

Value-based Engineering für eine nachhaltige Plattformökonomie

Kurzstudie in der Forschungslinie Governance Innovation Labs

Autor

Christoph Busch

Universität Osnabrück,
Lehrstuhl für Deutsches und Europäisches
Privat- und Wirtschaftsrecht

Diese Kurzstudie wurde im Rahmen des
CO:DINA Projekts als Auftrag des Wuppertal
Instituts für Klima, Umwelt, Energie erstellt.

Kurz gesagt

Als zentrale Akteure der digitalen Wirtschaft können digitale Plattformen Verbraucherinnen und Verbraucher bei nachhaltigen Konsumentscheidungen unterstützen. Die Studie untersucht, wie sich dieses Ziel durch ein nachhaltigkeitsorientiertes Plattform-design verwirklichen lässt und zeigt rechtspolitische Handlungsoptionen auf.

Inhalt

1.	Einleitung	2
1.1	Thema und Ziel der Kurzstudie	3
1.2	Aufbau der Kurzstudie	4
2.	Value-based Engineering: Grundidee und Verfahren	5
2.1	Grundidee eines wertebasierten Plattformdesigns	5
2.2	Verfahrensschritte des Value-based Engineering	6
2.2.1	Betriebskonzept und Kontextanalyse	6
2.2.2	Wertermittlung und Priorisierung	7
2.2.3	Definition der ethischen Wertanforderungen	8
2.2.4	Risikobasiertes ethisches Design	9
3.	Plattformdesign für nachhaltige Konsumententscheidungen	10
3.1	Plattformregulierung by design	10
3.2	Bausteine für ein nachhaltigkeitsorientiertes Plattformdesign	12
3.2.1	Information über Nachhaltigkeitsaspekte	12
3.2.2	Filtermöglichkeiten nach Nachhaltigkeitskriterien	13
3.2.3	Nachhaltigkeit in der Logistik	15
3.2.4	Nachhaltiges Retourenmanagement	17
4.	Value-based Engineering als Instrument für eine nachhaltige Plattformökonomie	19
4.1	Digital Services Act und Value-Based Engineering	20
4.2.	Rolle der beteiligten Akteure	21
4.3.	Rechtsdurchsetzung und Beweislast	22
5.	Value-based Engineering als Leitidee für gemeinwohlorientierte Plattformmärkte	24
5.1.	Value-based Engineering im rechtspolitischen Kontext der Plattformregulierung	24
5.2	Rechtspolitische Handlungsoptionen	27
5.2.1	Änderung des Digital Services Act	27
5.2.2	Sektorspezifischer Rechtsakt für Online-Marktplätze	28
5.2.3	Erweiterung der Ökodesign-Verordnung	29
5.2.4	Erweiterung des Sustainable Consumption Pledge	29
6.	Zusammenfassung	30
7.	Literatur	32
	Über den Autor	36
	Über CO:DINA	37
	Impressum	37

1. Einleitung

Digitale Plattformen strukturieren in zunehmenden Maße Märkte für Waren und Dienstleistungen und lenken Konsumententscheidungen von Verbraucherinnen und Verbrauchern.¹ Der große Einfluss digitaler Plattformen auf das Marktgeschehen birgt aus Sicht der Verbraucher- und Wettbewerbspolitik eine Reihe von Risiken, auf die der europäische Gesetzgeber jüngst mit dem Erlass des Digital Services Act (DSA)² und des Digital Markets Act (DMA)³ reagiert hat. Die Rolle digitaler Plattformen als zentrale Akteure im Marktgeschehen bietet zugleich Chancen und neue Möglichkeiten, Konsumprozesse nachhaltiger zu gestalten. Dieses Potential digitaler Plattformen zur aktiven Förderung eines nachhaltigen Konsumverhaltens wird im Rahmen der europäischen Plattformregulierung bislang nicht hinreichend genutzt. Während wettbewerbs- und verbraucherpolitische Themen im DSA und DMA in vielfältiger Weise adressiert werden, ist das Thema Nachhaltigkeit bislang gewissermaßen der „blinde Fleck“ der europäischen Plattformregulierung.

Hier setzt die vorliegende Kurzstudie an. Sie adressiert die Frage, auf welche Weise digitale Plattformen nachhaltige Konsumententscheidungen fördern können, um selbst zu Akteuren des ökologischen Wandels zu werden. Die Durchführung der Studie erfolgt im Rahmen des BMU Verbundvorhabens „CO:DINA – Transformationsroadmap Digitalisierung und Nachhaltigkeit“. Das Vorhaben erforscht neue Ansätze für die nachhaltige Gestaltung des digitalen Wandels und zielt darauf ab, politisch-normative Zieldimensionen zu untersuchen und diese mit instrumentell-operativen Handlungsdimensionen zu verknüpfen. Dabei soll die Komplexität und Vielschichtigkeit der digitalen Transformation (vor dem Hintergrund einer nachhaltigen Entwicklung) durch einen integrierten Ansatz gestaltbar gemacht werden. Das Vorhaben adressiert dabei die Zusammenhänge und

¹ Siehe etwa Podszun, Empfiehlt sich eine stärkere Regulierung von Online-Plattformen und anderen Digitalunternehmen? Gutachten F zum 73. Deutschen Juristentag Hamburg, 2020.

² Verordnung (EU) 2022/2065 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Oktober 2022 über einen Binnenmarkt für digitale Dienste und zur Änderung der Richtlinie 2000/31/EG (Gesetz über digitale Dienste), ABl. L 277 vom 27.10.2022, S. 1-102.

³ Verordnung (EU) 2022/1925 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 14. September 2022 über bestreitbare und faire Märkte im digitalen Sektor und zur Änderung der Richtlinien (EU) 2019/1937 und (EU) 2020/1828 (Gesetz über digitale Märkte), ABl. L 265 vom 12.10.2022, S. 1-66.

Wechselwirkungen zwischen Technologie, Gesellschaft und Umwelt.⁴ Die vorliegende Studie baut auf den konzeptionellen Vorarbeiten des CO:DINA-Projekts zur Transformationsroadmap „Plattformen im Dienst der Nachhaltigkeit“ auf und konkretisiert diese mit Blick auf ein nachhaltigkeitsorientiertes Design von Online-Handelsplattformen.⁵

1.1 Thema und Ziel der Kurzstudie

Ausgangspunkt der Studie ist die Feststellung, dass der bisherige konsumorientierte und reaktive Ansatz des deutschen und europäischen Verbraucherrechts nicht ausreicht, um das Ziel einer nachhaltigen Wirtschaft und Gesellschaft zu verwirklichen. Erforderlich ist daher eine konsequente Neuausrichtung des verbraucherpolitischen Regulierungsansatzes in Bezug auf digitale Plattformen. Notwendig ist ein doppelter Perspektivwechsel: vom konsumorientierten zum nachhaltigkeitsorientierten Verbraucherrecht und von einer reaktiven und problemorientierten zu einer designorientierten Plattformregulierung.

Bislang ist das deutsche und europäische Verbraucherrecht überwiegend darauf ausgerichtet, die Rechte von Verbraucher*innen zu stärken, um den Konsum zu fördern. Zugespitzt lässt sich das geltende Verbraucherrecht daher als „Konsumschutzrecht“ beschreiben.⁶ Besonders deutlich zeigt sich dieser konsumorientierte Ansatz im instrumentellen Modell des EU-Verbraucherrechts, das in den Dienst der Verwirklichung des europäischen (digitalen) Binnenmarktes gestellt wird.⁷ Dieses marktzentrierte Verständnis des Verbraucherschutzes ist aus heutiger Sicht mit Nachhaltigkeitszielen nicht vereinbar. Erforderlich ist eine Neuausrichtung des Regulierungsansatzes dahin, dass die Anbieter*innen digitaler Plattformen

⁴ Weitere Informationen zum CO:DINA Vorhaben unter: <https://codina-transformation.de/>

⁵ Siehe dazu Ramesohl/Wirtz/Gunnemann/Weier, Digital-ökologische Staatskunst: Plattformen im Dienst der Nachhaltigkeit, CO:DINA Forschungslinienbericht, August 2022 sowie Geibler, J.v.; Gnanko, T. (2022): Nachhaltige Konsumententscheidungen durch Künstliche Intelligenz und den Digitalen Produktpass: Forschungsbericht zum Roadmapping der Forschungslinie "Transparente Wertschöpfungsketten" im CO:DINA Projekt. Wuppertal Institut, Wuppertal.

⁶ Halfmeier, Abschied vom Konsumschutzrecht, VuR 2022, 3.

⁷ Micklitz, The Visible Hand of European Regulatory Private Law—The Transformation of European Private Law from Autonomy to Functionalism in Competition and Regulation, Yearbook of European Law 28 (2009), 3 ff.

Verbraucher*innen durch ein nachhaltigkeitsorientiertes Plattformdesign dabei unterstützen, nachhaltige Entscheidungen zu treffen und ihre Bedürfnisse mit weniger Umweltbelastungen zu decken.

Die europäische Kommission hat im Rahmen der im Jahr 2020 vorgelegten Neuen Verbraucheragenda⁸ inzwischen erste Schritte auf dem Weg zu einer Neuausrichtung des europäischen Verbraucherrechts für einen „grünen Wandel“ („green transition“) unternommen. Der Fokus liegt dabei bislang auf der Bekämpfung unlauterer Praktiken (u. a. „Greenwashing“ und vorzeitige Obsoleszenz von Waren)⁹ sowie auf der Förderung der Reparatur von Waren durch die geplante Einführung eines „Rechts auf Reparatur“.¹⁰ Die Rolle digitaler Plattformen wird dabei jedoch bislang zu wenig in den Blick genommen. Insbesondere fehlt es an einer Regelung, die Anbieter digitaler Plattformen zu einem nachhaltigkeitsorientierten Plattformdesign verpflichtet.

Hinzu kommt, dass der bisherige Regulierungsansatz im Verbraucherschutz zumeist reaktiv ausgerichtet ist, d.h. die Regulierung reagiert punktuell auf identifizierte Problemlagen. Die zuständigen Regulierungsbehörden müssen den Plattformbetreibern dabei im Einzelfall Verstöße gegen regulatorische Vorgaben nachweisen. Dieser Ansatz wird der immer bedeutenderen gesellschaftlichen Rolle digitaler Plattformen nicht mehr gerecht. Damit Online-Plattformen zu Akteur*innen des ökologischen Wandels werden, ist es vielmehr erforderlich, dass die bisherige regulatorische Mechanik umgedreht wird. Es reicht nicht aus, dass digitale Plattformen es unterlassen, gegen die Vorschriften des Verbraucherrechts verstoßen. Angesichts ihrer zentralen Rolle als Anbieter von Marktinfrastrukturen¹¹ und als private Regulierer¹² sollten die Plattformbetreiber vielmehr einen

⁸ Europäische Kommission, Neue Verbraucheragenda Stärkung der Resilienz der Verbraucher/innen für eine nachhaltige Erholung, COM/2020/696 final

⁹ Siehe dazu den im März 2022 vorgelegten Vorschlag für eine Richtlinie zur Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel durch besseren Schutz gegen unlautere Praktiken und bessere Informationen, COM(2022) 143 final.

¹⁰ Siehe dazu den im März 2023 veröffentlichten Vorschlag für eine Richtlinie über gemeinsame Vorschriften zur Förderung der Reparatur von Waren, COM(2023) 155 final.

¹¹ Vgl. Busch, Regulierung digitaler Plattformen als Infrastrukturen der Daseinsvorsorge, WISO-Diskurs 04/2021.

¹² Vgl. Schweitzer, Digitale Plattformen als private Gesetzgeber: Ein Perspektivwechsel für die europäische „Plattform-Regulierung“, ZEuP 2019, 1 ff.

positiven Beitrag zur ökologischen Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft leisten. Konkret bedeutet dies, dass bereits auf der Ebene des Plattformdesigns, d.h. bei der Gestaltung der Konsumprozesse auf der Plattform, Nachhaltigkeitsaspekte im Sinne von „sustainability by design“¹³ berücksichtigt werden müssen.

Die vorliegende Studie orientiert sich am Modell des Value-based Engineering, das im Standard IEEE 7000 detailliert beschrieben wird.¹⁴ Dabei handelt es sich um einen prozessorientierten ganzheitlichen Ansatz der Systementwicklung, der dazu dient, ethische Grundlagen bei der Entwicklung von IT-Systemen in den Mittelpunkt zu stellen. Im Sinne eines solchen Value-based Engineering gilt es, auf allen Stufen des Plattformdesigns die Zielsetzungen der Nachhaltigkeit und des Verbraucherschutzes zu berücksichtigen. Im Rahmen der Studie wird untersucht, inwieweit das Modell des Value-based Engineering als Leitidee für eine nachhaltigkeitsorientierte Plattformregulierung dienen kann.

1.2 Aufbau der Kurzstudie

Die Studie ist in sechs Kapitel gegliedert. Im Anschluss an die Einleitung (Kapitel 1) wird in einem ersten Schritt zunächst das Konzept des Value-based Engineering als praktische Methode zur Realisierung eines wertebasierten Plattformdesigns vorgestellt (Kapitel 2). Dabei werden die Grundidee sowie die einzelnen Verfahrensschritte des Value-based Engineering erläutert. Darauf aufbauend wird untersucht, wie sich dieser Ansatz auf die Gestaltung digitaler Konsumprozesse auf Online-Plattformen übertragen lässt (Kapitel 3). Anhand konkreter Beispiele wird die Wirkungsweise und der zu erwartende Effekt eines nachhaltigkeitsorientierten Plattformdesigns erläutert. In einem weiteren Schritt wird untersucht, inwieweit sich das Modell des Value-based Engineering als Instrument für eine nachhaltigkeitsorientierte

¹³ Ehrenfeld, Sustainability by Design, 2008.

¹⁴ IEEE 7000-2021 Standard: Standard Model Process for Addressing Ethical Concerns during System Design (Juni 2021); siehe dazu Spiekermann, Value-based Engineering: A Guide to Build Ethical Technology for Humanity, 2023; dies., Value-based Engineering: Prinzipien und Motivation für bessere IT-Systeme, Informatik Spektrum (2021) 44: 247 ff.

Plattformregulierung eignet. Dabei wird insbesondere analysiert, wie es sich mit dem risikobasierten Modell des Digital Services Act verbinden lässt (Kapitel 4). Schließlich wird der Frage nachgegangen, inwieweit sich Value-based Engineering als Leitidee für eine gemeinwohlorientierte Gestaltung von Plattformmärkten eignet (Kapitel 5). Dazu wird das Konzept des Value-based Engineering in den aktuellen rechtspolitischen Diskurs über die Regulierung digitaler Plattformen eingeordnet. Daran anknüpfend werden konkrete rechtspolitische Handlungsoptionen für eine nachhaltigkeitsorientierte Plattformregulierung formuliert. Abschließend werden die Ergebnisse der Studie in Thesenform zusammengefasst (Kapitel 6).

2. Value-based Engineering: Grundidee und Verfahren

Dieses Kapitel gibt zunächst einen knappen Überblick über das Modell des Value-based Engineering. Im Kern handelt es sich dabei um einen prozessorientierten Ansatz, der darauf zielt, ethische Werte – einschließlich der Verwirklichung von Nachhaltigkeitszielen – auf allen Stufen der Entwicklung eines technischen Systems, etwa einer Online-Plattform, zu berücksichtigen. Zunächst wird die Grundidee des Value-based Engineering vorgestellt (2.1). Anschließend werden die einzelnen Prozessschritte skizziert und kurz erläutert (2.2).

2.1 Grundidee eines wertebasierten Plattformdesigns

Das Modell des Value-based Engineering knüpft an frühere Ideen des Value Sensitive Designs an und entwickelt diese weiter zu einem praxisorientierten Prozessstandard.¹⁵ Das Konzept des Value Sensitive Designs zielt darauf, bereits in der Entwicklung technischer Systeme ethische Werte systematisch zu berücksichtigen.¹⁶ Dem liegt der Gedanke zugrunde, dass

¹⁵ Spiekermann et al., Values and Ethics in Information Systems: A State-of-the-Art Analysis and Avenues for Future Research, *Bus Inf Syst Eng* 64(2):247-264 (2022); siehe auch Jacobs/Jacobs, Value Sensitive Design in der digitalen Transformation, *HMD* (2022) 59:512 ff.

¹⁶ Vgl. Friedman/Kahn/Borning, Value Sensitive Design and Information Systems, in: Zhang/Galletta (eds.) *Human-computer Interaction and Management Information Systems: Foundations*, 2007.

das Design technischer Systeme nicht nur eine instrumentelle Dimension hat, sondern stets auch eine normative Dimension aufweist. Entscheidungen über die Entwicklung, Gestaltung und Konstruktion technischer Systeme sind daher nicht wertneutral, sondern enthalten Werturteile. In diesem Sinne handelt es sich bei dem Modell des Value-based Engineering um einen anwendungsorientierten Ansatz der Technikethik oder um eine Form des „ethical design thinking“.¹⁷

Im Unterschied zu früheren Top-down-Modellen des wertebasierten Designs, bei denen Wertelisten „abgearbeitet“ werden, beschreibt das Modell des Value-based Engineering ein Verfahren, das es Systementwicklungsteams und Führungskräften ermöglichen soll, gemeinsam mit den relevanten Stakeholdern in eine Wertreflektion einzusteigen. Im Rahmen eines Bottom-up-Prozesses werden dabei die für den Einsatz des jeweiligen Systems relevanten Werte ermittelt, priorisiert und anschließend in konkrete Anforderungen an das Systemdesign übersetzt.¹⁸

2.2 Verfahrensschritte des Value-based Engineering

Eine praktische Anleitung zur Anwendung des Value-based Engineering auf die Gestaltung technischer Systeme formuliert der vom Institute of Electrical and Electronics Engineers (IEEE) erarbeitete und im Jahr 2021 veröffentlichte Standard IEEE 7000 („Standard Model Process for Addressing Ethical Concerns during System Design“). Der Standard beschreibt detailliert ein Verfahren, das es Entwicklerinnen und Entwicklern von Softwaresystemen ermöglichen soll, auf den verschiedenen Stufen der Systementwicklung ethische Werte in den Entwicklungsprozess einzubeziehen.¹⁹ Das im Standard IEEE 7000 beschriebene Verfahren zur Wertreflektion und Übersetzung der dabei identifizierten Werte in konkrete Systemanforderungen umfasst vier Schritte (Abb. 1), die im Folgenden näher erläutert werden.

¹⁷ Vgl. Barford, Material Value Ethics in a Model Process for Values-Based Design, IEEE Technology and Society Magazine, 40(3), 42

¹⁸ Spiekermann, Value-based Engineering: Prinzipien und Motivation für bessere IT-Systeme, Informatik Spektrum (2021) 44:247, 249.

¹⁹ Ziff. 1.1 IEEE 7000-2021.

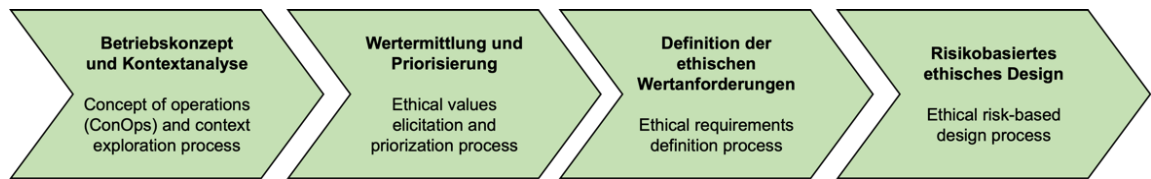


Abbildung 1: Vier Stufen des Value-based Engineering, Quelle: Eigene Darstellung nach IEEE 7000-2021

2.2.1 Betriebskonzept und Kontextanalyse

In einem ersten Schritt wird für das relevante digitale System, etwa einen Online-Marktplatz, eine Smartphone-App oder eine Vergleichsplattform, ein Betriebskonzept (concept of operations) entwickelt und eine Kontextanalyse (context exploration) durchgeführt.²⁰ Dafür sind zunächst die in Betracht kommenden Einsatzkontexte des Systems zu beschreiben und die relevanten Stakeholder zu identifizieren, die in den Prozess des Value-based Engineering einbezogen werden. Zur Konkretisierung der Einsatzkontexte werden einzelne Anwendungsfälle (use cases) ausgewählt, die für die Wertermittlung relevant sind.

Im Rahmen der Kontextanalyse werden außerdem Informationen zur sozialen, rechtlichen und ökologischen Machbarkeit des Systems erhoben. Im Falle eines Online-Marktplatzes wären in rechtlicher Hinsicht etwa die Designanforderungen gemäß Art. 31 Abs. 1 DSA zu berücksichtigen. Demnach muss der Anbieter einer Online-Plattform, die Verbraucherinnen und Verbrauchern den Abschluss von Fernabsatzverträgen mit Unternehmen ermöglicht, durch ein entsprechendes Plattfordesign sicherstellen, dass die Unternehmen ihren unionsrechtlichen Verpflichtungen in Bezug auf vorvertragliche Informationen, Konformität und Produktsicherheitsinformationen nachkommen können.

Neben derartigen rechtlichen „Designpflichten“ sind im Rahmen der juristischen Kontextanalyse auch organisatorische Anforderungen an das jeweilige System zu berücksichtigen. Ein Beispiel für rechtliche Vorgaben, die das „organizational engineering“ des Systems betreffen, ist etwa die in § 23 Abs. 2 Nr. 11 KrWG geregelte Obhutspflicht für retournierte Waren.

²⁰ Ziff. 7 IEEE 7000-2021.

2.2.2 Wertermittlung und Priorisierung

Im Anschluss an die Entwicklung des Betriebskonzepts und die Kontextanalyse werden in einem zweiten Schritt im Dialog mit den Stakeholdern Kernwerte und Wertqualitäten ermittelt, die für den Einsatz des jeweiligen Systems relevant sind.²¹ Als Kernwerte (core values) werden dabei solche Werte bezeichnet, die von den beteiligten Stakeholdern im Rahmen der Wertermittlung immer wieder beschrieben oder sogar direkt benannt werden.²² Als Wertqualitäten (value demonstrators) werden in der Terminologie des Value-based Engineering konkrete Ausprägungen oder Ausdrucksformen eines abstrakten Kernwertes bezeichnet. So stellen etwa die Wertqualitäten „Datensicherheit“ und „Informierte Zustimmung zur Datensammlung“ konkrete Ausprägungen des Kernwertes „Privatsphäre“ dar.²³ Die im Dialog mit den Stakeholdern identifizierten Kernwerte und Wertqualitäten werden weiter konkretisiert und zu Wertclustern (value clusters) zusammengestellt. Diese Wertcluster werden sodann priorisiert und die einzelnen Kernwerte und Wertqualitäten in einem Werteregister (value register) dokumentiert.

Bei Anwendung dieser Methode auf das Systemdesign einer Online-Handelsplattform könnten dem abstrakten Kernwert „Nachhaltigkeit“ etwa die konkreten Wertqualitäten „Geringe Retourenquote“, „Umweltfreundliche Verpackung“, „Produkte aus regionaler Herstellung“ oder „Recht auf Reparatur“ zugeordnet werden (Abb. 2). Der Kernwert und die zugehörigen Wertqualitäten bilden zusammen den Wertcluster „Nachhaltigkeit“. In gleicher Weise werden weitere Kernwerte ermittelt und entsprechende Wertcluster gebildet, etwa zu den Kernwerten „Schutz der Privatsphäre“ und „Privatautonomie“. Die so ermittelten Kernwerte und Wertcluster werden anschließend unter Beteiligung der Stakeholder priorisiert und in einem Werteregister festgehalten.

²¹ Ziff. 8 IEEE 7000-2021.

²² Spiekermann, Value-based Engineering: Prinzipien und Motivation für bessere IT-Systeme, Informatik Spektrum (2021) 44:247, 251.

²³ Spiekermann, Value-based Engineering: Prinzipien und Motivation für bessere IT-Systeme, Informatik Spektrum (2021) 44:247, 251.

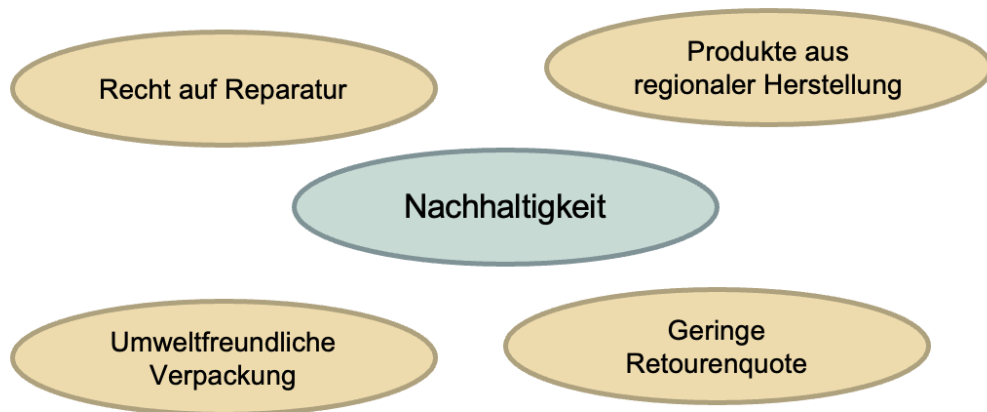


Abbildung 2: Wertcluster Nachhaltigkeit

2.2.3 Definition der ethischen Wertanforderungen

In einem dritten Schritt gilt es, die Vorgaben für die Gestaltung des Systems weiter zu konkretisieren und ethische Wertanforderungen (ethical value requirements, EVRs) zu formulieren, die bestimmen, wie die priorisierten Kernwerte im System verwirklicht werden.²⁴ Die Realisierbarkeit der EVRs ist zu bewerten und mit den Stakeholdern abzustimmen.

Im oben genannten Beispiel des Systemdesigns einer Online-Handelsplattform ließe sich die dem Kernwert „Nachhaltigkeit“ zugeordnete Wertqualität „Produkte aus regionaler Herstellung“ etwa dadurch verwirklichen, dass Informationen über die Herkunft der Produkte auf der Plattform hervorgehoben und Produkte aus regionaler Herkunft durch ein besonderes „Regionalsiegel“ gekennzeichnet werden. Ein weiteres Beispiel für ein EVR zur Verwirklichung der Wertqualität „Produkte aus regionaler Herstellung“ wäre die Einführung einer Suchfunktion für regionalen Produkte auf der Plattform, die es Verbraucherinnen und Verbrauchern ermöglicht gezielt nach solchen Produkten zu suchen (Abb. 3).

²⁴ Ziff. 9 IEEE 7000-2021.

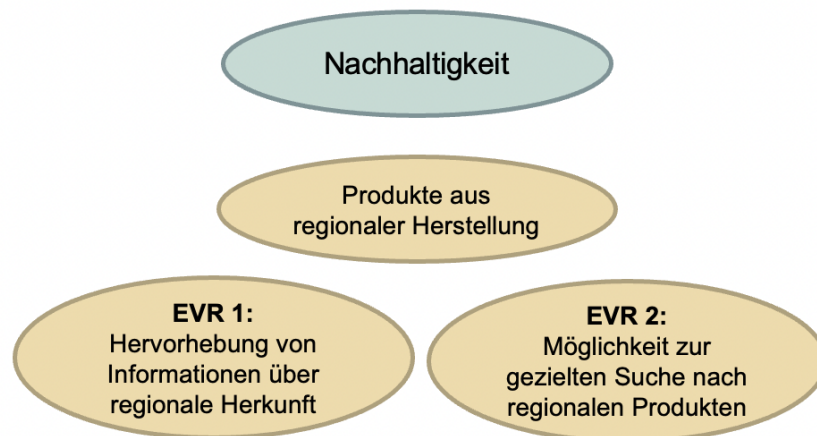


Abbildung 3: Definition ethischer Wertanforderungen

Zu beachten ist, dass die EVRs nicht nur technische Vorgaben, sondern auch organisatorische Anforderungen betreffen können. Das Konzept des Value-based Engineering erfasst also nicht allein das technische Design des digitalen Systems (z. B. das User-Interface einer Online-Plattform), sondern entsprechend eines „organizational engineering“ auch die dahinter liegende Organisationsstruktur und die Abläufe im Unternehmen. In diesem Sinne könnten im oben genannten Beispiel der Online-Handelsplattform die EVRs ebenso den Umgang mit retournierten Waren im Rahmen des Retourenmanagements betreffen.

2.2.4 Risikobasiertes ethisches Design

Im vierten Schritt werden schließlich die ethischen Wertanforderungen und erforderlichen Funktionalitäten in ein konkretes Systemdesign übersetzt.²⁵ Für das oben genannte Beispiel der Möglichkeit zur Suche nach regionalen Produkten bedeutet dies, dass die Rankingkriterien auf der Plattform angepasst werden und das Empfehlungssystem um eine entsprechende Filterfunktion ergänzt wird (Abb. 4).

²⁵ Ziff. 10 IEEE 7000-2021.

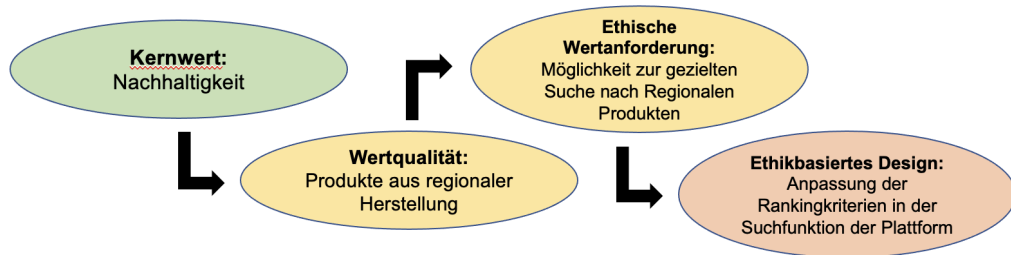


Abbildung 4: Übersetzung der Kernwerte in ein ethikbasiertes Design (ethically aligned design)

Ziel des Value-based Engineering ist es, ein Systemdesign zu verwirklichen, das an den zuvor ermittelten ethischen Werten orientiert ist (ethically aligned design). Durch den mehrstufigen Konkretisierungsprozess und die detaillierte Dokumentation der einzelnen Schritte ist es dabei möglich, das Systemdesign rückverfolgbar zu gestalten, d. h. die konkreten Designvorgaben lassen sich jeweils einzelnen Kernwerten, Wertqualitäten und ethischen Wertanforderungen zuordnen.

3. Plattformdesign für nachhaltige Konsumententscheidungen

Aufbauend auf der Übersicht zum Modell des Value-based Engineering in Kapitel 2 der Kurzstudie widmet sich dieses Kapitel der Frage, wie nachhaltigere Konsumententscheidungen durch ein nachhaltigkeitsorientiertes Plattformdesign im Sinne von „sustainability by design“ unterstützt werden können. Dafür wird das Konzept des nachhaltigkeitsorientierten Plattformdesigns zunächst in den Kontext der Plattformregulierung „by design“ eingeordnet (3.1). In einem zweiten Schritt wird sodann anhand konkreter Beispiele erläutert, wie sich das Ziel „sustainability by design“ in konkrete Vorgaben für die Gestaltung von Online-Handelsplattformen übersetzen lässt (3.2).

3.1 Plattformregulierung by design

Das in Kapitel 2 vorgestellte Modell des Value-based Engineering geht von der Prämisse aus, dass ethische Werte und normative Zielsetzungen bereits bei der Entwicklung und Gestaltung technischer Systeme berücksichtigt und gewissermaßen in das jeweilige Systemdesign „eingebaut“ werden sollten. Dieser designorientierte Ansatz prägt in zunehmendem Maße auch die europäische Regulierung der Digitalwirtschaft. Ein prominentes Beispiel ist Art. 25 DSGVO, der das Konzept der „privacy by design“ aufgreift. Es legt fest, dass bereits bei der Planung und Gestaltung datenverarbeitender Systeme technische und organisatorische Maßnahmen zu treffen sind, um die in der DSGVO verankerten Datenschutzgrundsätze nach Art. 5 DSGVO zu erfüllen.²⁶

Inzwischen hat der Gedanke der Regulierung „by design“ auch Eingang in das europäische Plattformrecht gefunden. So sieht Art. 31 Abs. 1 DSA vor, dass digitale Plattformen so konzipiert und organisiert werden müssen, dass die gewerblichen Plattformnutzer ihren Verpflichtungen nach dem europäischen Verbraucher- und Produktsicherheitsrecht nachkommen können. Eine ähnliche Regelung findet sich auch in Art. 20 Abs. 5 des Vorschlags für eine europäische Produktsicherheitsverordnung.²⁷ Weitere Beispiele für die wachsende Bedeutung von Designpflichten im Bereich der Plattformregulierung und des Verbraucherrechts sind der im Mai 2022 durch den deutschen Gesetzgeber eingeführte „Kündigungsbutton“ (§ 312k BGB n.F.) und die für Juni 2023 vorgesehene Einführung eines „bouton résiliation“ in Frankreich (Artikel L-215-1-1 Abs. 2 Code de la consommation).

Der Trend zu „Designpflichten“ als bevorzugtes Regulierungsinstrument ist dabei nicht auf die Europäische Union beschränkt. So sieht etwa die im Juli 2022 neu eingefügte Section 17602 (d)(1)(A) des California Business and Professions Code vor, dass die Kündigung von Abonnementverträgen durch einen „cost-effective, timely and easy to use cancellation mechanism“ ermöglicht werden muss. Als Beispiel für eine rechtskonforme Gestaltung nennt die Regelung einen „direct link or button“ sowie eine vorformulierte

²⁶ Vgl. Lang, in: Taeger/Gabel, DSGVO, 4. Aufl. 2022, DS-GVO, Art. 25 Rn. 1, 3.

²⁷ Europäische Kommission, Vorschlag für eine Verordnung über die allgemeine Produktsicherheit, COM/2021/346 final.

„termination email“. Die Besonderheit der hier genannten Regelungen besteht darin, dass sie nicht lediglich Informationspflichten in Bezug auf Kündigungsrechte statuieren, sondern konkrete Designpflichten für Websites und User-Interfaces formulieren. Sie beschränken sich auch nicht auf ein (negatives) Verbot von „dark patterns“, sondern formulieren (positive) Designvorgaben. Die Regelungen erweitern damit das vielfach als ineffektiv kritisierte verbraucherrechtliche Informationsmodell²⁸ weiter zu einem verbraucherrechtlichen „Designmodell“. Kerngedanke dieses neuen Regulierungsmodells ist, dass Verbraucherinnen und Verbraucher nicht nur hinreichend informiert werden, sondern bei der Ausübung ihrer Rechte durch ein nutzerfreundliches Design unterstützt werden.

Die Europäische Kommission hat den Trend zum Verbraucherschutz „by design“ unlängst in dem am 11.5.2022 veröffentlichten Richtlinienvorschlag zur Reform der Vorschriften über den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen aufgegriffen.²⁹ Art. 1 Abs. 2 des Entwurfs der EU Kommission sieht vor, dass die Ausübung des Widerrufsrechts im Fernabsatz durch die Einführung eines „Widerrufsbuttons“ erleichtert wird. Anfang März 2023 hat sich der Rat der Europäischen Union (mit einigen Änderungsvorschlägen hinsichtlich der konkreten Ausgestaltung) dafür ausgesprochen, diesen Ansatz zu verallgemeinern.³⁰ Der Rat spricht sich dafür aus, einen Widerrufsbutton nicht nur für Verträge über Finanzdienstleistungen einzuführen, sondern auf alle Verbraucherverträge auszudehnen, die über eine Online-Benutzeroberfläche abgeschlossen werden.

Weitergehende Überlegungen finden sich in dem am 28.11.2022 von der EU-Kommission veröffentlichten Konsultationsdokument zum „Fitness Check of

²⁸ Siehe etwa Ben-Shahar/Schneider, More than you wanted to know: The failure of mandated disclosure, 2014; The Future of Pre-contractual Information Duties: Personalization of Disclosure with Big Data, in: Twigg-Flesner (ed.), Research Handbook on EU Consumer and Contract Law, Cheltenham: Edward Elgar, S. 221 ff.

²⁹ Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Richtlinie 2011/83/EU in Bezug auf im Fernabsatz geschlossene Finanzdienstleistungsverträge und zur Aufhebung der Richtlinie 2002/65/EG, COM(2022)204 final.

³⁰ Rat der Europäischen Union, Rat vereinbart Verhandlungsposition zu im Fernabsatz geschlossenen Finanzdienstleistungsverträgen, Pressemitteilung vom 2.3.2023, <https://www.consilium.europa.eu/de/press/press-releases/2023/03/02/council-agrees-negotiating-position-on-financial-services-contracts-concluded-at-a-distance/>

EU consumer law on digital fairness“. Dort wird u. a. die Einführung eines europäischen Kündigungsbrowsers nach dem Vorbild von § 312k BGB n.F. zur Diskussion gestellt.³¹

Dieser Ansatz einer „Konformität durch Technikgestaltung“³² („compliance by design“), ließe sich ohne Weiteres auf den Bereich der Nachhaltigkeit übertragen. Konkret würde dies bedeuten, dass die Plattformbetreiber bei der Gestaltung von Websites oder Apps zu einem Plattformdesign verpflichtet werden, das nachhaltige Konsumententscheidungen ermöglicht und erleichtert („sustainability by design“). Für die praktische Umsetzung dieses Ansatzes könnte wiederum auf das Modell des Value-based Engineering zurückgegriffen werden.³³

3.2 Bausteine für ein nachhaltigkeitsorientiertes Plattformdesign

Wie ein nachhaltigkeitsorientiertes Plattformdesign konkret aussehen könnte, wird im Folgenden anhand von vier Beispielen erläutert. Die Beispiele setzen dabei jeweils an unterschiedlichen Stellen der Customer Journey auf einer Online-Handelsplattform an.³⁴

3.2.1 Information über Nachhaltigkeitsaspekte

Eine erste Maßnahme zur Unterstützung nachhaltigen Konsums auf digitalen Plattformen könnte darin bestehen, dass den Verbraucherinnen und Verbrauchern gezielt Informationen über die Nachhaltigkeitsaspekte ihrer Konsumententscheidungen zur Verfügung gestellt werden. Einige Plattformen haben bereits auf das zunehmende Interesse der Verbraucherinnen und Verbraucher an Nachhaltigkeitsthemen reagiert und entsprechende

³¹ Dazu Busch, Updating EU Consumer Law for the Digital Subscription Economy, EuCML 2022, 41f.

³² So die Überschrift von Art. 31 DSA.

³³ Siehe dazu Kapitel 4.

³⁴ Zum Konzept der Customer Journey im Kontext des nachhaltigkeitsorientierten Plattformdesigns siehe Ramesohl/Wirtz/Gunnemann/Weier, Digital-ökologische Staatskunst: Plattformen im Dienst der Nachhaltigkeit, CO:DINA Forschungslinienbericht, August 2022, S. 26 ff.

Kennzeichen für nachhaltige Produkte eingeführt. Beispiele sind etwa die Kennzeichnung von Produkten als „Climate Pledge Friendly“ auf dem Amazon Marketplace³⁵ oder die kürzlich eingeführten „Umwelt-Badges“ in der App des Zahlungsanbieters und E-Commerce-Dienstleisters Klarna.³⁶

Aus Verbrauchersicht fällt die Bewertung solcher Initiativen einzelner Plattformbetreiber jedoch ambivalent aus. Einerseits kann ein entsprechender Hinweis Verbraucherinnen und Verbrauchern eine wichtige Hilfestellung bei der Auswahl nachhaltiger Produkte bieten. Andererseits besteht die Gefahr eines Wildwuchses plattformspezifischer Nachhaltigkeitskennzeichen, der den Vergleich zwischen Angeboten unterschiedlicher Plattformen erschwert. Hinzu kommt, dass bei plattformspezifischen Kennzeichen häufig unklar ist, anhand welcher Kriterien ein Produkt als nachhaltig bewertet wird. Damit erhöht sich die Gefahr, dass die Kennzeichen für „Greenwashing“ missbraucht werden.³⁷ Vorzugswürdig erscheint daher die Verwendung plattformübergreifender und weithin anerkannter Kennzeichen, die anhand verlässlicher Kriterien vergeben werden (z. B. EU Ecolabel, Blauer Engel, Grüner Knopf).³⁸

Soweit die Plattformbetreiber selbst eine Nachhaltigkeitsbewertung von Produkten und Dienstleistungen vornehmen, ist es ferner erforderlich, dass seitens der Anbieter die erforderlichen Informationsgrundlagen bereitgestellt werden, damit die Produkte und Dienstleistungen nach Nachhaltigkeitskriterien bewertet und entsprechend gekennzeichnet werden können. Eine Hilfestellung dürfte hierbei die geplante Einführung eines digitalen Produktpasses spielen. Anhand der im Produktpass

35 Amazon, Amazon launches “Climate Pledge Friendly” Program, 25.9.2020, <https://www.aboutamazon.com/news/sustainability/amazon-launches-climate-pledge-friendly-program>

36 Klarna, Klarna unveils conscious badges powered by Clarity AI, the world’s first assessment of electronics brands’ environmental achievements, 16.3.2023, <https://www.klarna.com/international/press/klarna-unveils-conscious-badges-powered-by-clarity-ai-the-worlds-first-assessment-of-electronics-brands-environmental-achievements/>

37 Vgl. zu dieser Thematik auch den im März 2022 von der Europäischen Kommission veröffentlichten Vorschlag für eine Richtlinie hinsichtlich der Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel durch besseren Schutz gegen unlautere Praktiken und bessere Informationen, COM(2022) 143 final.

38 Siehe den Überblick bei Umweltbundesamt, Labelratgeber: TOP-Umweltsiegel für den nachhaltigen Konsum, 11.7.2022, <https://www.umweltbundesamt.de/umwelttipps-fuer-den-alltag/uebergreifende-tipps/siegel-label>.

enthaltenen Daten zu den Umweltauswirkungen eines Produkts könnte ein „Sustainability Score“ ermittelt werden, der den Verbrauchern eine klare und einfache Orientierung für ihre Konsumententscheidungen bietet. Um die Vergleichbarkeit von Angeboten auf unterschiedlichen Plattformen zu gewährleisten, sollte die Berechnungsmethode für den „Sustainability Score“ standardisiert werden.

Neben produktbezogenen Informationen könnten die Plattformen auch personalisierte Informationen über die Nachhaltigkeit des individuellen Konsumverhaltens bereitstellen. Denkbar wäre etwa ein Tracking des individuellen CO₂-Fußabdrucks auf einer Plattform. Die Wirkung dieser Information könnte möglicherweise durch einen Vergleich mit dem Durchschnittswert anderer Nutzerinnen und Nutzer auf der Plattform erhöht werden.

3.2.2 Filtermöglichkeiten nach Nachhaltigkeitskriterien

Eine noch stärkere Wirkung als die bloße Bereitstellung von Informationen könnte eine Anpassung der algorithmischen Empfehlungssysteme und Rankings auf Plattformen entfalten. Das Sortieren von Angeboten in Form von Rankings prägt das Kerngeschäft von Vergleichsplattformen und Online-Marktplätzen.³⁹ Angesichts der großen Fülle an Produkten und Dienstleistungen, die auf digitalen Märkten angeboten werden, ist es für Verbraucherinnen und Verbraucher kaum möglich, die verfügbaren Angebote selbst zu sichten und auszuwerten. Filtermechanismen und Rankings, die von den Plattformbetreibern zur Verfügung gestellt werden, erleichtern daher die Auswahl des passenden Angebotes. Empirische Studien zeigen, dass das Ranking einen wesentlichen Einfluss auf die Konsumententscheidung der Verbraucherinnen und Verbraucher hat.⁴⁰ Welche Produkte und Dienstleistungen erworben werden, hängt dabei stark von der jeweiligen Position im Ranking ab.

³⁹ Bundeskartellamt, Abschlussbericht Sektoruntersuchung Vergleichsportale, April 2019, S. 79.

⁴⁰ Ursu, The Power of Rankings: Quantifying the Effect of Rankings on Online Consumer Search and Purchase Decisions. *Marketing Science* 37(4):530 ff.

Vor diesem Hintergrund sollten Plattformen Filtermöglichkeiten zur Verfügung stellen, die es Verbraucherinnen und Verbrauchern ermöglichen, gezielt nach nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen zu suchen. Einige Plattformen bieten bereits heute die Möglichkeit, die Produktsuche anhand von Nachhaltigkeitskriterien einzuschränken. So besteht etwa auf der Mode-Plattform Zalando die Möglichkeit, Produkte u. a. nach den Suchkriterien „Recycelte Materialien“ oder „Ökologische Materialien“ zu filtern.⁴¹ Auch auf dem Amazon Marketplace können Verbraucherinnen und Verbraucher gezielt nach Produkten zu suchen, die Amazon mit dem Label „Climate Pledge Friendly“ gekennzeichnet hat.⁴² Um diese Kennzeichnung zu erhalten, muss ein Produkt entweder eine der gängigen Nachhaltigkeitszertifizierungen vorweisen (z. B. EU Ecolabel, Blauer Engel, Forest Stewardship Council, Rainforest Alliance) oder über die von Amazon selbst erteilte Zertifizierung „Compact by Design“ verfügen.

Ebenso wie bei den Informationen über Nachhaltigkeitsaspekte wird es jedoch nicht ausreichen, allein auf freiwillige Initiativen einzelner Plattformen zu setzen. Um auf allen Plattformen Verbraucherinnen und Verbrauchern die gezielte Suche nach nachhaltigen Produkten zu ermöglichen, müssten die Plattformbetreiber verpflichtet werden, Nachhaltigkeitskriterien als Filtermöglichkeit zur Verfügung zu stellen.⁴³ Dies erfordert allerdings einen Perspektivwechsel in der Regulierung von Rankings und algorithmischen Empfehlungssystemen. Bisher zielt die Regulierung in erster Linie auf die Gewährleistung von Transparenz in Bezug auf die verwendeten Rankingparameter. So verlangen etwa die im Jahr 2019 neu geschaffenen Regelungen in Art. 7 Abs. 4a der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (2005/29/EG) und Art. 6a Abs. 1 lit. a) der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher (2011/83/EU) lediglich eine Offenlegung der wesentlichen Rankingparameter. Rechtliche Vorgaben, die darauf zielen, eine Auswahl der Rankingparameter durch die Verbraucherinnen und Verbraucher zu ermöglichen, enthalten die genannten Vorschriften dagegen

⁴¹ Zalando, Über Nachhaltigkeit, <https://www.zalando.de/about-sustainability/>

⁴² Amazon, Amazon launches “Climate Pledge Friendly” Program, 25.9.2020, <https://www.aboutamazon.com/news/sustainability/amazon-launches-climate-pledge-friendly-program>

⁴³ Dafür auch Ramesohl/Wirtz/Gunnemann/Weier, Digital-ökologische Staatskunst: Plattformen im Dienst der Nachhaltigkeit, CO:DINA Forschungslinienbericht, August 2022, S. 40.

nicht. Zudem adressieren Nachhaltigkeitskriterien für Produkte und Dienstleistungen häufig nur einzelne Lebenszyklusphasen, wie z. B. den Rohstoffabbau, die Herstellung, die Nutzung oder die Entsorgung. Lebenszyklusweite Kriterien werden selten genutzt. Auch hier kann die geplante Einführung eines digitalen Produktpasses eine wichtige Rolle spielen.

Im unlängst verabschiedeten Digital Services Act deutet sich indes der geforderte Perspektivwechsel in der Regulierung von Rankings und Empfehlungssystemen an. So verlangt Art. 38 DSA, dass sehr große Online-Plattformen (Very Large Online Platforms, VLOPs) mindestens eine Option für ihre Empfehlungssysteme vorsehen, die nicht auf Profiling gem. Art. 4 Abs. 4 DSGVO beruht. Dabei handelt es sich um eine Designpflicht, die den Datenschutz auf Plattformen stärken soll („privacy by design“). Zugleich dient die Regelung dazu, Verbraucherinnen und Verbrauchern die Auswahl datenschutzfreundlicher Optionen auf der Plattform zu ermöglichen. Die Vorschrift des Art. 38 DSA erweitert damit das bisherige Modell der Algorithmentransparenz⁴⁴ („algorithmic transparency“) um einen neuen Ansatz, der Wahlmöglichkeiten für Nutzerinnen und Nutzer algorithmischer Systeme („algorithmic choice“) in den Vordergrund stellt.⁴⁵ Ebenso könnten Plattformen verpflichtet werden, Verbraucherinnen und Verbrauchern durch die Auswahl von Nachhaltigkeitskriterien als Filtermöglichkeit ökologische Konsumententscheidungen zu erleichtern.

⁴⁴ Siehe dazu Art. 27 DSA.

⁴⁵ Busch, From Algorithmic Transparency to Algorithmic Choice: European Perspectives on Recommender Systems and Platform Regulation, Kaesling et al. (ed.) Recommender Systems: Legal and Ethical Issues, 2023 (im Erscheinen).

3.2.3 Nachhaltigkeit in der Logistik

Einen weiteren zentralen Ansatzpunkt für mehr Nachhaltigkeit im Online-Handel bildet die Versandlogistik. Der Transport und die Versandverpackung bilden einen „ökologischen Hotspot“ des Online-Handels.⁴⁶ Bislang sind die internen Abläufe der Online-Händler und Plattformanbieter zumeist darauf optimiert, eine möglichst schnelle Auslieferung der bestellten Waren zu ermöglichen.⁴⁷ Dies kann dazu führen, dass einzelne bereits verfügbare Artikel aus einer Bestellung umgehend kommissioniert und in den Versand gegeben werden, während die restlichen Artikel erst später versendet werden. Dies kann zur Folge haben, dass Artikel derselben Bestellung beim Kunden in mehreren Paketen ankommen.

Im Sinne eines nachhaltigkeitsorientierten Plattformdesigns sollten Verbraucherinnen und Verbraucher bei der Bestellung von mehreren Artikeln auswählen können, ob eine Aufteilung der Bestellung gewünscht ist oder nicht.⁴⁸ Eine umweltfreundliche Bündelung von Artikeln zu einer Gesamtbestellung könnte auch durch die Einführung von Mindestbestellwerten erreicht werden. So hat etwa die Mode-Plattform Zalando im Jahr 2022 einen Mindestbestellwert für kostenlose Lieferungen eingeführt.⁴⁹ Dies dient zwar in erster Linie dazu, die Kosten pro Bestellung aus Sicht des Unternehmens zu optimieren. Die Bündelung von mehreren Bestellungen zu einer einheitlichen Lieferung dürfte aber auch unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten sinnvoll sein.⁵⁰ Ganz im Sinne des Value-based Engineering zeigt sich hier, dass die Verwirklichung von Nachhaltigkeitszielen durch eine Anpassung des Plattformdesigns nicht zwingend im Widerspruch zu den betriebswirtschaftlichen Zielen des Plattformbetreibers stehen.

⁴⁶ Umweltbundesamt (Hrsg.), Die Ökologisierung des Online-Handels: Neue Herausforderungen für die umweltpolitische Förderung eines nachhaltigen Konsums, 2020, S. 36.

⁴⁷ Harwardt, Ökologische Nachhaltigkeit im E-Commerce, 2023, S. 96.

⁴⁸ So auch Harwardt a.a.O.

⁴⁹ Merz, Zalando führt den Mindestbestellwert ein, Berliner Zeitung, 5.7.2022, <https://www.berliner-zeitung.de/news/versandkosten-zalando-fuehrt-den-mindestbestellwert-ein-li.243737>.

⁵⁰ Allerdings kann ein Mindestbestellwert auch dazu führen, dass Verbraucherinnen und Verbraucher mehr Produkte bestellen als sie eigentlich benötigen.

Des Weiteren könnte erwogen werden, die Betreiber von Online-Marktplätzen zu verpflichten, bei der Warenbestellung eine Auswahl zwischen unterschiedlichen Transportdienstleistern zu ermöglichen und dabei zumindest eine besonders umweltfreundliche Option anzubieten (z. B. Zustellung auf der „letzten Meile“ per Elektrofahrzeug oder Lastenfahrrad). Auch das Angebot von Alternativen zur Haustürzustellung (z. B. Zustellung an eine Packstation) könnte sinnvoll sein. Einen Schritt weiter ginge im Sinne des umweltorientierten "Nudging" die Überlegung, eine umweltfreundliche Versandoption als Voreinstellung (Default-Einstellung) vorzusehen. Die zuletzt genannten Vorschläge stellen jedoch einen weitgehenden Eingriff in die Organisation der Versandlogistik des Plattformbetreibers dar und würden die Komplexität des Warenversands erheblich erhöhen. Daher müsste sorgfältig geprüft werden, ob der Zugewinn an Nachhaltigkeit einen solchen Eingriff rechtfertigen kann.

Darüber hinaus könnten einige der hier erwogenen Gestaltungsoptionen derzeit auch an juristische Grenzen stoßen. So dürfte etwa der Voreinstellung einer umweltfreundlichen, mit Zusatzkosten verbundenen Versandoption die Vorschrift des § 312a Abs. 3 S. 2 BGB entgegenstehen.⁵¹ Demnach ist bei Verbraucherverträgen im elektronischen Geschäftsverkehr die Vereinbarung einer Zusatzleistung, für die Extrakosten anfallen, nur wirksam, wenn der Unternehmer die Vereinbarung nicht durch eine Voreinstellung („pre-ticked box“) herbeiführt. Diese Regelung dient der Preistransparenz und soll Verbraucherinnen und Verbraucher in ihrer rechtsgeschäftlichen Entscheidungsfreiheit vor einer „Überrumpelung“ durch den Unternehmer schützen. Das Beispiel macht deutlich, dass Default-Einstellungen, die der Verwirklichung von Nachhaltigkeitszielen dienen, mit anderen ethischen Werten – im konkreten Fall mit der Entscheidungsfreiheit der Verbraucherinnen und Verbraucher – in Konflikt treten können. Im Rahmen des Value-based Engineering ist deshalb eine Abwägung und Priorisierung der unterschiedlichen Werte erforderlich. Die Regelung in § 312a Abs. 3 S. 2 BGB zeigt, dass der Gesetzgeber bislang das Plattformdesign nicht mit Blick auf Nachhaltigkeit, sondern auf den Schutz der Entscheidungsfreiheit der Verbraucherinnen und Verbraucher optimiert.

⁵¹ Vgl. Busch, in: BeckOGK, BGB § 312a Rn. 15-17

Sofern die Voreinstellung einer umweltfreundlichen Versandoption durch den Plattform-betreiber derzeit an § 312a Abs. 3 S. 2 BGB scheitert, könnte-gewissermaßen als milderer Mittel – erwogen werden, die Möglichkeit einer umweltfreundlichen Versandmethode auf der Plattform möglichst prominent zu präsentieren. Doch auch die Zulässigkeit eines solchen „green nudge“⁵² ist aus rechtlicher Perspektive nicht unproblematisch. So stellt sich etwa die Frage, ob die prominentere Darstellung einer umweltfreundlichen, aber teureren Versandoption mit Art. 25 Abs. 1 DSA vereinbar ist. Danach dürfen Anbieter von Online-Plattformen „ihre Online-Schnittstellen nicht so konzipieren, organisieren oder betreiben, dass Nutzer getäuscht, manipuliert oder anderweitig in ihrer Fähigkeit, freie und informierte Entscheidungen zu treffen, maßgeblich beeinträchtigt oder behindert werden“. Die Vorschrift soll die Verwendung von sog. „dark patterns“ auf Online-Plattformen verhindern. Als Beispiel nennt Art. 25 Abs. 3 lit. a) DSA die verbreitete Praxis, „dass bestimmte Auswahlmöglichkeiten stärker hervorgehoben werden, wenn der Nutzer eine Entscheidung treffen muss“. Gerade darum geht es jedoch bei dem oben beschriebenen „green nudge“. Insofern stellt sich die Frage, ob Art. 25 DSA auch „dark green nudges“ verbietet. Wortlaut und Zweck der Vorschrift sprechen dafür.

Auch hier zeigt sich der Zielkonflikt zwischen den Werten Entscheidungsfreiheit und Verbraucherschutz auf der einen Seite und den Werten Nachhaltigkeit und Umweltschutz auf der anderen Seite. Das Beispiel macht deutlich, dass ein konsequent auf Nachhaltigkeit ausgerichtetes Plattformdesign wohl nicht ohne Einschränkungen des bisher geltenden Verbraucherrechts möglich sein wird. In diesem Sinne erfordert die Anpassung des europäischen Verbraucherrechts im Rahmen der „Green Transition“ eine grundlegende rechtspolitische Debatte über die Neubestimmung des „optimalen“ Verbraucherschutzniveaus für eine nachhaltige Wirtschaft.

⁵² Vgl. Schubert, Green nudges: Do they work? Are they ethical?, *Ecological Economics* 2017, 329 ff.

3.2.4 Nachhaltiges Retourenmanagement

Unter dem Aspekt der ökologischen Nachhaltigkeit besonders problematisch ist die hohe Retourenquote im Online-Handel. So wurden gemäß der Forschungsgruppe Retourenmanagement im Jahr 2018 ca. 280 Mio. Pakete und 487 Mio. Artikel retourniert. Dies entspricht 16,3 Prozent der ausgelieferten und 12,1 Prozent der bestellten Pakete.⁵³ Laut Branchenverband Bitkom ist nach einer Umfrage aus dem Jahr 2023 von einer Retourenquote von 10 Prozent auszugehen.⁵⁴ Die Retourenquote variiert dabei stark nach Warengruppe. Besonders hoch ist der Anteil an Retouren im Bereich Textilien und Schuhe (45,1 Prozent der Pakete und 21,0 Prozent der Artikel).⁵⁵ Die hohen Retourenquoten führen nicht nur zu einem erhöhten Transportaufkommen. Hinzu kommt, dass ca. vier Prozent der Retouren, und damit rund 20 Mio. retournierte Artikel, im Jahr 2018 nicht weiterverwendet, sondern vernichtet wurden.⁵⁶ Angesichts dieser Zahlen dürften Veränderungen des Plattformdesigns, die zu einer Reduktion der Retourenquote führen, einen besonders starken Effekt auf die ökologische Nachhaltigkeit des Online-Handels haben. Dabei ist zwischen zwei möglichen Ansatzpunkten zu unterscheiden: Maßnahmen zum präventiven Retourenmanagement und Maßnahmen, die die Abwicklung von Retouren betreffen.

Maßnahmen des präventiven Retourenmanagements zielen darauf, eine Rücksendung der bestellten Ware bereits im Vorfeld zu verhindern. Es geht also darum, eine möglichst präferenzkonforme Verbraucherentscheidung zu ermöglichen, damit eine Rücksendung erst gar nicht erforderlich ist. Auf Mode-Plattformen werden zu diesem Zweck etwa technische Lösungen wie virtuelle Anproben, datenbasierte Größenberatung und Rundumansichten der Produkte eingesetzt.⁵⁷ In diesem Bereich erscheinen regulatorische

⁵³ Forschungsgruppe Retourenmanagement, Retourentacho 2018/19, 2019.

⁵⁴ Bitkom, Jeder zehnte Online-Kauf wird zurückgeschickt, <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Jeder-zehnte-Online-Kauf-zurueckgeschickt>

⁵⁵ Forschungsgruppe Retourenmanagement, Retourentacho 2018/19, 2019.

⁵⁶ Forschungsgruppe Retourenmanagement, Retourentacho 2018/19, 2019.

⁵⁷ Zum Für und Wider solcher technologischer Lösungen siehe Micklitz et al., Online-Handel im Spannungsfeld von Verbraucherschutz und Nachhaltigkeit, 2020, S. 33.

Vorgaben derzeit nicht erforderlich. Vielmehr dürften für die Unternehmen bereits jetzt hinreichende Anreize für ein präventives Retourenmanagement bestehen: Die genannten Maßnahmen sind nicht nur unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten sinnvoll, sondern tragen auch zu einer höheren Kundenzufriedenheit bei und reduzieren den mit Retouren verbundenen organisatorischen Aufwand. Sie liegen damit zugleich im Interesse der Unternehmen. Das in Kapitel 2 beschriebene Modell des Value-based Engineering könnte dazu beitragen, im Dialog mit den relevanten Stakeholdern neue Instrumente zur präventiven Reduktion von Retouren zu entwickeln.

Es stellt sich die Frage, ob neben den genannten Maßnahmen des präventiven Retourenmanagements weitere Handlungsmöglichkeiten bestehen, um durch ein nachhaltigkeitsorientiertes Plattformdesign die Retourenquote zu reduzieren. Keine Option ist die *Erschwerung* der Ausübung des gesetzlichen Widerrufsrechts durch ein verbraucherunfreundliches Plattformdesign. Derartige Praktiken wären als irreführende oder aggressive geschäftliche Handlungen i.S.v. §§ 4a, 5 UWG unzulässig oder als „dark patterns“ gemäß Art. 25 Abs. 1 DSA untersagt.

Umgekehrt stellt sich allerdings die Frage, ob die *Erleichterung* des Widerrufs durch die vom europäischen Gesetzgeber beabsichtigte Einführung eines Widerrufsbuttons⁵⁸ unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten kritisch zu bewerten ist. Erfüllt der Widerrufsbutton seinen Zweck und trägt tatsächlich zur Erleichterung der Geltendmachung des Widerrufsrechts bei, so könnte dies eine weitere Erhöhung der Retourenquote zur Folge haben. Auch hier zeigt sich der Zielkonflikt zwischen ökologischer Nachhaltigkeit und dem bisherigen konsumorientierten Verbraucherschutzmodell.

Von größerer praktischer Relevanz als die Frage, ob der Widerrufsbutton nachhaltig ist, dürfte jedoch die Frage sein, was letztlich mit den retournierten Waren geschieht. Dabei geht es weniger um Designaspekte als um Anforderungen an die innerbetrieblichen Abläufe des Plattformbetreibers. Wie bereits in Kapitel 2 angemerkt wurde, beschränkt

⁵⁸ Siehe dazu bereits Kapitel 3.1.

sich das Modell des Value-based Engineering nicht allein auf die technische Gestaltung der Online-Plattform als User-Interface, sondern umfasst auch die hinter der Plattform stehenden Organisationsstrukturen („organizational engineering“). Zu einem nachhaltigen Plattformdesign gehört daher auch ein funktionierendes Retourenmanagement. In rechtlicher Hinsicht ist dabei insbesondere die im Jahr 2020 im Rahmen der Novelle des Kreislaufwirtschaftsgesetzes in § 23 Abs. 2 Nr. 11 KrWG verankerte Obhutspflicht für Retouren zu beachten. Danach trifft den Hersteller und Vertreiber die „Pflicht, beim Vertrieb der Erzeugnisse, auch im Zusammenhang mit deren Rücknahme oder Rückgabe, dafür zu sorgen, dass die Gebrauchstauglichkeit der Erzeugnisse erhalten bleibt und diese nicht zu Abfall werden“. In der Literatur wird in diesem Zusammenhang von einem „Warenvernichtungsverbot“ gesprochen.⁵⁹ In diesem Kontext ist jedoch eine differenzierte Betrachtung geboten. Zwar mag die Wiederverwertung von Retouren einer Vernichtung grundsätzlich vorzuziehen sein. Wenig nachhaltig ist es jedoch, wenn Retouren zum Zwecke der Wiederverwertung durch ganz Europa transportiert werden.⁶⁰

4. Value-based Engineering als Instrument für eine nachhaltige Plattformökonomie

Nachdem in Kapitel 2 zunächst das Modell des Value-based Engineering vorgestellt und in Kapitel 3 einige konkrete Beispiele für ein nachhaltiges Plattformdesign beschrieben wurden, wird in diesem Kapitel untersucht, ob sich das Modell des Value-based Engineering als Instrument für die Verwirklichung einer nachhaltigkeitsorientierten Plattformökonomie eignet. Drei Aspekte stehen dabei im Mittelpunkt: Zunächst wird erläutert, inwieweit das Verfahren des Value-based Engineering mit dem risikobasierten Modell der Plattformregulierung des Digital Services Act (DSA) kompatibel ist (4.1).

⁵⁹ Petersen/Friedrich, Die Novellierung des Kreislaufwirtschaftsgesetzes 2020, NVwZ 2021, 1, 5; Beckmann, in: Landmann/Rohmer, Umweltrecht, 99. EL September 2022, KrWG § 23 Rn. 79.

⁶⁰ Pakalski, Zalando-Rücksendungen reisen quer durch Europa, 1.3.2023, <https://www.golem.de/news/mode-und-kleidung-zalando-ruecksendungen-reisen-quer-durch-europa-2303-172289.html>

Ferner werden die unterschiedlichen Akteure in den Blick genommen, die im Rahmen des Value-based Engineering eine zentrale Rolle spielen (4.2). Schließlich wird die Frage beantwortet, wie die Rechtsdurchsetzung in Bezug auf die Vorgaben des Value-based Engineering ausgestaltet werden sollte (4.3).

4.1 Digital Services Act und Value-based Engineering

Als Anknüpfungspunkt für das Modell des Value-based Engineering im DSA bieten sich insbesondere die in Art. 34, 35 und 37 DSA geregelten Vorgaben zur Ermittlung, Bewertung und Minimierung systemischer Risiken durch sehr große Online-Plattformen und Suchmaschinen an. Während die Art. 34 und 35 DSA auf eine Selbstregulierung durch die Plattformbetreiber setzen, sieht Art. 37 DSA vor, dass sich die Anbieter jährlich einem unabhängigen Audit unterziehen müssen. Diese Regelungen lehnen sich in vielfältiger Weise an vergleichbare Vorgaben im Finanzaufsichtsrecht zum Umgang mit systemischen Wirtschaftsrisiken an.⁶¹

Gemäß Art. 34 Abs. 1 DSA sind die Anbieter sehr großer Plattformen und Suchmaschinen verpflichtet, die Risiken, die sich aus ihren Diensten und den dafür verwendeten Systemen ergeben, zu ermitteln, zu analysieren und zu bewerten. Im Anschluss an die Risikobewertung sind nach Art. 35 DSA angemessene, verhältnismäßige und wirksame Maßnahmen zur Risikominimierung zu ergreifen. Die Risikobewertung gemäß Art. 34 DSA bezieht sich auf bestimmte „systemische Risiken“. Zu berücksichtigen sind dabei u. a. die in der EU Grundrechtecharta verankerten Grundrechte. Explizit genannt werden in Art. 34 Abs. 1 lit. b) DSA der Schutz der Menschenwürde, die Achtung des Privat- und Familienlebens, der Schutz personenbezogener Daten, Meinungs- und Informationsfreiheit, Medienpluralismus, Nichtdiskriminierung, die Rechte des Kindes sowie der Verbraucherschutz. Wie das einleitende Adverb „insbesondere“ in Art. 34 Abs. 1 lit. b) verdeutlicht, handelt es sich dabei um eine nicht abschließende Aufzählung. Art. 34 Abs. 1 lit. b) und c) DSA fügen dem Katalog weitere Werte hinzu, etwa den Schutz

⁶¹ Gerdemann/Spindler, Das Gesetz über digitale Dienste (Digital Services Act) (Teil 2), GRUR 2023, 115, 122.

der öffentlichen Gesundheit sowie das körperliche und geistige Wohlbefinden der Person. Dieser Katalog der Grundrechte und Grundwerte, die im Rahmen der Risikobewertung nach Art. 34 DSA zu berücksichtigen sind, dürfte weitgehend übereinstimmen mit den Kernwerten, die im Modell des Value-based Engineering für Online-Plattformen als relevant ermittelt werden.

Es fällt allerdings auf, dass der umfangreiche Katalog des Art. 34 DSA keinen Verweis auf Nachhaltigkeit und Umweltauswirkungen des Plattformdesigns enthält. Dies ist umso überraschender als der Katalog der zu berücksichtigenden Grundrechte und Grundwerte während des Rechtsetzungsverfahrens im Vergleich zum ursprünglichen Verordnungsvorschlag der EU-Kommission (COM(2020) 825 final) noch einmal deutlich ausgeweitet wurde. Hier klafft eine Lücke im Regulierungsmodell des DSA, die geschlossen werden sollte; siehe dazu Kapitel 5.2.1.

In technischer Hinsicht bezieht sich die Risikobewertung bei sehr großen Online-Plattformen (VLOPs) u.a. auf die „Gestaltung ihrer Empfehlungssysteme und anderer relevanter algorithmischer Systeme“ (Art. 34 Abs. 2 lit. a) DSA). Analysiert und bewertet wird also das „Systemdesign“ der Online-Plattform. Die enge Verknüpfung von normativen Werten und Plattformdesign, die das Modell des Value-based Engineering kennzeichnet, zeigt sich auch bei den in Art. 35 DSA genannten Maßnahmen zur Minderung systemischer Risiken. Als mögliche Risikominderungsmaßnahmen der VLOPs werden u.a. die „Anpassung der Gestaltung, der Merkmale oder der Funktionsweise ihrer Dienste einschließlich ihrer Online-Schnittstellen“ (Art. 35 Abs. 1 lit. a) DSA) genannt sowie die „Erprobung und Anpassung ihrer algorithmischen Systeme, einschließlich ihrer Empfehlungssysteme“ (Art. 35 Abs. 1 lit. d) DSA). Ebenso wie das Modell des Value-based Engineering adressiert Art. 35 DSA Fragen des „organizational engineering“. So nennt Art. 35 Abs. 1 lit. f) DSA ausdrücklich die „Stärkung der internen Prozesse, der Ressourcen, der Prüfung, der Dokumentation oder der Beaufsichtigung“ als eine mögliche Maßnahme zur Risikominderung.

Die Analyse zeigt, dass die in Art. 34 f. DSA vorgesehenen Maßnahmen zur Risikobewertung und Risikominderung eine Reihe von Gemeinsamkeiten mit dem Modell des Value-based Engineering aufweisen. Insofern dürfte das Modell weitgehend kompatibel mit dem risikobasierten Regulierungsansatz des DSA sein. Das im Standard IEEE 7000 beschriebene Verfahren könnte somit als ein Instrument zur Unterstützung der jährlichen Risikobewertung und -minderung nach Art. 34 f. DSA eingesetzt werden. Der Rückgriff auf Normen und Standards zur Konkretisierung der im DSA geregelten Sorgfaltspflichten entspricht auch dem Regelungsmodell des DSA. So ist in Art. 44 DSA ausdrücklich vorgesehen, dass die EU-Kommission die Entwicklung und Umsetzung freiwilliger Normen durch die einschlägigen europäischen und internationalen Normungsgremien vorsieht, um die Anwendung des DSA zu erleichtern.

4.2. Rolle der beteiligten Akteure

Wie in Kapitel 2 bereits erläutert, steht am Anfang des Value-based Engineering die Entwicklung eines Betriebskonzepts und die Beschreibung der in Betracht kommenden Einsatzkontexte für das zu entwickelnde System. Dabei sind insbesondere die relevanten Stakeholder zu identifizieren, die in den Prozess des Value-based Engineering einbezogen werden. Bei digitalen Plattformen, die aus ökonomischer Perspektive als zwei- oder mehrseitige Märkte beschrieben werden,⁶² sind dabei neben dem Plattformbetreiber die Vertreter der unterschiedlichen Marktseiten zu berücksichtigen. Bei einer B2C-Plattform sind daher sowohl Verbraucherinnen und Verbraucher als auch gewerbliche Plattformnutzer als Stakeholder in den Prozess einzubeziehen. Mit Blick auf die Verbraucherinnen und Verbraucher sind dabei gegebenenfalls unterschiedliche Teilgruppen mit spezifischen Vulnerabilitäten zu berücksichtigen (z. B. Jugendliche, Seniorinnen und Senioren). Insofern ist bei der Auswahl der Stakeholder die Wertung von § 3 Abs. 4 UWG zu berücksichtigen. Danach sind Geschäftspraktiken, die für den Unternehmer vorhersehbar das wirtschaftliche Verhalten von nur einer eindeutig

⁶² Grundlegend Rochet/Tirole, Platform Competition in Two-Sided Markets, Journal of the European Economic Association 2003, 990 ff.

identifizierbaren und besonders vulnerablen Gruppe wesentlich beeinflussen, aus der Sicht eines durchschnittlichen Mitglieds dieser Gruppe zu beurteilen. Dementsprechend sollten diese Gruppen in den Prozess des Value-based Engineering einbezogen werden.

Zwar liegt der Fokus dieser Kurzstudie auf Nachhaltigkeit und Verbraucherschutz, doch ist die Einbeziehung der gewerblichen Plattformnutzern ein Aspekt, der im Rahmen des Value-based Engineering nicht zu vernachlässigen ist. Dies unterstreicht nicht zuletzt die im Jahr 2019 in Kraft getretene Platform-to-Business-Verordnung (P2B-VO).⁶³ Der offizielle Titel des Rechtsakts („Verordnung zur Förderung von Fairness und Transparenz für gewerbliche Nutzer von Online-Vermittlungsdiensten“) macht deutlich, dass Kernwerte wie „Fairness“ und „Transparenz“ nicht nur gegenüber Verbraucherinnen und Verbrauchern zu beachten sind, sondern auch im Verhältnis zwischen Plattformenbetreibern und gewerblichen Nutzern. Weitere Akteure, die in den Prozess des Value-based Engineering einzubeziehen sind, können je nach Art der Plattform auch Vertreter von Gruppen sein, die aufgrund negativer externer Effekte mittelbar durch das Geschäftsmodell der Plattform betroffen sind. So sollten etwa im Falle einer Plattform für Kurzzeitvermietungen auch Anwohnerinnen und Anwohner in den Multi-Stakeholder-Prozess einbezogen werden. Als Ergebnis des Value-based Engineering könnten die Interessen dieser Gruppe im Plattformdesign beispielsweise dadurch berücksichtigt werden, dass die Plattform eine einfache Möglichkeit zur Meldung von Ruhestörungen vorsieht.⁶⁴ Nicht zuletzt sollten im Prozess des Value-based Engineering auch die Interessen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Plattform hinreichend berücksichtigt werden.

⁶³ Verordnung (EU) 2019/1150 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Juni 2019 zur Förderung von Fairness und Transparenz für gewerbliche Nutzer von Online-Vermittlungsdiensten, ABl. L 186 vom 11.7.2019, S. 57-79.

⁶⁴ Vgl. Art. 27 ELI Model Rules („The platform operator must provide a free-of-charge openly accessible complaint mechanism which allows third parties to submit a reasoned notification of any nuisance or damage caused by platform users. Upon receiving such a notification, the platform operator must take reasonable and proportionate steps to prevent future nuisance or damage.“); siehe dazu Busch et al, The ELI Model Rules, EuCML 2020, 61 ff.

4.3. Rechtsdurchsetzung und Beweislast

Um die Eignung des im Standard IEEE 7000 geregelten Modells des Value-based Engineering als Instrument für eine nachhaltige Plattformökonomie zu beurteilen, ist schließlich auch danach zu fragen, auf welche Weise die Vorgaben des Standards für ein wertebasiertes Plattformdesign durchgesetzt werden. Denkbar wäre ein zweistufiges Regulierungsmodell, bei dem eine technologieneutral formulierte zwingende Regelung in Form einer Richtlinie oder Verordnung (Stufe 1) durch detailliertere technische Vorgaben im Rahmen eines freiwilligen Standards ergänzt wird (Stufe 2). Auf der ersten Stufe würde die zwingende Regelung den Betreiber von Online-Marktplätzen zur Implementierung eines nachhaltigkeitsorientierten Plattformdesigns verpflichten, jedoch ohne dafür ein bestimmtes Verfahren vorzuschreiben. Um diese Verpflichtung zu erfüllen, könnte sich der Plattformbetreiber auf der zweiten Stufe an dem im Standard IEEE 7000 detailliert beschriebenen Verfahren des Value-based Engineering orientieren.

Die Verknüpfung der beiden Stufen könnte dabei mittels einer widerleglichen Konformitätsvermutung erfolgen. Soweit der Plattformbetreiber das im Standard IEEE 7000 beschriebene Verfahren einhält, würde widerleglich vermutet, dass er die nachhaltigkeitsbezogene Sorgfaltspflicht („sustainability due diligence“) in Bezug auf das Plattformdesign eingehalten hat. Insofern ließen sich Anleihen bei dem im Produktsicherheitsrecht verwendeten Modell des „New Approach“ nehmen.⁶⁵ Danach wird die Konformität eines Produkts mit den wesentlichen Anforderungen des europäischen Produktsicherheitsrechts widerlegbar vermutet, sofern das Produkt unter Einhaltung der harmonisierten technischen Produktnormen hergestellt wurde.

Auch die im Jahr 2020 veröffentlichten „ELI Model Rules for Online Platforms“ sehen eine vergleichbare Verknüpfung von technologieneutralen

⁶⁵ Zum „New Approach“ siehe etwa Klindt, Der „new approach“ im Produktrecht des europäischen Binnenmarkts: Vermutungswirkung technischer Normung EuZW 2002, 133 ff.; Schucht, 30 Jahre New Approach im europäischen Produktsicherheitsrecht – prägendes Steuerungsmodell oder leere Hülle? EuZW 2017, 46 ff.

Generalklauseln und technischen Standards mittels einer Konformitätsvermutung vor.⁶⁶ Sie übertragen damit das Modell des „New Approach“ auf den Bereich digitaler Dienstleistungen.

An diese Vorbilder ließe sich im Bereich des nachhaltigen Plattformdesigns anknüpfen. Mit Blick auf den Standard IEEE 7000 ist allerdings zu beachten, dass es sich lediglich um einen Prozessstandard handelt, der ein bestimmtes Verfahren beschreibt, jedoch keine technischen Spezifikationen vorgibt. Die Einhaltung des im Standard beschriebenen Verfahrens gewährleistet daher nicht zwingend, dass am Ende des Verfahrens ein nachhaltiges und faires Plattformdesign steht. Der Standard IEEE 7000 soll lediglich sicherstellen, dass im Prozess der Systementwicklung die relevanten Werte in angemessener Weise reflektiert und bei der Gestaltung des Systems in nachvollziehbarer Weise berücksichtigt werden. In dieser Ergebnisoffenheit liegt die Stärke und zugleich die Schwäche des Modells des Value-based Engineering.

5. Value-based Engineering als Leitidee für gemeinwohlorientierte Plattformmärkte

Aufbauend auf den Ergebnissen der vorangegangenen Kapitel widmet sich dieses Kapitel der Frage, inwieweit sich das Konzept des Value-based Engineering als Leitidee für eine gemeinwohlorientierte Gestaltung von Plattformmärkten eignet. Der Blick geht damit über technische Einzelfragen des Plattformdesigns hinaus und richtet sich vielmehr auf die Grundsatzfrage, welchen Zielen die deutsche und europäische Plattformregulierung dienen sollte. Dabei geht es weniger um die einzelnen im Standard IEEE 7000 beschriebenen Verfahrensschritte als um den dort zum Ausdruck kommenden Grundgedanken, dass das Design von digitalen

⁶⁶ Siehe Art. 5 ELI Model-Rules, der einen Verweis auf ISO 20488:2018 (Online Consumer Reviews) enthält; dazu näher Busch, Dannemann, Schulte-Nölke, Bausteine für ein europäisches Recht der Plattformökonomie, MMR 2020, 667, 669; siehe ferner Busch, Towards a “New Approach” in European Consumer Law: Standardisation and Co-Regulation in the Digital Single Market, EuCML 2016, 197 f.

Plattformen nicht allein an kommerziellen und konsumorientierten Kriterien ausgerichtet sein sollte, sondern auch gemeinwohlorientierten Wertvorstellungen Rechnung tragen muss.

Dieser Gedanke wird in diesem Kapitel in zwei Schritten entfaltet. Zunächst wird das Modell des Value-based Engineering in den Kontext der aktuellen rechtspolitischen Debatte über die Regulierung von digitalen Plattformen eingeordnet (5.1). Dabei wird gezeigt, dass das Modell eines wertebasierten Plattformdesigns viele Schnittstellen zu den aktuell diskutierten Vorschlägen für eine gemeinwohlorientierte Regulierung von Plattformen als zentrale Infrastrukturen der digitalen Gesellschaft aufweist.⁶⁷ In einem zweiten Schritt wird sodann erläutert, wie das Modell des Value-based Engineering in den bestehenden europäischen Regulierungsrahmen für digitale Plattformen integriert werden kann (5.2). Dafür werden mehrere konkrete rechtspolitische Handlungsoptionen skizziert.

5.1. Value-based Engineering im rechtspolitischen Kontext der Plattformregulierung

Bislang wird die politische Debatte über die Regulierung digitaler Plattformen im Wesentlichen von zwei miteinander verknüpften und sich wechselseitig ergänzenden Narrativen beherrscht.⁶⁸ In der ersten, primär ökonomisch geprägten Sichtweise wird „Plattformmacht“ im Wesentlichen mit Marktmacht gleichgesetzt.⁶⁹ Plattformen werden als Torwächter („Gatekeeper“) beschrieben, die den Zugang zu digitalen Märkten kontrollieren. Dementsprechend wird die Lösung in einer Nachschärfung des kartellrechtlichen Instrumentariums oder in der Einführung einer kartellrechtsnahen Regulierung digitaler Plattformen gesucht. Dieser Ansatz liegt etwa der 10. GWB-Novelle aus dem Jahr 2021 sowie dem im Oktober 2022 in Kraft getretenen Digital Markets Act (DMA) zugrunde, der

⁶⁷ Siehe dazu etwa Busch, Regulierung digitaler Plattformen als Infrastrukturen der Daseinsvorsorge, WISO-Diskurs 04/2021, <http://library.fes.de/pdf-files/wiso/17527.pdf>

⁶⁸ Siehe dazu Busch, Digital platforms as infrastructure for services of general interest, Network Industries Quarterly 24(1) 7 (2022).

⁶⁹ Vgl. Podszun, Empfiehlt sich eine stärkere Regulierung von Online-Plattformen und anderen Digitalunternehmen? Gutachten F zum 73. Deutschen Juristentag Hamburg, 2020, S. F24 ff.

„bestreitbare und faire Märkte im digitalen Sektor“ gewährleisten soll (Art. 1 Abs. 1 DMA).

Die ökonomische Sichtweise wird durch ein zweites, stärker politisch geprägtes Narrativ ergänzt, das die gesellschaftliche Dimension der Plattformmacht in den Vordergrund stellt. Aus dieser Perspektive wird „Plattformmacht“ in erster Linie mit Meinungsmacht gleichgesetzt, d. h. mit dem beherrschenden Einfluss, den große digitale Plattformen auf den Prozess der öffentlichen Meinungsbildung ausüben können.⁷⁰ Diese Perspektive fokussiert in erster Linie auf die Moderation, Kuratierung und „Verstärkung“ („amplification“)⁷¹ nutzergenerierter Inhalte durch digitale Plattformen. Aus diesem Blickwinkel geht es im Rahmen der Plattformregulierung vor allem um die Frage nach der Haftung digitaler Plattformen für rechtswidrige Inhalte und die Sorgfaltspflichten von Plattformbetreibern in Bezug auf nutzergenerierte Inhalte. Diese Sichtweise prägt maßgeblich den ebenfalls im Oktober 2022 in Kraft getretenen Digital Services Act, (DSA), der darauf abzielt, „ein vorhersehbares und vertrauenswürdiges Online-Umfeld“ zu schaffen „in dem Innovationen gefördert und die in der Charta verankerten Grundrechte, darunter der Grundsatz des Verbraucherschutzes, wirksam geschützt werden“ (Art. 1 Abs. 1 DSA).

Die Fokussierung des rechtspolitischen Diskurses auf Markt- und Meinungsmacht digitaler Plattformen greift jedoch zu kurz. Andere Dimensionen von „Plattformmacht“ werden dabei nicht hinreichend berücksichtigt.⁷² Inzwischen mehren sich Stimmen, die sich dafür aussprechen, zusätzliche Aspekte von Plattformmacht in den Blick zu nehmen. So dringen digitale Plattformen in zunehmendem Maße in Bereiche vor, die der öffentlichen Daseinsvorsorge zugerechnet werden können, etwa

⁷⁰ Helberger, *The Political Power of Platforms: How Current Attempts to Regulate Misinformation Amplify Opinion Power*, *Digital Journalism* 2020, 842 ff.; siehe auch Gillespie, *Custodians of the Internet*, 2018.

⁷¹ Vgl. Keller, *Amplification and its discontents: Why regulating the reach of online content is hard*, 2021.

⁷² Vgl. Busch et al., *Uncovering blindspots in the policy debate on platform power*, 2021.

in den Bildungsbereich und die Gesundheitsversorgung.⁷³ Digitale Plattformen entwickeln sich dadurch zu virtuellen Infrastrukturen, die vermehrt den Zugang zu Leistungen der öffentlichen Daseinsvorsorge kontrollieren.⁷⁴ Aus dieser Perspektive betrachtet, ist Plattformregulierung nicht nur eine Frage der Medien- und Wettbewerbspolitik, sondern auch der Infrastrukturpolitik und der staatlichen Infrastrukturverantwortung.⁷⁵

Ein weiterer „blinder Fleck“ in der rechtspolitischen Debatte über digitale Plattformen ist die ökologische Dimension von Plattformmacht. Dieser Aspekt ist eng verknüpft mit der Rolle digitaler Plattformen als zentrale Marktinfrastrukturen im Bereich des Online-Handels. Als Betreiber „proprietärer Märkte“⁷⁶ steuern große Plattformen wie Amazon das Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage mithilfe von Rankings und Matching-Algorithmen. Kritische Stimmen weisen darauf hin, dass diese Steuerung des Marktgeschehens mittels algorithmischer Systeme in gewisser Hinsicht Züge einer digitalen Zentralverwaltungswirtschaft trägt.⁷⁷ Auch wenn diese zugespitzte Sichtweise nicht geteilt wird, bleibt festzuhalten, dass die Konsumlenkung durch Plattformen ein wesentlicher Bestandteil der digitalen Plattformökonomie ist. Daraus folgt zugleich eine Mitverantwortung der Plattformbetreiber für die gesellschaftlichen und ökologischen Folgen des plattformbasierten Konsums. Konkret bedeutet dies, dass die Plattformen eine Verpflichtung trifft, einen ihrer Rolle entsprechenden Beitrag zur Förderung eines nachhaltigeren Konsums zu leisten. Hinzu kommt, dass große Plattformen wie Amazon als Anbieter von Fulfillment-Dienstleistungen eine immer wichtigere Infrastrukturaufgabe im Bereich der Warenlogistik übernehmen. Damit wächst zusätzlich auch die Verantwortung für eine nachhaltige Steuerung der Waren- und Stoffströme.

⁷³ Siehe den Überblick bei Ozalp et al., „Digital Colonization“ of Highly Regulated Industries: An Analysis of Big Tech Platforms' Entry into Health Care and Education, *California Management Review* 2022, 78 ff.

⁷⁴ Busch, Regulierung digitaler Plattformen als Infrastrukturen der Daseinsvorsorge, 2021.

⁷⁵ Näher dazu Busch a.a.O., S. 21 ff.

⁷⁶ Staab, Digitaler Kapitalismus, Markt und Herrschaft in der Ökonomie der Unknappheit, 2019.

⁷⁷ Podszun, Innovation, Vielfalt & faire Wahlmöglichkeiten: Neue Regeln für die digitale Wirtschaft, 2017, S. 34; siehe auch bereits Schirrmacher, Das ist Googles Wille: Die neue digitale Planwirtschaft, 26.4.2013, <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/digitales-denken/das-ist-googles-wille-die-neue-digitale-plan-wirtschaft-12162503.html>

Hier kommt das Modell des Value-based Engineering ins Spiel. Denn die Verantwortung der Plattformen für einen nachhaltigeren Konsum lässt sich in erster Linie als „Designverantwortung“ verstehen. Um ihrer Verantwortung im Rahmen der Transformation zu einer nachhaltigen Wirtschaft gerecht zu werden, sollten digitale Plattformen so gestaltet sein, dass nachhaltige Konsumententscheidungen gefördert werden. In diesem Sinne kann und sollte die „Plattformmacht“ für die Verwirklichung von Nachhaltigkeitszielen eingesetzt werden. Diese ökologische Dimension der Plattformmacht blieb angesichts der Fokussierung auf wettbewerbspolitische Aspekte im regulatorischen Diskurs bisher jedoch weitgehend unbeachtet. Nachhaltigkeitsaspekte wurden hier eher als wettbewerbsfremde Störfaktoren betrachtet. In jüngster Zeit zeichnet sich eine Öffnung des wettbewerbspolitischen Diskurses ab. So wird inzwischen eine behutsame Weiterentwicklung des Kartellrechts mit Blick auf Nachhaltigkeitsziele erwogen und die Frage diskutiert, inwieweit Nachhaltigkeitsaspekte in der Kartellrechtsanwendung berücksichtigt werden können.⁷⁸

Die in dieser Kurzstudie skizzierte Orientierung des Plattformdesigns an Zielsetzungen von Verbraucherschutz und Nachhaltigkeit geht jedoch über solche wettbewerbsrechtlichen Überlegungen hinaus. Es geht nicht um die Frage, ob wettbewerbsbeschränkende Praktiken im Einzelfall durch Nachhaltigkeitsaspekte gerechtfertigt werden könnten. Kerngedanke einer nachhaltigkeitsorientierten Plattformregulierung ist vielmehr eine grundlegende Neuausrichtung des Plattformdesigns mit dem Ziel, nachhaltige Konsumententscheidungen durch eine entsprechende Gestaltung der Konsumprozesse auf der Plattform zu fördern.

5.2 Rechtspolitische Handlungsoptionen

Zur Umsetzung der oben skizzierten Zielsetzung kommen in rechtspolitischer Hinsicht verschiedene Handlungsoptionen in Betracht. Das Modell des Value-based Engineering kann dabei auf unterschiedliche Weise

⁷⁸ Siehe den Überblick bei Haucap et al., Wettbewerb und Nachhaltigkeit in Deutschland und der EU, 2023.

in den bestehenden deutschen und europäischen Regulierungsrahmen für digitale Plattformen integriert werden.

5.2.1 Änderung des *Digital Services Act*

Eine auf den ersten Blick naheliegende Lösung für die rechtliche Verankerung eines nachhaltigkeitsorientierten Plattformdesigns wäre eine entsprechende Anpassung des Digital Services Act (DAS). Eine Verpflichtung zum nachhaltigen Plattformdesign könnte dabei in den Kanon der Sorgfaltspflichten aufgenommen werden, die der DSA für unterschiedliche Arten von Online-Intermediären formuliert. Der Grundsatz der Verhältnismäßigkeit würde dabei für eine „asymmetrische“ Regulierung sprechen, die das Maß der Designverantwortung nach Art und Größe der jeweiligen Plattform differenziert. Dementsprechend könnte das Modell des Value-based Engineering für sehr große Online-Plattformen (Art. 33 DSA) verbindlich vorgegeben werden, während die Anwendung des Modells für kleinere Plattformen freiwillig bliebe.

Für sehr große Online-Plattformen könnte die Verpflichtung zu einem nachhaltigen Plattformdesign in die Art. 34 ff. DSA integriert werden. Wie bereits in Kapitel 4.1. angemerkt, enthält der umfangreiche Katalog der Grundrechte und Grundwerte, die im Rahmen der Risikobewertung nach Art. 34 DSA zu berücksichtigen sind, bislang keinerlei Verweis auf Nachhaltigkeit und Umweltauswirkungen des Plattformdesigns. Hier klafft eine Lücke im System des DSA, die dringend geschlossen werden sollte.⁷⁹ Dementsprechend sollten bei der Risikobewertung neben den in Art. 34 Abs. 1 DSA bereits aufgeführten Risiken (z. B. Verbreitung rechtswidriger Inhalte,

⁷⁹ Eine unterstützende Maßnahme könnte die Anerkennung des Rechts auf eine gesunde Umwelt in der EU-Grundrechte Charta sein. Das Europäische Parlament vertritt in seiner Entschließung vom Juni 2021 zur EU-Strategie zur Erhaltung der biologischen Vielfalt bis 2030 die Auffassung, dass das Recht auf eine gesunde Umwelt in der EU-Charta anerkannt werden sollte und dass die EU bei der internationalen Anerkennung eines solchen Rechts die Führung übernehmen sollte (European Parliamentary Research Service, 2021). Die diesbezügliche Diskussion hat angesichts der im Juli 2022 von der Generalversammlung der Vereinten Nationen verabschiedeten Resolution, in der sie den Zugang zu sauberer, gesunder und nachhaltiger Umwelt als universelles Menschenrecht anerkennt, an Relevanz gewonnen (vgl. Vereinte Nationen, 2022). Der Beschluss der Vereinten Nationen bietet wichtige Impulse für die Weiterentwicklung der Umweltgesetzgebung (Deutsche Gesellschaft für die Vereinten Nationen e.V., 2022).

nachteilige Auswirkungen auf Meinungs- und Medienfreiheit, nachteilige Auswirkungen auf die gesellschaftliche Debatte und auf Wahlprozesse) auch nachteilige Umweltauswirkungen in die Risikobewertung einbezogen werden. Ebenso könnten sehr große Online-Plattformen im Rahmen ihrer Risikominderungspflicht nach Art. 35 DSA dazu verpflichtet werden, Maßnahmen zur Minimierung von Nachhaltigkeitsrisiken und zur Förderung nachhaltiger Konsumententscheidungen zu ergreifen. Ferner könnte ein entsprechend angepasster Art. 37 DSA vorschreiben, dass sich sehr große Online-Plattformen regelmäßig einer unabhängigen Nachhaltigkeitsevaluierung („Sustainability Audit“) im Sinne einer „Umweltverträglichkeitsprüfung“ unterziehen müssen. In rechtstechnischer Hinsicht ließen sich diese Ergänzungen relativ einfach in den DSA einfügen. Aus rechtspolitischer Perspektive erscheint es jedoch wenig wahrscheinlich, dass das mühsam geschnürte Paket des DSA bereits in naher Zukunft wieder aufgeschnürt wird.

5.2.2 Sektorspezifischer Rechtsakt für Online-Marktplätze

Wird davon ausgegangen, dass eine Änderung des gerade erst in Kraft getretenen DSA auf mittlere Sicht eher wenig wahrscheinlich ist, kommt als mögliche Alternative der Erlass einer sektorspezifischen Regelung in Betracht, die den DSA ergänzt. Als Vorbild könnte der im November 2022 durch die EU-Kommission vorgelegte Vorschlag⁸⁰ für eine Verordnung zur Regulierung der Kurzzeitvermietung dienen. Der Vorschlag sieht u. a. die Einführung einheitlicher Regeln über die Erhebung und den Austausch von Daten durch Betreiber von Plattformen für Kurzzeitvermietungen vor. Der Kommissionsvorschlag nimmt dabei explizit Bezug auf den DSA und ergänzt die dort geregelten Sorgfaltspflichten für Plattformbetreiber. Insbesondere erweitert Art. 7 des Kommissionsvorschlags die Verpflichtungen der Plattformbetreiber zur „Konformität durch Technikgestaltung“ („compliance by design“). So sollen Online-Plattformen für die kurzfristige Vermietung von

⁸⁰ Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates über die Erhebung und den Austausch von Daten im Zusammenhang mit Dienstleistungen im Bereich der kurzfristigen Vermietung von Unterkünften und zur Änderung der Verordnung (EU) 2018/1724, COM(2022) 571 final.

Unterkünften durch ein entsprechendes Plattformdesign sicherstellen, dass Angebote zur Kurzzeitvermietung auf der Plattform nur eingestellt werden können, wenn eine dafür erforderliche Registrierungsnummer angegeben wird.

In ähnlicher Weise könnte ein eigenständiger Rechtsakt, etwa eine „Verordnung über die nachhaltigkeitsorientierte Gestaltung von Online-Plattformen“, Vorgaben für ein nachhaltiges Plattformdesign formulieren. Mit Blick auf das „regulatory design“ des Rechtsakts kommen dabei zwei unterschiedliche Ansätze in Betracht. Eine erste Lösung könnte darin bestehen, dass die Verordnung selbst konkrete Designvorgaben formuliert. Angesichts der dynamischen technologischen Entwicklung und der schnellen Veränderung der Geschäftsmodelle in der Plattformökonomie besteht jedoch die Gefahr, dass die Regelungen schon bald nicht mehr zur Realität der Plattformmärkte passen. Vorzugswürdig erscheint daher ein zweistufiges Regelungsmodell aus technikneutralen Regelungen und diese konkretisierenden technischen Standards, das in Kapitel 4.3 näher beschrieben wurde.

5.2.3 Erweiterung der Ökodesign-Verordnung

Eine weitere Option wäre es, Vorgaben für ein nachhaltiges Plattformdesign in die geplante Ökodesign-Verordnung zu integrieren. Einen entsprechenden Vorschlag für eine Verordnung zur Festlegung von Ökodesign-Anforderungen für nachhaltige Produkte, die an die Stelle der Ökodesign-Richtlinie aus dem Jahr 2009 treten soll, hat die EU-Kommission im März 2022 vorgelegt.⁸¹ Bisher beschränkt sich der Vorschlag in erster Linie auf die Festlegung von Ökodesign-Anforderungen für Produkte. So sieht Art. 3 des Kommissionsvorschlags vor, dass Produkte in der EU nur in Verkehr gebracht werden dürfen, wenn sie die Ökodesign-Anforderungen erfüllen, die in den gemäß Art. 4 des Vorschlags erlassenen delegierten Rechtsakten festgelegt sind. Zwar betont der Kommissionsvorschlag, dass Online-

⁸¹ Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates zur Schaffung eines Rahmens für die Festlegung von Ökodesign-Anforderungen für nachhaltige Produkte und zur Aufhebung der Richtlinie 2009/125/EG, COM(2022) 142 final.

Marktplätze in der Lieferkette eine immer wichtigere Rolle spielen.⁸² Gleichwohl enthält der Verordnungsvorschlag nur sehr wenige Anforderungen für Online-Marktplätze. Unter anderem sollen Online-Marktplätze verpflichtet werden, bei der Marktüberwachung mitzuwirken (Art. 29 Abs. 1) und Anbietern die Erfüllung ihrer Informationspflichten nach der Ökodesign-Verordnung zu ermöglichen (Art. 29 Abs. 2). Spezifische Anforderungen für ein nachhaltigkeitsorientiertes Plattformdesign formuliert der Verordnungsvorschlag dagegen nicht.

Angesichts der zentralen Rolle digitaler Plattformen bei der Lenkung von Konsumententscheidungen greift dies zu kurz. Richtigerweise sollte sich die Verantwortung der Plattformen nicht auf eine bloße Mitwirkung bei der Marktüberwachung und andere Hilfsfunktionen beschränken. Nicht nur das Design der Produkte, sondern auch das Design der Plattformen, die dem Vertrieb der Produkte dienen, sollte ökologischen Anforderungen entsprechen. Zugespitzt ließe sich in Anlehnung an den Wortlaut von Art. 3 Abs. 1 des Kommissionsvorschlags folgende Regelung formulieren: „Online-Marktplätze dürfen nur betrieben werden, wenn sie die Ökodesign-Anforderungen erfüllen, die in den gemäß Artikel 4 erlassenen delegierten Rechtsakten festgelegt sind.“ Bei der Erarbeitung der delegierten Rechtsakte könnte wiederum auf die Prinzipien des Value-based Engineering zurückgegriffen werden.

5.2.4 Erweiterung des Sustainable Consumption Pledge

Sofern der Erlass eines verbindlichen Rechtsakts mit Designvorgaben für Online-Marktplätze und andere Plattformen auf mittlere Sicht nicht als realistische Option erscheint, könnte als „kleine Lösung“ die Aufnahme von Anforderungen an ein nachhaltiges Plattformdesign in den „Sustainable Consumption Pledge“⁸³ der EU-Kommission erwogen werden. Im Rahmen dieser Initiative der EU-Kommission, die im Jahr 2021 gestartet wurde,

⁸² Erwägungsgrund 58 des Kommissionsvorschlags.

⁸³ Europäische Kommission, Sustainable Consumption Pledge, https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/policies/consumers/consumer-protection-policy/sustainable-consumption-pledge_en

können Unternehmen eine freiwillige Verpflichtungserklärung abgeben, bestimmte Maßnahmen zur Förderung eines nachhaltigen Konsums zu ergreifen. Bisher sind die Verpflichtungen im Rahmen des „Sustainable Consumption Pledge“ in erster Linie auf Hersteller und in geringerem Umfang auf Händler zugeschnitten. Im Sinne einer nachhaltigeren Plattformökonomie könnte der „Sustainable Consumption Pledge“ um spezifische Maßnahmen für Online-Marktplätze und andere Plattformen (z. B. Vergleichsplattformen) erweitert werden. So könnte etwa die Verpflichtung aufgenommen werden, dass das bestehende Plattformdesign nach den Vorgaben des Value-based Engineering einer Überprüfung unterzogen wird und künftige Veränderungen des Geschäftsmodells an den Prinzipien des Value-based Engineering ausgerichtet werden. Weitergehend könnten konkrete Vorgaben für ein nachhaltiges Plattformdesign in den „Sustainable Consumption Pledge“ aufgenommen werden, wie sie in Kapitel 3 näher beschrieben werden.

6. Zusammenfassung

1. Der traditionelle konsumorientierte und reaktive Ansatz des deutschen und europäischen Verbraucherrechts reicht nicht aus, um die Transformation hin zu einer nachhaltigen Wirtschaft und Gesellschaft zu verwirklichen. Erforderlich ist eine Neuausrichtung des Regulierungsansatzes, die das Potential digitaler Plattformen als Akteure einer nachhaltigen Wirtschaft in den Mittelpunkt stellt.
2. Als zentrale Akteure der digitalen Wirtschaft sollten Plattformen nicht mehr allein nach konsumorientierten Kriterien gestaltet werden, sondern im Sinne einer „sustainability by design“ durch ein nachhaltigkeitsorientiertes Plattformdesign Verbraucherinnen und Verbraucher bei nachhaltigen Konsumententscheidungen unterstützen.
3. Für die praktische Umsetzung dieses Regulierungsansatzes stellt das Modell des Value-based Engineering ein Verfahren zur Verfügung, das es ermöglicht, ethische Werte – einschließlich Verbraucherschutz und Nachhaltigkeit – bereits bei der Entwicklung und Gestaltung digitaler Plattformen zu berücksichtigen und in ein wertebasiertes Plattformdesign zu übersetzen.
4. Bei der Neuausrichtung des Verbraucherrechts auf das Ziel eines nachhaltigen Konsums treten zwangsläufig Zielkonflikte zwischen Verbraucherschutz und Nachhaltigkeit auf. Ein konsequent auf Nachhaltigkeit ausgerichtetes Plattformdesign lässt sich nicht ohne Einschränkungen des bisherigen konsumorientierten Verbraucherrechts realisieren. Erforderlich ist daher eine grundlegende rechtspolitische Debatte über die Neubestimmung des „optimalen“ Verbraucherschutzniveaus für eine nachhaltige Wirtschaft.
5. Das Modell eines nachhaltigkeitsorientierten Plattformdesigns ist mit dem risikobasierten Regulierungsmodell des Digital Services Act kompatibel und lässt sich auf unterschiedliche Weise in das geltende europäische Verbraucher- und Plattformrecht integrieren. Die Kurzstudie stellt dafür verschiedene rechtspolitische Handlungsoptionen zur Diskussion.

7. Literatur

Barford, L. (2021) Material Value Ethics in a Model Process for Values-Based Design, IEEE Technology and Society Magazine, 40(3), 42-49.

Beckmann, M., Durner, W., Mann, T., & Röckinghausen, M. (2022), Landmann/Rohmer, Umweltrecht, Kommentar, 99. Ergänzungslieferung, Stand: 1.9. 2022, München: C.H.Beck.

Ben-Shahar, O. & Schneider, C. F. (2014) More than you wanted to know: The failure of mandated disclosure, Princeton: Princeton University Press.

Bitkom (2023), Jeder zehnte Online-Kauf wird zurückgeschickt, <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Jeder-zehnte-Online-Kauf-zurueckgeschickt> (20.2.2023).

Bundeskartellamt (2019) Abschlussbericht Sektoruntersuchung Vergleichsportale, https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/DE/Sektoruntersuchungen/Sektoruntersuchung_Vergleichsportale_Bericht.html.

Busch, C. (2016) Towards a "New Approach" in European Consumer Law: Standardisation and Co-Regulation in the Digital Single Market, EuCML 5(5) 197-198.

Busch, C. (2016a) The Future of Pre-contractual Information Duties: Personalization of Disclosure with Big Data, in: Twigg-Flesner (ed.), Research Handbook on EU Consumer and Contract Law, Cheltenham: Edward Elgar, S. 221-240.

Busch, C. (2021) Regulierung digitaler Plattformen als Infrastrukturen der Daseinsvorsorge, WISO-Diskurs 04/2021, <https://library.fes.de/pdf-files/wiso/17527.pdf>.

Busch, C. (2022) Updating EU Consumer Law for the Digital Subscription Economy, Journal of European Consumer and Market Law 11(2), 41-42.

Busch, C. (2022a) Digital platforms as infrastructure for services of general interest, Network Industries Quarterly 24(1) 7-11.

Busch (2023), From Algorithmic Transparency to Algorithmic Choice: European Perspectives on Recommender Systems and Platform Regulation, Kaesling et al. (ed.) Recommender Systems: Legal and Ethical Issues, 2023 (im Erscheinen).

Busch, C., Dannemann G., Schulte-Nölke H., Wiewiórowska-Domagalska, A. & Zoll F. (2020), The ELI Model Rules, Journal of European Consumer and Market Law 9(2) 61-70.

Busch, C., Graef, I., Hofmann, J. & Gawer, A. (2021), Uncovering blindspots in the policy debate on platform power, Final Report, Expert Group for the Observatory on the Online Platform Economy, Brüssel: Europäische Kommission.

Ehrenfeld, J. (2008) Sustainability by Design, New Haven: Yale University Press.

Forschungsgruppe Retourenmanagement (2019), Retourentacho 2018/19, 2019. <http://www.retourenforschung.de/info-retourentacho2019-ausgewertet.html>.

Friedman, B., Kahn, P. H. & Borning, A. (2007) Value Sensitive Design and Information Systems, in: Zhang, P. & Galletta D. F. (eds.) Human-computer Interaction and Management Information Systems: Foundations, New York: Routledge.

Gerdemann, S., & Spindler, G. (2023) Das Gesetz über digitale Dienste (Digital Services Act) (Teil 2), Die Regelungen für Online-Plattformen sowie sehr große Online-Plattformen und Suchmaschinen, Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 2023, 115-125.

Gillespie, T. (2018) Custodians of the Internet, New Haven: Yale University Press.

Halfmeier, A. (2022), Abschied vom Konsumschutzrecht, Verbraucher und Recht 2022, 3-9.

Harwardt, M. (2023) Ökologische Nachhaltigkeit im E-Commerce, Wiesbaden: Springer Gabler, <https://doi.org/10.1007/978-3-658-40261-7>.

Haucap, J. et al. (2023) Wettbewerb und Nachhaltigkeit in Deutschland und der EU, Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz, https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Publikationen/Studien/studie-wettbewerb-und-nachhaltigkeit.pdf?__blob=publicationFile&v=2.

Helberger, N. (2020), The Political Power of Platforms: How Current Attempts to Regulate Misinformation Amplify Opinion Power, *Digital Journalism*, 8(6) 842-854.

IEEE, Standard Model Process for Addressing Ethical Concerns during System Design, IEEE Standard 7000-2021.

Jacobs, M., & Jacobs, S. (2022) Value Sensitive Design in der digitalen Transformation, 59, 512-524.

Keller, D. (2021) Amplification and its discontents: Why regulating the reach of online content is hard, Knight First Amendment Institute at Columbia University, 8.6.2021, <https://knightcolumbia.org/content/amplification-and-its-discontents>.

Klindt, T. (2002) Der „new approach“ im Produktrecht des europäischen Binnenmarkts: Vermutungswirkung technischer Normung, *Zeitschrift für Europäisches Wirtschaftsrecht* 2002, 133-136.

Merz, K. (2022) Zalando führt den Mindestbestellwert ein, *Berliner Zeitung*, 5.7.2022, <https://www.berliner-zeitung.de/news/versandkosten-zalando-fuehrt-den-mindestbestellwert-ein-li.243737>.

Micklitz, H. W. (2009) The Visible Hand of European Regulatory Private Law—The Transformation of European Private Law from Autonomy to Functionalism in Competition and Regulation, *Yearbook of European Law* 28 (2009), 3-6.

Micklitz, H. W., Schiefke, N., Liedtke, C., Kenning, P., Specht-Riemenschneider, L., Baur, N. (2020), *Onlinehandel im Spannungsfeld von Verbraucherschutz und Nachhaltigkeit. Veröffentlichungen des Sachverständigenrats für Verbraucherfragen*. Berlin: Sachverständigenrat für Verbraucherfragen.

Ozalp, H., Ozcan, P., Dinckol, D., Zachariadis, M., & Gawer, A. (2022). “Digital Colonization” of Highly Regulated Industries: An Analysis of Big Tech Platforms’ Entry into Health Care and Education. *California Management Review*, 64(4), 78-107.

Pakalski, I. (2023) Zalando-Rücksendungen reisen quer durch Europa, 1.3.2023, <https://www.golem.de/news/mode-und-kleidung-zalando-ruecksendungen-reisen-quer-durch-europa-2303-172289.html>.

Petersen, F. & Friedrich, B. (2021) Die Novellierung des Kreislaufwirtschaftsgesetzes 2020, Neue Zeitschrift für Verwaltungsrecht 2021, 1-10.

Podszun, R. (2017) Innovation, Vielfalt & faire Wahlmöglichkeiten: Neue Regeln für die digitale Wirtschaft, Gutachten für die Finanzplatz München Initiative.

Podszun, R. (2020) Empfiehlt sich eine stärkere Regulierung von Online-Plattformen und anderen Digitalunternehmen? Gutachten F zum 73. Deutschen Juristentag Hamburg, München: C.H. Beck.

Ramesohl, S., Wirtz, J., Gunnemann, A., Weier R. (2022), Digital-ökologische Staatskunst: Plattformen im Dienst der Nachhaltigkeit, CO:DINA Forschungslinienbericht, August 2022, <https://codina-transformation.de/wp-content/uploads/Forschungsbericht-Digital-ökologische-Staatskunst.pdf>.

Rochet, J.-C., & Tirole, J. (2003) Platform Competition in Two-Sided Markets, Journal of the European Economic Association 1(4), 990-1029.

Schirmmacher, F. (2013): Das ist Googles Wille: Die neue digitale Planwirtschaft, in: FAZ.net, 26.4.2013, <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/digitales-denken/das-ist-googles-wille-die-neue-digitale-plan-wirtschaft-12162503.html>

Schubert, C. (2017) Green nudges: Do they work? Are they ethical?, Ecological Economics, 132, 329-342.

Schweitzer, H. (2019) Digitale Plattformen als private Gesetzgeber: Ein Perspektivwechsel für die europäische „Plattform-Regulierung“, ZEuP 2019, 1-12.

Spiekermann, S. (2021) Value-based Engineering: Prinzipien und Motivation für bessere IT-Systeme, Informatik Spektrum, 44, 247-256.

Spiekermann S. (2022) et al., Values and Ethics in Information Systems: A State-of-the-Art Analysis and Avenues for Future Research, Bus Inf Syst Eng 64(2):247-264.

Spiekermann, S. (2023) Value-based Engineering: A Guide to Build Ethical Technology for Humanity, Berlin: De Gruyter.

Schucht, C. (2017) 30 Jahre New Approach im europäischen Produktsicherheitsrecht – prägen- des Steuerungsmodell oder leere Hülle? Europäische Zeitschrift für Wirtschaftsrecht 2017, 46-51.

Staab, P. (2009) Digitaler Kapitalismus: Markt und Herrschaft in der Ökonomie der Unknappheit, Berlin: Edition Suhrkamp.

Taeger, J. & Gabel, D. (2022) DSGVO, BDSG, TTDSG, Kommentar, 4. Auflage, München, C.H.Beck.

Terryn, E., & Van Gool, E. (2021) The Role of European Consumer Regulation in Shaping the Environmental Impact of E-Commerce, Journal of European Consumer and Market Law, 10(3) 89-101.

Ursu, R. M. (2018) The Power of Rankings: Quantifying the Effect of Rankings on Online Consumer Search and Purchase Decisions. Marketing Science 37(4) 530-552.

Über den Autor

Christoph Busch

Prof. Dr. Christoph Busch ist Inhaber des Lehrstuhls für Deutsches und Europäisches Privat- und Wirtschaftsrecht an der Universität Osnabrück und Direktor am European Legal Studies Institute. Daneben ist er Affiliated Fellow am Yale Information Society Project der Yale Law School. Er ist Mitglied des Sachverständigenrates für Verbraucherfragen beim BMUV und berät die EU-Kommission als Mitglied der Expert Group for the Observatory on the Online Platform Economy (DG CNECT) und der EU Consumer Policy Advisory Group (DG JUST).

Bitte den Forschungsbericht folgendermaßen zitieren:

Busch, C. (2023): Value-based Engineering für eine nachhaltige Plattformökonomie. Kurzstudie in der Forschungslinie Governance Innovation Labs des CO:DINA Projekts. Universität Osnabrück, Lehrstuhl für Deutsches und Europäisches Privat- und Wirtschaftsrecht. Online verfügbar unter: <https://codina-transformation.de>

Über CO:DINA

Das Verbundvorhaben *CO:DINA – Transformationsroadmap Digitalisierung und Nachhaltigkeit* vernetzt Wissenschaft, Politik, Zivilgesellschaft und Wirtschaft, um neue strategische Stoßrichtungen für eine sozial-ökologische Digitalisierung zu identifizieren.

Vielfalt in Denkweisen, Perspektiven und Erfahrungen ist die Voraussetzung, um die Komplexität der Digitalisierung besser zu verstehen und grundlegenden Fragen insbesondere zur Künstlichen Intelligenz mit tragfähigen Lösungsansätzen zu begegnen. Dabei entstehen Netzwerke zwischen Akteursgruppen, die bislang unzureichend verbunden waren. So wird die politische und gesellschaftliche Handlungsfähigkeit für einen sozial-ökologisch-digitalen Wandel gestärkt.

Das Vorhaben wird vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV) im Rahmen der KI-Leuchtturminitiative gefördert und gemeinsam vom IZT – Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung und dem Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie umgesetzt.

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit
und Verbraucherschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Impressum



IZT – Institut für Zukunftsstudien und
Technologiebewertung gemeinnützige GmbH
Schopenhauerstr. 26, 14129 Berlin
Tel.: +49 (0) 30 803088-0
Fax: +49 (0) 30 803088-88
E-Mail: info@izt.de
Internet: www.izt.de



Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH
Döppersberg 19, 42103 Wuppertal
Tel.: +49 (0) 202-2492-101
Fax: +49 (0) 202-2492-108
E-Mail: info@wupperinst.org
Internet: www.wupperinst.org



Weitere Veröffentlichungen unter:
www.codina-transformation.de