**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 6 d (neu)**

Richtlinie 2005/29/EG

Anhang I – Nummer 23 d (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**6d. In Anhang I wird folgende Nummer eingefügt:**

**„23d. an Kinder gerichtete Online-Werbung für ungesunde Lebensmittel. Ob Lebensmittel ungesund sind, sollte unter Berücksichtigung des Nährstoffprofilmodells von 2015 des WHO-Regionalbüros für Europa beurteilt werden.“**

Or. en

#### *Begründung*

*Kinder haben eindeutig Schwierigkeiten, Online-Werbung zu erkennen und sich bewusst gegen kommerzielle Manipulation abzugrenzen. Ihre Entscheidungen und ihr Verhalten werden durch diese Praktiken beeinflusst. Es sollte sichergestellt werden, dass Kinder besser vor unlauteren Vermarktungspraktiken geschützt werden, indem die Praktik der an Kinder gerichteten Online-Werbung für ungesunde Lebensmittel in Anhang I der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken aufgenommen wird. Weitere Informationen zum Modell: [www.euro.who.int/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0005/270716/Nutrient-children\\_web-new.pdf?ua=1](http://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0005/270716/Nutrient-children_web-new.pdf?ua=1)*

**Änderungsantrag 294**

**Olga Sehnalová, Evelyne Gebhardt, Nicola Danti, Biljana Borzan, Lucy Anderson**

**Vorschlag für eine Richtlinie**

**Artikel 1 – Absatz 1 – Nummer 6 a (neu)**

Richtlinie 2005/29/EG

Anhang I – Nummer 31 a (neu)

*Vorschlag der Kommission*

*Geänderter Text*

**6a. In Anhang I wird folgende  
Nummer eingefügt:**

**„31a. Beschränkung oder Verhinderung  
der Ausübung des Rechts auf Widerruf  
gemäß Artikel 9 Absatz 1 der Richtlinie  
2011/83/EU durch einen Verbraucher.“**

Or. en