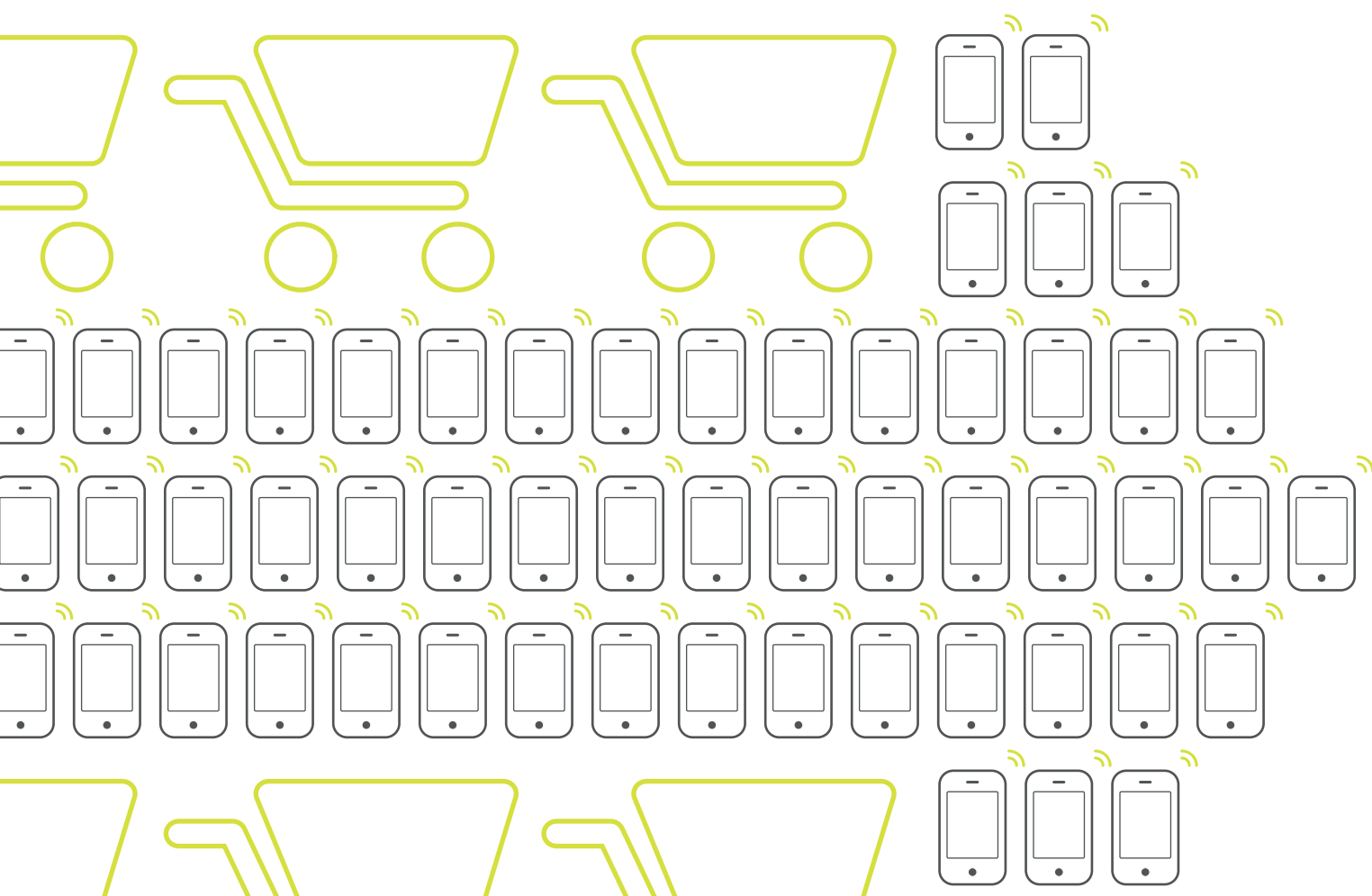


VOR DEM DURCHBRUCH: MOBIL INFORMIEREN UND EINKAUFEN

Thesen von eBay und der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. resultierend aus der Zusammenarbeit im Rahmen der Smart Shopping Initiative



WELCHE IMPLIKATIONEN HABEN VERÄNDERTE INFORMATIONSGEWÖHNHEITEN AUF INFRASTRUKTUR-, DIENSTEANBIETER UND DIE POLITIK?

Inhaltsverzeichnis

INFRASTRUKTURANBIETER

- Ausbau schneller mobiler Netze
- Förderung öffentlich zugänglicher WLAN-Hotspots
- Preis-Transparenz für mobile Angebote

DIENSTEANBIETER

- Verbesserung des mobilen Angebots
- Erhöhung der Sicherheitsstandards
- Offener Zugang für den Verbraucher zu allen Diensten

ORDNUNGSPOLITISCHER RAHMEN

- Verbesserung der Rahmenbedingungen für Verbraucher beim mobilen Informieren und Einkaufen
- Stärkung der allgemeinen Medienkompetenz
- IT-Fachkräfteausbildung

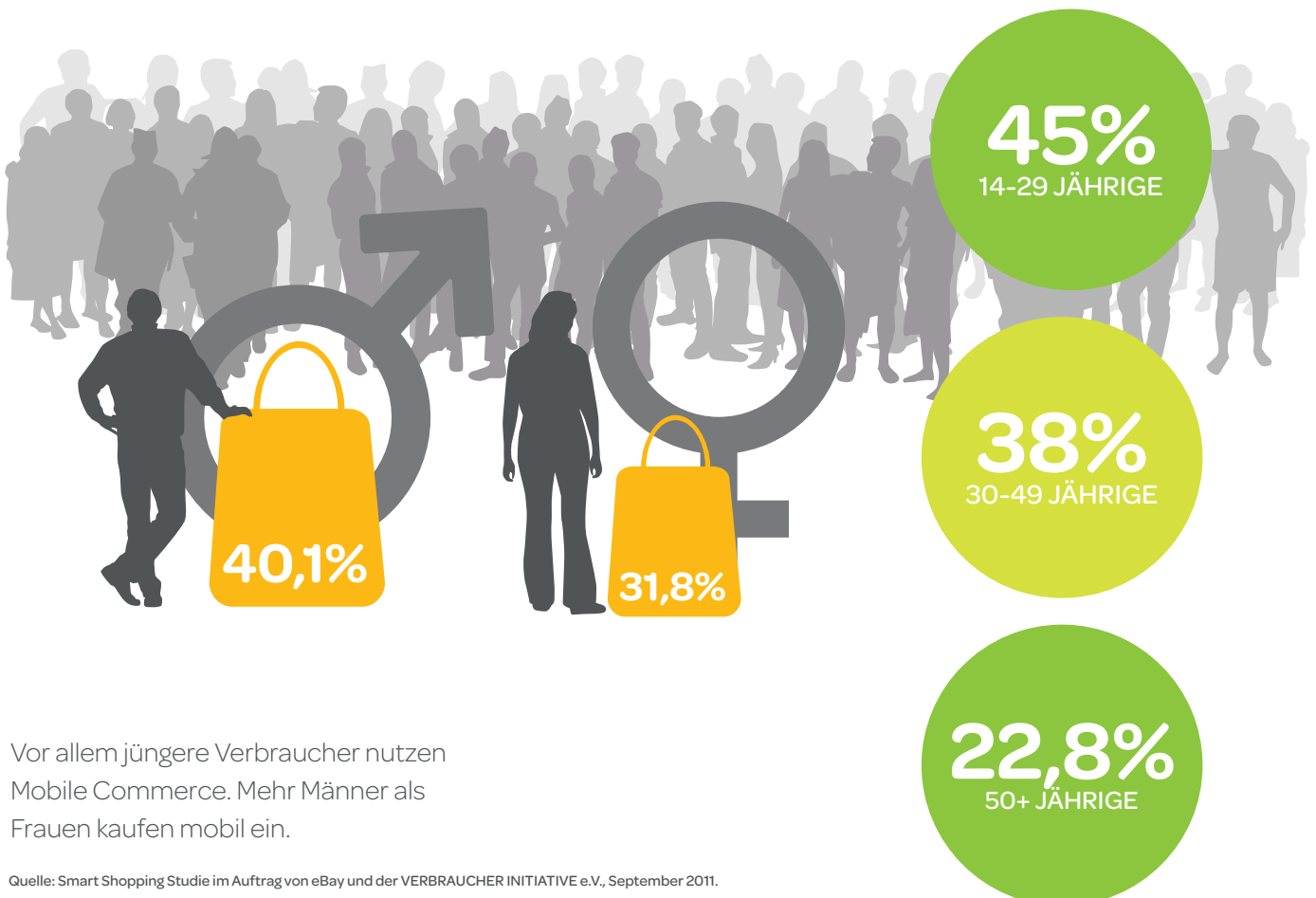
Der moderne Einkauf findet zunehmend mittels Smartphone oder Tablet-PC statt. Eine repräsentative Studie von eBay und der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. mit dem Titel „Smart Shopping“ hat ergeben, dass jeder dritte Besitzer eines Smartphones oder Tablet-PCs schon einmal mit seinem mobilen Endgerät eingekauft hat und sich sogar fast Dreiviertel aller Smartphone- und Tablet-PC-Besitzer vor einem Einkauf schon einmal mobil über das jeweilige Produkt oder die Dienstleistung informiert haben. Mobile Commerce ist damit ein wachsender Markt, der neue Herausforderungen sowohl an Infrastruktur- und Diensteanbieter, als auch an die Politik stellt.



Ein Drittel aller Besitzer von Smartphones und Tablet-PCs hat schon einmal mobil eingekauft.

Quelle: Smart Shopping Studie im Auftrag von eBay und der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V., September 2011.

Für die Studie haben insgesamt 2.166 Verbraucher Auskunft zu ihren Informations- und Einkaufsgewohnheiten gegeben und berichtet, was sie sich bei den Themen Infrastruktur, Wirtschaft und Verbraucherschutz wünschen. eBay und die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. haben daraus einige Empfehlungen abgeleitet, die sich sowohl an die Infrastruktur- und Diensteanbieter, als auch die Politik richten.



Vor allem jüngere Verbraucher nutzen Mobile Commerce. Mehr Männer als Frauen kaufen mobil ein.

Quelle: Smart Shopping Studie im Auftrag von eBay und der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V., September 2011.

INFRASTRUKTURANBIETER

60 Prozent aller Besitzer von Smartphones oder Tablet-PCs wünschen sich schnellere Übertragungsraten und 50 Prozent geben an, dass eine verlässlichere mobile Netzabdeckung dazu beitragen würde, dass sie sich häufiger mobil über Produkte und Dienstleistungen informieren würden. Die Information vor dem Kauf trägt dazu bei, dass Verbraucher eine informierte Kaufentscheidung treffen können.¹

Mehr als die Hälfte der Besitzer von Smartphones oder Tablet-PCs geben an, dass sie derzeit zu hohe Mobilfunkpreise daran hindern, sich mehr als bislang mobil zu informieren und einzukaufen. Sinkende Kosten für das mobile Surfen im Internet würden hingegen dazu beitragen, dass die Verbraucher häufiger mobil recherchieren und einkaufen.¹

1 Ausbau schneller mobiler Netze



Die möglichst flächendeckende Versorgung mit dem Internet ist eines der wesentlichen Anliegen der Bundesregierung. Im Jahr 2014 sollen bereits 75 Prozent der Haushalte über Anschlüsse mit Übertragungsraten von mindestens 50 Megabit pro Sekunde verfügen. Um dieses Ziel zu erreichen, kommen neben modernen leitungsgebundenen Netzen auch leistungsstarke Funktechnologien zum Einsatz. Letztere bringen den großen Vorteil mit sich, dass sie das mobile Internet ermöglichen, d.h. eine zuverlässige Internetverbindung zu jeder Zeit und an jedem Ort. Die derzeit eingesetzte Funktechnologie hinkt jedoch dem leitungsgebundenen Internetanschluss vor allem in puncto Übertragungsgeschwindigkeit noch hinterher.

Durch die dritte Generation (3G) von Mobilfunkverbindungen (UMTS/HSDPA) lassen sich Downloadraten von bis zu 7,2 Mbit/s bewerkstelligen. Das ist im Gegensatz zur zweiten Generation (GPRS/EDGE) zwar schon als ein enormer Fortschritt zu werten, allerdings sind die UMTS/HSDPA-Netze trotz der relativ guten Abdeckung anfällig für Störungen. Sobald viele Verbraucher das mobile Internet über die gleiche Funkzelle nutzen, verringert sich die Übertragungsgeschwindigkeit spürbar.

¹Smart Shopping Studie im Auftrag von eBay und der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V., September 2011.

Die Bundesnetzagentur (BNetzA) hat mit der Versteigerung weiterer Funkfrequenzen im Jahr 2010 den Startschuss für die flächendeckende Umrüstung auf die vierte Generation (4G) der Mobilfunkübertragungstechnik (LTE) gegeben. Damit sollen Übertragungsraten von bis zu 100 Mbit/s zum Standard werden. Nach der Beseitigung der so genannten „weißen Flecken“ können die Netzbetreiber für die flächendeckende Versorgung mit schnellem mobilen Internet sorgen. Im Einklang hierzu ist auch die Industrie dazu übergegangen, die ersten 4G-fähigen Endgeräte (z.B. Smartphones und Tablet-PCs) auf den Markt zu bringen.

! Eine möglichst flächendeckende Versorgung mit Breitbandzugängen, vor allem für das mobile Internet, ist auch für den mobilen Handel zentral. Den Ausbau schneller und zuverlässiger Mobilfunknetze gilt es durch Investitionen in die Infrastruktur weiter voranzutreiben, um somit so schnell wie möglich eine flächendeckende Versorgung gewährleisten zu können. Für einen schnellen Umstieg sollten auch insbesondere Verkehrswege (etwa Fernbahnstrecken und Fernverkehrsstraßen) in den Fokus genommen werden, um Reisenden Zugriff auf das mobile Internet zu ermöglichen.

2

Förderung öffentlich zugänglicher WLAN-Hotspots

Durch die Schaffung von WLAN-Hotspots an öffentlichen Plätzen wird der Zugang zum Internet weiter ausgebaut. Davon profitiert auch der mobile Handel.



Die Stadt Paris bietet beispielsweise an über 250 öffentlichen Plätzen einen freien Zugang ins Internet an. Auch der Frankfurter Flughafen ermöglicht seinen Passagieren und Besuchern die kostenlose Nutzung des WLANs. Hier kann der Zugangscode ganz einfach per Kurznachrichte auf das Handy zugestellt werden und der Anwender loggt sich dann über das HotSpot-Portal der Deutschen Telekom ein. In der Koalitionsvereinbarung für das Land Berlin wurde der „Ausbau von freiem und gebührenfreiem WLAN an zentralen Orten der Stadt“ als Vorhaben festgeschrieben. Zudem wurde in der Vereinbarung eine Änderung der Betreiberhaftung von offenen WLANs angeregt. Das hätte den Vorteil, dass etwa Restaurants, Cafés oder andere Einrichtungen ihren Besuchern nicht aus Angst vor rechtlichen Konsequenzen die Nutzung ihres WLANs verwehren.

! Aus Sicht der Verbraucher sind derartige Bemühungen unterstützenswert. Die Ausweitung öffentlicher WLAN-Hotspots an wichtigen Knotenpunkten ermöglicht den Menschen, das Internet und seine Dienste jederzeit und kostenfrei zu nutzen.

Der Verbraucher profitiert zudem auch davon, wenn möglichst viele private und öffentliche Einrichtungen ihr WLAN zur Verfügung stellen. Die Angst vor rechtlichen Konsequenzen sollte dem grundsätzlich nicht entgegen stehen.

Nicht zu vernachlässigen sind jedoch auch die Sicherheitsaspekte für die Verbraucher bei der Nutzung des WLANs. Hier ist es zum einen wichtig, dass die Verbraucher Informationen zum Sicherheitsniveau des WLANs erhalten und zum anderen, dass die Verbraucher darüber informiert werden, wie sie sich vor unberechtigten Zugriffen auf ihr Mobilfunkgerät und vor Schadsoftware schützen können.

3

Preis-Transparenz für mobile Angebote

Bei der Vielzahl und Vielgestalt der vorhandenen Mobilfunkangebote ist es für Verbraucher zum Teil sehr schwierig geworden, den Überblick im Tarifdschungel zu wahren. Befürchtungen darüber, dass die mobile Recherche oder der Einkauf per Smartphone am Ende teurer kommt als gedacht, begrenzen das Potenzial des Mobile Commerce für Verbraucher und Händler.

Auch im Ausland wollen Verbraucher Informationen mobil recherchieren und einkaufen können. Sie möchten u.a. Geschäfte lokalisieren, lokale Angebote wahrnehmen, Preise vergleichen oder mobil bezahlen. Insbesondere die hohen Auslandsgebühren (Roamingkosten) führen allerdings dazu, dass Verbraucher ihr Smartphone nur sehr sparsam im Ausland einsetzen oder aber sich nach Erhalt der Rechnung über die hohen Zusatzkosten ärgern.

Bislang hat der Markt das Niveau der Roamingkosten noch nicht deutlich sinken lassen, anders etwa als dies bei der Festnetz-Telefonie der Fall ist. Die Europäische Kommission möchte deshalb den Wettbewerb unter den Mobilfunkanbietern weiter fördern und gleichzeitig deren Kunden mehr Wahlmöglichkeiten mit niedrigeren Preisen für Telefonie sowie Datennutzung im EU-Ausland einräumen. Geplant ist eine Verordnung, die es Kunden ab 2014 erlauben soll, einen vom nationalen Vertrag für Mobilfunkdienste getrennten, aber mit derselben Telefonnummer versehenen, billigeren Roamingvertrag schließen zu können. Dadurch wird der Wettbewerb auf dem Roamingmarkt gestärkt.



Anbieter von Mobilfunkservices sollten die Verbraucher mit verständlichen Informationsangeboten dazu befähigen, den Tarif zu wählen, der am meisten dem individuellen Nutzungsverhalten entspricht. Darüber hinaus sollten die Mobilfunkanbieter die Möglichkeit der Verbraucher zum Wechsel eines Tarifs erleichtern. Das betrifft die Dauer des Vertrages oder auch die Erleichterung eines Wechsels zwischen verschiedenen Angeboten eines Anbieters. Zu einem attraktiven Angebot zählen auch faire Gebühren für die Datennutzung im Ausland.

BILLIGERE ROAMINGVERTRÄGE

WECHSEL-MÖGLICHKEIT

VERSTÄNDLICHE INFORMATIONEN

NIEDRIGERE PREISE FÜR TELEFONIE UND DATENNUTZUNG

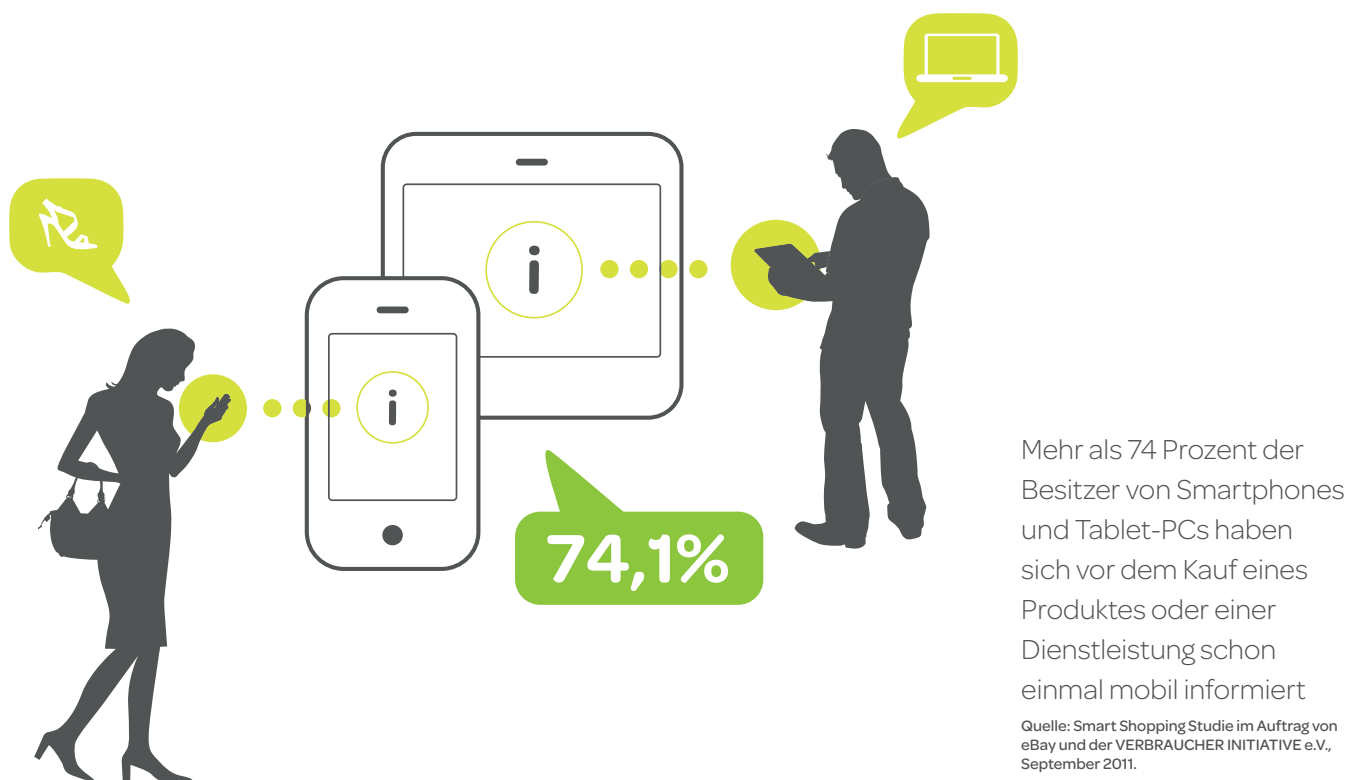
MEHR WETTBEWERB

DIENSTEANBIETER

Ein größeres Angebot an mobil verfügbaren Produkten und Dienstleistungen, eine größere Vielzahl an mobilen Anwendungen und auch bessere mobile Anwendungen würden vier von zehn Besitzern von Smartphones oder Tablet-PCs dazu bringen, sich künftig verstärkt mobil zu informieren und einzukaufen. 44,6 Prozent der Befragten wünschen sich eine bessere Bedienbarkeit von Smartphones beziehungsweise Tablet-PCs.¹

Fast Dreiviertel (74,1%) aller Besitzer von Smartphones und Tablet-PCs haben sich schon einmal mobil über einen Kaufgegenstand informiert. Allerdings beklagen 25,3 Prozent der Besitzer von Smartphones und Tablet-PCs die zu hohe Komplexität der Nutzung von Mobile Commerce Angeboten. 32,6 Prozent der Befragten sind insgesamt unzufrieden mit den mobilen Anwendungen und betrachten dies als größtes Hindernis für den mobilen Einkauf!¹

Für 84 Prozent sind einfache Bezahlmöglichkeiten und die schnelle Lieferung der Ware essentiell.² 93 Prozent der Befragten sehen sichere und verlässliche Bezahlmöglichkeiten als besonders wichtig an.³



¹ Smart Shopping Studie im Auftrag von eBay und der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V., September 2011.

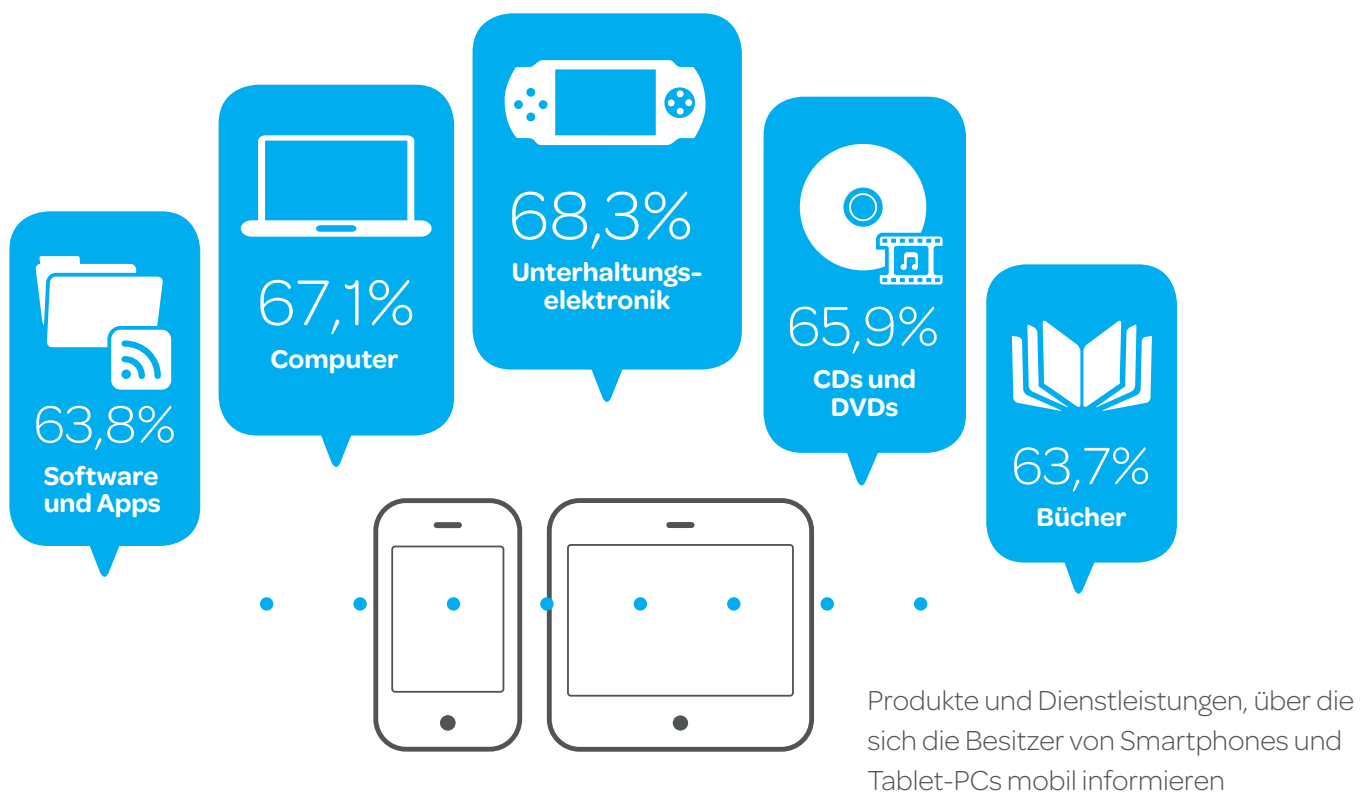
² Im Auftrag von eBay durchgeführte repräsentative Forsa-Studie, 2010.

³ Im Auftrag von eBay durchgeführte repräsentative Forsa-Studie, 2011.

1 Verbesserung des mobilen Angebots

Laut Verdict Research würden Dreiviertel der mobilen Nutzer in Großbritannien online mehr Geld ausgeben, wenn die Webseiten für die mobile Nutzung optimiert würden.¹ 58 Prozent der Händler, die ihre Waren und Dienstleistungen im Internet anbieten, haben sich bereits auf den mobilen Handel eingestellt und nutzen eine mobile Plattform.² Dennoch sind längst noch nicht alle Potentiale des mobilen Handels gehoben. Viele Händler sehen den mobilen Handel lediglich als eine Erweiterung des Online-Handels an, ohne die darin liegenden Besonderheiten für den Verbraucher zu nutzen.

Durch die technische Erweiterung der mobilen Angebote wird dem Verbraucher ein weites Spektrum an Shopperlebnissen geboten. So bietet etwa die so genannte Geolokalisierung (d.h. die Standortbestimmung des Endgerätenutzers) enorme Potentiale. Nutzer haben dabei nicht nur die Möglichkeit, Geschäfte in der Nähe ihres unmittelbaren Aufenthaltsortes ausfindig zu machen, sondern können auch gezielt bestimmte Angebote der Geschäfte erhalten, in denen sie sich gerade befinden und für die sie eine solche Funktionalität freigeschaltet haben. Ein anderes Beispiel ist die sogenannte „Augmented Reality“, mit der etwa ein angebotenes Produkt bereits vorab „getestet“ werden kann (z.B. indem das Anprobieren eines Kleidungsstücks simuliert wird).



Quelle: Smart Shopping Studie im Auftrag von eBay und der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V., September 2011.

! Anbieter und Händler sollten Webseiten kreieren, die für alle potentiellen Plattformen optimiert sind und als Zugangspunkt für Verbraucher genutzt werden können. Sie sollten die Chancen des mobilen Handels erkennen und für den Verbraucher einen Mehrwert in der mobilen Nutzung schaffen. Bei der Optimierung der Bedienbarkeit mobiler Endgeräte sollten Hersteller alle Bevölkerungsgruppen im Auge behalten.

¹ Im Auftrag von eBay durchgeführte repräsentative Verdict-Studie, 2011.
² Händler-Studie des bvH, November 2011.

2

Erhöhung der Sicherheitsstandards

Sicherheit und Vertrauen sind Grundlagen des Internethandels. Dies gilt auch für den mobilen Handel. Umgekehrt ist mangelndes Vertrauen ein wesentliches Hindernis der weiteren Entwicklung des mobilen Handels. Fast 60 Prozent der befragten Nutzer (58,5%) würden häufiger mobil einkaufen, sollte sich die Sicherheit erhöhen.¹

Dies gilt insbesondere auch im Bereich des mobilen Bezahls. Verbraucher sorgen sich um die Sicherheit ihrer persönlichen Informationen. Dabei bringt das mobile Bezahlen für den Verbraucher bessere und vereinfachte Käuferlebnisse über den gesamten Kaufzyklus hinweg.

Der Verbraucher kann jederzeit und überall mit der von ihm in der jeweiligen Situation gewählten Methode bezahlen. Die Technologien für das mobile Portemonnaie reichen vom kontaktlosen Bezahlen, über Mobilfunk-Transaktionen per SMS, Online-Transaktionen via Überweisung oder Abbuchung von einem Bankkonto bis hin zum „Bumping“, dem Direkttransfer von Daten zwischen zwei Endgeräten. Sicherheit bedeutet aber nicht nur die Einhaltung modernster Sicherheitsstandards. Sicherheit kann auch dadurch gewährleistet werden, dass bei einem Bezahlvorgang keine sensiblen Kontodaten an Dritte weitergegeben werden.

Ein weiterer Schritt für mehr Sicherheit ist Transparenz. Sowohl beim Mobile Commerce als auch beim Handel im Internet weisen sich vertrauenswürdige Angebote dadurch aus, dass der Kauf auf der Grundlage verständlicher Allgemeiner Geschäftsbedingungen stattfindet und am Ende deutlich der gesamte Preis des Angebots angegeben wird. In Bezug auf die Qualität des Angebots und die Seriosität des Anbietenden können Qualitätssiegel oder Bewertungen anderer Verbraucher helfen. Leider sind die einschlägigen Siegel nicht allen Verbrauchern bekannt. Außerdem schrecken viele Internetnutzer noch vor einem (mobilen) Einkauf zurück, da sie fürchten, die Ware nicht zu erhalten und ihr Geld zu verlieren. Diensteanbieter können daher für mehr Vertrauen zu sorgen, wenn sie Verbraucher im Schadensfall entschädigen.

Zuletzt ist es wichtig, den Verbraucher aufzuklären, wie er seine Sicherheit im mobilen Online-Handel erhöhen kann. Oftmals genügen hierzu einfache Maßnahmen, wie etwa die Wahl eines sicheren Passworts, um für deutlich mehr Sicherheit zu sorgen. Hier gilt es, dass alle Akteure – Wirtschaft, Politik und Gesellschaft – für weitere Aufklärung zum Thema Sicherheit im Internet sorgen. Der Verein Deutschland sicher im Netz etwa leistet durch zahlreiche Projekte dabei einen wichtigen Beitrag.



¹ Smart Shopping Studie im Auftrag von eBay und der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V., September 2011.



Händler, Diensteanbieter, Hersteller und mobile Netzanbieter müssen weiter zusammenarbeiten, um das Vertrauen der Verbraucher zu stärken. Dies wird durch Aufklärung und Transparenz sowie durch Lösungen erreicht, die den Verbraucher im Falle eines Betrugs schadlos halten.

Die auf der EU-Ebene vorgeschlagene Buttonlösung, die besagt, dass nur zahlen muss, wer die Kostenpflicht kennt, sollte schnell umgesetzt werden, um unseriöse Abo-Fallen wirksam zu bekämpfen. Auch freiwillige Lösungen können ein Beitrag zur Stärkung des Verbrauchervertrauens sein.

Verbrauchern sollten bei allen mobilen entgeltpflichtigen Angeboten sichere, einfache und schnelle Bezahlungssysteme zur Verfügung stehen. Hierzu zählen insbesondere Systeme, bei denen die Weitergabe sensibler Kontodaten an Dritte nicht notwendig ist.

Für dennoch eventuell auftretende Unstimmigkeiten zwischen Anbieter und Verbraucher können auch Schlichtungsstellen, analog zum österreichischen Angebot **www.ombudsmann.at**, hilfreich sein, um das Verbrauchervertrauen und den mobilen Handel weiter zu stärken.

3

Offener Zugang für den Verbraucher zu allen Diensten

Ein größeres Angebot entsteht durch eine wachsende Zahl von Anbietern, aus deren Produkten und Dienstleistungen die Verbraucher wählen können. Der mobile Handel bietet kleinen und mittleren Unternehmen (KMUs) neue Vertriebsmöglichkeiten und Chancen für Wachstum und geschäftlichen Erfolg.

Neue Technologien erfordern neue Strategien, um im Wettbewerb bestehen zu können. Sogenannte Apps, d.h. auf das jeweilige Gerät zugeschnittene Anwendungsprogramme, haben inzwischen auch im Handel zu einer Revolution geführt. Allerdings können KMUs nicht immer selbst ihre Angebote (z.B. durch die Entwicklung einer eigenen App) dem mobilen User bestmöglich offerieren (wegen hoher Investitionskosten oder wegen der Vielzahl bereits vorhandener mobiler Angebote). Daher ist es wichtig, dass der Handel die Möglichkeit hat, etwa mittels bekannter Online-Marktplätze, den Verbraucher zu erreichen.

Verbraucher profitieren nicht nur von einer transparenten Warenvelfalt, sie fordern zudem den offenen Zugang zu allen von ihnen präferierten Diensten im Internet – jederzeit, von überall und egal über welche Zugänge. Prinzipien der Netzneutralität sollten unabhängig von der Plattform oder dem Netzwerk gelten. Dies ist auch in Bezug auf die wachsende Bedeutung des Cloud Computing wichtig.

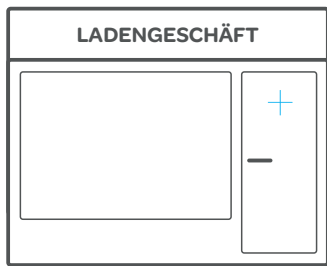


Im Sinne der Verbraucher sollte es allen anbietenden Unternehmen gleichermaßen möglich sein, ihre Produkte und Dienstleistungen im Internet und mobil anzubieten. Dienste- und Infrastrukturanbieter sind hier gefragt, faire, attraktive und sichere Angebote für den Zugang zum mobilen Handel bereit zu stellen.

Vorteile des Einkaufs auf den unterschiedlichen Kanälen

Die Smart Shopping Studie hat gezeigt: Online-, Offline- und mobiler Handel verschwimmen immer mehr. Dennoch hat jeder der drei Kanäle seine Vorteile aus Sicht der Verbraucher.

Vorteile des Einkaufs im Ladengeschäft



Ich kann das, was ich kaufen will, anfassen und ausprobieren



Ich erhalte kompetente Beratung

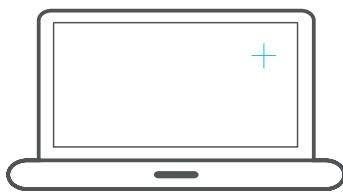


Ich kann das Gekaufte unkompliziert zurückgeben



Ich erhalte das Produkt oder die Dienstleistung in kurzer Zeit

Vorteile des Einkaufs per Computer im Internet



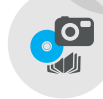
Ich kann bequem Preise vergleichen



Ich kann unabhängig von der Uhrzeit einkaufen

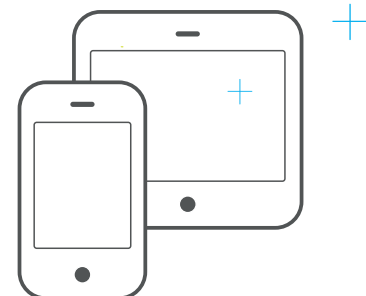


Es ist eine bequeme Form des Einkaufens



Ich habe die Wahl aus einer großen Auswahl an Produkten und Dienstleistungen

Vorteile des Einkaufs über ein mobiles Gerät



Ich kann unabhängig vom Ort, an dem ich mich befinde, einkaufen



Ich kann unabhängig von der Uhrzeit einkaufen



Ich kann bequem Preise vergleichen



Es ist eine bequeme Form des Einkaufens

ORDNUNGSPOLITISCHER RAHMEN

1 Verbesserung der Rahmenbedingungen für Verbraucher beim mobilen Informieren und Einkaufen

Die Smart Shopping Studie belegt das veränderte Kaufverhalten der Verbraucher und zeigt eindrucksvoll, wie umfangreich schon heute mobile Technologien genutzt werden. Die Untersuchungen verdeutlichen auch, dass die Möglichkeiten des „multioptionalen Kunden“ bedingt durch die neuen Kommunikationsmöglichkeiten steigen. Der moderne Verbraucher ist aufgeklärter, bewusster und anspruchsvoller. Händler stehen vor der Herausforderung, mit den Wünschen der Kunden Schritt zu halten und ihnen das gewünschte Einkaufserlebnis zu bieten.

Dazu bedarf es eines ordnungspolitischen Rahmens, der weiteres Wachstum und neue Innovationen fördert. Wenn Bestimmungen (z.B. über Belehrungspflichten) nicht an den mobilen Handel angepasst sind und sie den Besonderheiten, wie etwa dem begrenzten Platz auf dem Display, nicht gerecht werden, dann ist das nicht der Fall.

Bei der Nutzung von geolokalisierten Daten für innovative Dienste (etwa das Sonderangebot des gerade besuchten Ladens) ist es wichtig, datenschutzrechtliche Grenzen zu beachten. Dienste sollten möglich sein, wenn sie den Verbrauchern ausführlich erläutert werden und diese sich bewusst dafür oder dagegen entscheiden können.

Der Datenschutz selbst ist auch bei der mobilen Information und beim mobilen Einkauf ein Kerninteresse der Verbraucher. Der Schutz der persönlichen Daten steht hier ebenso im Fokus wie die Berücksichtigung und Anerkennung von Nutzungsrechten in Bezug auf Persönlichkeitsrechte und das Urheberrecht an eigenen Inhalten.



Verbraucherinformationen müssen auf die mobilen Geräte zugeschnitten werden, so dass Verbraucherfreundlichkeit, Handhabbarkeit und Umsetzbarkeit im Vordergrund stehen.

Ein Tracking der Verbraucher im Sinne von Verfolgung der Nutzeraktivitäten für ursprünglich nicht intendierte Zwecke und ohne Vorabinformation der Verbraucher sollte untersagt werden. Die Einhaltung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die auch auf die Wahrung der Persönlichkeitsrechte und des Urheberrechts an eigenen Inhalten eingehen, sollten wirksam umgesetzt werden.

Die Anforderungen daran, Verbraucher über den Zweck der Datennutzung zu unterrichten und eine Einwilligung zu erhalten, müssen aber in der Praxis umsetzbar sein, um nicht das innovative Potenzial neuer Angebote zu gefährden.

2 Stärkung der allgemeinen Medienkompetenz



Quelle: Erhebung des BITKOM und der ARIS Umfrageforschung im September 2010.

91 Prozent aller Jugendlichen im Alter von 14 bis 19 Jahren und mehr als 70 Prozent der Sieben- bis Zehnjährigen nutzen das Internet.¹ Nicht nur für die private Nutzung, sondern auch als Rechercheplattform für den Schulunterricht, das Studium oder den Beruf ist das Internet für sie unabdingbar geworden. Für einen sicheren und bewussten Umgang mit den neuen Technologien und Medien brauchen sowohl Jugendliche aber auch Erwachsene die entsprechende Medienkompetenz.

Der Generation 60+ kann das mobile Internet zum Beispiel dabei helfen, Bekanntschaften zu pflegen und mit Freunden und Verwandten in Kontakt zu bleiben. Den mobilen Einkauf schätzen die älteren Verbraucher, weil sie rund um die Uhr unabhängig vom Ladenschluss und bequem von zuhause aus auf ein breites Warenangebot zugreifen können. Auch hier ist der verantwortliche Umgang mit den verschiedenen Nutzungsmöglichkeiten des Internets ein Muss und es bedarf einer zielgruppengerechten Förderung. Ein Beispiel für den Informationsbedarf älterer Menschen ist das Surfen im globalen Internet nach Gesundheitsinformationen oder Arzneimitteln. Hier müssen die Nutzer aufpassen, wem sie glauben und wo sie einkaufen.



Die allgemeine Medienkompetenz sollte durch ein breites Angebot an Medienbildung aus privater und öffentlicher Hand gestärkt werden. Ein besonderer Stellenwert gilt hierbei dem Jugendschutz und zielgruppengerechten Angeboten für Ältere.

Bundesweite Lehrpläne mit Blickpunkt auf die neuartigen Informations- und Kommunikationstechnologien stellen sicher, dass Schüler Zugang zu modernen Technologien und Software erhalten und so an der Entwicklung der nächsten Generation von Technik und mobiler Technologie teilnehmen können.

Bei den Angeboten für Ältere gilt es, Qualitätsstandards zu entwickeln, die für Senioren leicht zu erkennen sind und die zum Beispiel die Erfahrungen anderer Verbraucher aufgreifen.

Auch auf der politischen Ebene sollten die digitale Sachkompetenz gezielt ausgebaut und entsprechende personelle Ressourcen zur Verfügung gestellt werden.

¹ Erhebung des BITKOM und der ARIS Umfrageforschung im September 2010.

3

IT-Fachkräfteausbildung

Die Attraktivität des mobilen Internets im Allgemeinen und des mobilen Handels im Besonderen steigt mit der Bandbreite der Dienste und mit der Vielzahl der Innovationen. Hier hat es Deutschland noch nicht geschafft, Vorreiter im Entwickeln neuer Anwendungen zu werden. Die Lage könnte sich noch verschärfen, wenn das notwendige Know-how für Forschung und Entwicklung im IT-Bereich fehlt.

Die Bundesregierung hat die Bedeutung der Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) erkannt und mit dem Forschungsförderungsprogramm „IKT 2020“ ein gutes Angebot für Wissenschaft und Wirtschaft unterbreitet. Allerdings bescheinigen verschiedene aktuelle Studien, dass in Deutschland ein akuter IT-Fachkräftemangel herrscht, während gleichzeitig in den Unternehmen eine konstant hohe Nachfrage besteht. Bleiben offene Stellen in Unternehmen unbesetzt, so drohen der deutschen Wirtschaft erhebliche finanzielle Einbußen. Nicht nur die Unternehmen selbst sind somit gefordert, ihre Angebote für Fachkräfte nachzubessern, sondern auch für die Universitäten und Schulen besteht dringend Handlungsbedarf. Zudem muss auch der Gesetzgeber die Hürden für die Zuwanderung ausländischer Spitzenkräfte senken, um das bestehende Defizit abzufedern.



Die durch Unternehmen, Universitäten, Schulen und dem Staat angebotenen Studien-, Weiter- und Ausbildungsangebote müssen attraktiver werden, insbesondere auf dem Gebiet der Informatik und der Ingenieurwissenschaften.

Es müssen die Hürden für die Zuwanderung ausländischer Fachkräfte gesenkt werden, um dazu beizutragen, das bestehende Ungleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage auszugleichen.

Auch im Rahmen der Strafverfolgung muss IT-Expertise gefördert werden. Nur so kann Internetkriminalität wirksam bekämpft und die IT-Sicherheit gesteigert werden.



Die Ergebnisse der Smart Shopping Studie sollen dazu beitragen, den gesellschaftlichen und politischen Diskurs zu den Wünschen der Verbraucher an Infrastruktur und Politik zu befördern.

Kontakt

Dr. Nikolaus Lindner

Leiter Government Relations und Experte für Verbraucherthemen bei eBay in Deutschland

Georg Abel

Bundesgeschäftsführer
Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V.
(Bundesverband)



Februar 2012

Impressum

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V.

(Bundesverband)

Elsenstr. 106, 12435 Berlin

Tel. 030 / 536 073 - 3

Fax 030 / 536 073 - 45

mail@verbraucher.org

Unter www.verbraucher.org finden Sie zahlreiche kostenlose Informationen zum Einkauf im Internet und zur sicheren Internetnutzung. Für Mitglieder der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. sind die Themenhefte und weitere Dienstleistungen, wie eine Rechtsberatung, im Mitgliedsbeitrag (ab 40,- Euro/Jahr online, steuerlich absetzbar) enthalten.

eBay GmbH

Marktplatz 1, 14532 Europarc Dreilinden

Tel. 030 / 8019 - 5161

Fax 030 / 8019 - 5252

presse@ebay.de

Unter <http://presse.ebay.de/> finden Sie alle Ergebnisse der gemeinsamen Studie von eBay und der Verbraucher Initiative e.V. zum Informations- und Einkaufsverhalten der Smartphone/Tablet-PC-Besitzer.

SMART
SHOPPING

ebay
Bundesverband
Die Verbraucher
Initiative e.V.

