

Governance Innovation Labs für eine ökologische Plattformökonomie

Nachhaltiger Konsum und Verbraucherschutz by Design

Forschungsbericht der Forschungslinie "Governance Innovation Labs"
im CO:DINA Projekt | November 2023

Autor*innen

Dr. Justus von Geibler, Toni Gnanko,
Dr. Katharina Gröne, Prof. Dr. Stephan
Ramesohl (Wuppertal Institut für
Klima, Umwelt und Energie)

mit Beiträgen von

Dr. Otmar Lell (ConPolicy), Prof. Dr.
Peter Rott (Universität Oldenburg),
Prof. Dr. Christoph Busch (Universität
Osnabrück)

Überblick

Der Bericht adressiert die Rolle von digitalen Plattformen für nachhaltigen Konsum. Um Plattformunternehmen stärker in die Verantwortung zu nehmen und eine umwelt- und gemeinwohlorientierte Regulierung von Plattformen zu stärken, werden mögliche Handlungsansätze beschrieben. Kollaborative und dynamische Interaktionsformate können als ergänzende Politikansätze dabei unterstützen.

Danksagung

Die Autor*innen bedanken sich herzlich bei allen Expert*innen und Netzwerkpartner*innen für den fachlichen Austausch sowie die wertvollen Beiträge und Anregungen vor allem im Rahmen der Workshops und Veranstaltungen. Dies sind insbesondere von Steffen Bauer (Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung), Prof. Dr. Christoph Busch (Universität Osnabrück, Sachverständigenrat für Verbraucherfragen), Dr. Mathias Großklaus (Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung), Prof. Daniela Jacob (Climate Service Center Germany, Deutsches Komitee für Nachhaltigkeitsforschung in Future Earth, Wissenschaftsplattform Nachhaltigkeit 2030), Prof. Dr. Peter Kenning (Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Sachverständigenrat für Verbraucherfragen), Prof. Dr. Marc Lawrence (Research Institute for Sustainability, Wissenschaftsplattform Nachhaltigkeit 2030), Dr. Otmar Lell (ConPolicy), Prof. Dr. Christa Liedtke (Wuppertal Institut, Bergische Universität Wuppertal, Sachverständigenrat für Verbraucherfragen), Prof. Dr. Peter Rott (Universität Oldenburg), Prof. Dr. Louisa Specht-Riemenschneider (Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn, Sachverständigenrat für Verbraucherfragen), Joscha Wirtz (Wuppertal Institut), Dr. Nele Wulf (Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung) und Daniel Wurm (Wuppertal Institut).

Die Verantwortung für Inhalt und Aussagen des Berichts liegt ausschließlich bei den Autor*innen.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
2. Konzeptioneller Zugang und Methodik	3
2.1 Konzeption und Begriffe zum Forschungsfeld	3
2.2 Methodik	9
3. Zentrale Ergebnisse der Kurzstudien	10
3.1 Nachhaltigkeits- und verbraucherorientiertes Systemdesign für digitale Plattformen (Kurzstudie 1)	11
3.2 Problemlagen und Handlungsoptionen zur Einschränkung von manipulativen und konsumsteigernden Designs im Online-Shopping (Kurzstudie 2)	14
3.3 Value-based Engineering für eine nachhaltige Plattformökonomie (Kurzstudie 3)	17
3.4 Governance Innovation Labs (Kurzstudie 4)	18
4. Fazit und Ausblick	22
4.1. Fazit zur möglichen Handlungsansätzen	22
4.2. Ausblick und weitere Schritte	23
Literatur	25
Anhang	30

1. Einleitung

Digitale Plattformen prägen den aktuellen Konsum enorm. Sie werden als Medium zur Informationssuche bzw. Auswahlentscheidung, für Marketing und Markenkommunikation sowie für die gesellschaftliche Kommunikation genutzt (Gossen et al., 2022, S. 5; Kahlenborn, 2018; Frick et al., 2019; Lell 2023, S. 7). Zudem können Plattformen einen Vertragsschluss zwischen den Plattformbetreibenden und Verbraucher*innen bewirken. Plattformen verfolgen als "Gatekeeper" für den digitalen Konsum weitgehend das eigene wirtschaftliche Interesse und agieren dementsprechend (Lell, 2023, S. 7; Bundesrat, 2021). Die Wirtschaftsinteressen decken sich dabei allerdings nicht immer mit den Verbraucher*inneninteressen (Specht-Riemenschneider et al., 2020; Lell, 2023, S. 7). Derzeit stehen auch zunehmend die Eingriffe in die Privatsphäre (z.B. infolge von personalisierter Werbung) sowie die Manipulation der Verbraucher*innen (z.B. durch Dark Patterns) während der Entscheidungsfindung in der Kritik (Fourberg et al., 2021; Luguri & Strahlevitz, 2021; Specht-Riemenschneider et al., 2020; Bundesrat, 2021; Kahlenborn, 2018).

Bisherige Forschungsergebnisse des CO:DINA-Projektes und andere wissenschaftliche Veröffentlichungen zeigen, dass die Digitalisierung und digitale Plattformen grundsätzlich ein großes Potential bieten, Konsumprozesse nachhaltiger zu gestalten (Gossen et al., 2022; Geibler & Gnanko, 2021; 2022; WBGU, 2019). Allerdings wirken die Treiber für nachhaltigen Konsum auf digitalen Plattformen bisher zu wenig. Eine große Herausforderung besteht darin, dass die derzeitige Plattformregulierung sowohl auf nationaler als auch auf europäischer Ebene die nachhaltige Transformation des Konsums nur unzureichend fokussiert (Ramesohl & Geibler, 2022, S. 2). Darüber hinaus dauert es derzeit lange, bis Regulierungsinitiativen erfolgreich umgesetzt werden. Um das Potential zu nutzen, sollte die Politik schnellstmöglich reagieren und entsprechende Leitplanken setzen. Dazu bedarf es ergänzender Ansätze der Politikgestaltung, die dynamisch und kollaborativ sind, neue Akteur*innen sowie Kompetenzen mobilisieren und erweiterte, nachhaltigkeitsbezogene Lernprozesse ermöglichen (Ramesohl & Geibler, 2022, S. 2).

Die übergeordnete Zielsetzung der CO:DINA Forschungslinie "Governance Innovation Labs für eine ökologische Plattformökonomie - Nachhaltiger Konsum und Verbraucherschutz by Design" (kurz: "Governance Innovation Labs") ist die Förderung von nachhaltigen Konsumententscheidungen durch die Neugestaltung von

Konsumprozessen auf Plattformen sowie im Online Handel. Es sollen zusätzliche Wirkungsmechanismen und Kompetenzen für staatliches Handeln erschlossen und dynamische, lernfähige und kollaborative Governance Frameworks ausgearbeitet werden. Dabei gilt es, die inhaltliche Gestaltungsaufgabe der nachhaltigen Ausrichtung der direkten und indirekten Interaktion der Plattformen mit Verbraucher*innen im digitalen Konsum entlang der "Customer Journey" bzw. "Kundenreise" mit der übergeordneten Frage nach geeigneten Governance-Ansätzen zu verbinden.

Die abgeleitete Forschungsthese lautet deshalb: Die Regulierung von Plattformen und Online-Handel profitiert von ergänzenden Governance Innovationen, die im Zusammenspiel von öffentlichen Institutionen und privaten Akteuren aus Wirtschaft, Wissenschaft und Zivilgesellschaft Rollen und Aufgaben neu definieren, dadurch neue Kompetenzen erschließen und so nachhaltige Design-Prinzipien für digitale Konsumprozesse etablieren. Good Practices werden als Benchmark greifbar und bereiten den Weg für Regulierung.

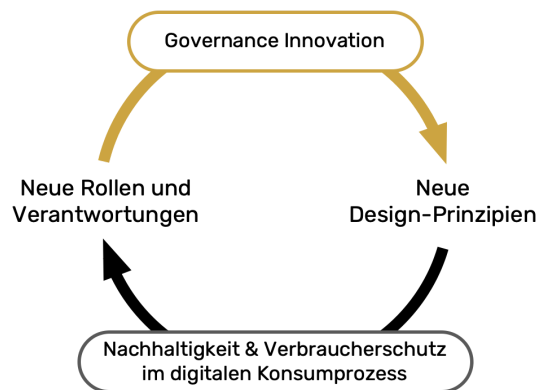


Abb. 1: Neue Ansätze der Politikgestaltung (Ramesohl & Geibler 2022, eigene Darstellung)

Der übergeordnete Ansatz der Forschungslinie sieht daher vor, zunächst Leitlinien für Nachhaltigkeit und Verbraucherschutz by Design im Online Handel zu konkretisieren. Anschließend umfasst der Forschungsansatz die Konzeption eines Governance Innovation Labs für nachhaltige Plattformökonomie sowie die (Neu-) Definition von Rollen und Verantwortlichkeiten. Im Anschluss sieht der Forschungsansatz den Entwurf und Test eines kompakten Formates für kollaboratives politisches Lernen vor.

Verbundvorhaben 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. Dabei werden sowohl die Voraussetzungen für eine nachhaltige Entwicklung aufgeführt sowie die identifizierten Zielbilder für die jeweiligen Akteur*innen in entsprechende Handlungsmaßnahmen übersetzt und sowohl in themenspezifischen Transformationsroadmaps als auch in einem forschungslinien-übergreifenden Fahrplan zusammengeführt. Das Vorhaben CO:DINA wird vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU) im Rahmen der KI-Leuchtturminitiative gefördert und gemeinsam vom Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung (IZT) und dem Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie umgesetzt (CO:DINA, 2023).

Wie ist der Bericht strukturiert?

Nach einer kurzen Einleitung in das Themenfeld der Forschungslinie (inkl. Problembeschreibung und Handlungsbedarf) folgt ein kurzer Überblick über die Arbeitsergebnisse und Schnittstellen vorheriger Forschungslinien (u.a. unser Verständnis von Nachhaltigem Konsum, Kompetenzen für Nachhaltigen Konsum und Plattformen). Anschließend werden Forschungsansatz und Methodik vorgestellt. Im nächsten Kapitel wird der Rahmen des Forschungsfeldes, die digitale Customer Journey, aufgeführt. Im Anschluss werden die vier Kurzstudien inkl. ihrer Forschungsergebnisse kurz dargestellt. Identifizierte Ansatzpunkte und Netzwerkbildung im Rahmen der Forschungslinie werden aufgeführt. Der Bericht schließt mit einem kurzen Ausblick ab.

2. Konzeptioneller Zugang und Methodik

Dieses Kapitel schafft zunächst ein Verständnis zu zentralen Begriffen (Kapitel 2.1). Anschließend wird das methodische Vorgehen der Forschungslinie kurz dargelegt (Kapitel 2.2).

2.1 Konzeption und Begriffe zum Forschungsfeld

Die CO:DINA Forschungslinie beschäftigt sich inhaltlich mit Nachhaltigem Konsum und Verbraucherschutz by Design sowie mit nachhaltiger Plattformökonomie. Die

Erläuterung der zentralen Begriffe erfolgt dabei insbesondere auf der Grundlage der Forschungsergebnisse vorheriger CO:DINA-Forschungslinien.

Was verstehen wir unter Nachhaltigem Konsum?

Privater Konsum verantwortet einen Großteil des weltweiten Ressourcen- und Naturverbrauchs. Für eine erfolgreiche Transformation in eine nachhaltige Zukunft ist eine Transformation des privaten Konsums unausweichlich (BMU, 2019). Viele Konsument*innen äußern bereits den Wunsch, ressourcenfreundlicher und nachhaltiger zu konsumieren (Lell, 2020, S. 11). Allerdings ist der Anteil an Konsument*innen, die wirklich nachhaltig konsumieren, nach wie vor niedrig.

Nachhaltiges Konsumverhalten

Die Definition vom BMU (2019) lautet folgendermaßen: „Nachhaltiger Konsum heißt heute so zu konsumieren, dass die Bedürfnisbefriedigung heutiger und zukünftiger Generationen unter Beachtung der Belastbarkeitsgrenzen der Erde nicht gefährdet wird.“ (BMU, 2019, S. 5). Etwas konkreter ist die Definition von Frick & Santarius (2019, S. 38f): „Nachhaltiges Konsumverhalten umfasst die Wahl von Produkten oder Dienstleistungen, die in der Herstellung, Nutzung und Entsorgung besonders umweltfreundlich und sozialverträglich sind. Hierunter wird u. a. eine Minimierung des Inputs pro Konsumeinheit (Effizienz) oder eine besonders hohe Naturverträglichkeit des Konsums (Konsistenz) verstanden (Wuppertal Institut, 1997). In Gesellschaften mit hohem Konsumniveau zielt nachhaltiges Konsumverhalten zudem auch auf eine Senkung des Konsumniveaus durch einen suffizienten Lebensstil ab (Balderjahn et al., 2013; Di Giulio & Fuchs, 2014; Linz et al., 2002), weil die Höhe des bestehenden Konsumniveaus die Einhaltung der planetaren Grenzen gefährdet (Lorek & Vadovics, 2016; Steffen et al., 2015).“

Nachhaltiger Konsum wird in diesem Forschungsvorhaben nicht nur als Zielbild (Abb. 2, grünes Quadrat), sondern aus folgenden Gründen auch als Gestaltungsaufgabe gesehen (Abb. 2):

1. Das aktuelle Angebot ist nicht nachhaltig genug.
2. Das existierende nachhaltige Angebot wird derzeit unzureichend genutzt (z.B. in Folge von mangelnder Sichtbarkeit).
3. Es fehlt an ausreichend nachhaltigen Lösungen oder Produktangeboten.
4. Konsum ist meist nicht bedürfnisorientiert, es findet z. T. übermäßiger Konsum statt.

Das Potential für nachhaltigen Konsum besteht zum einen darin, das aktuell nicht genutzte nachhaltige Angebot weitreichend nutzbarer zu gestalten und zum anderen

darin, das nachhaltige (Produkt-)Angebot zu vergrößern sowie den Überkonsum zu reduzieren.

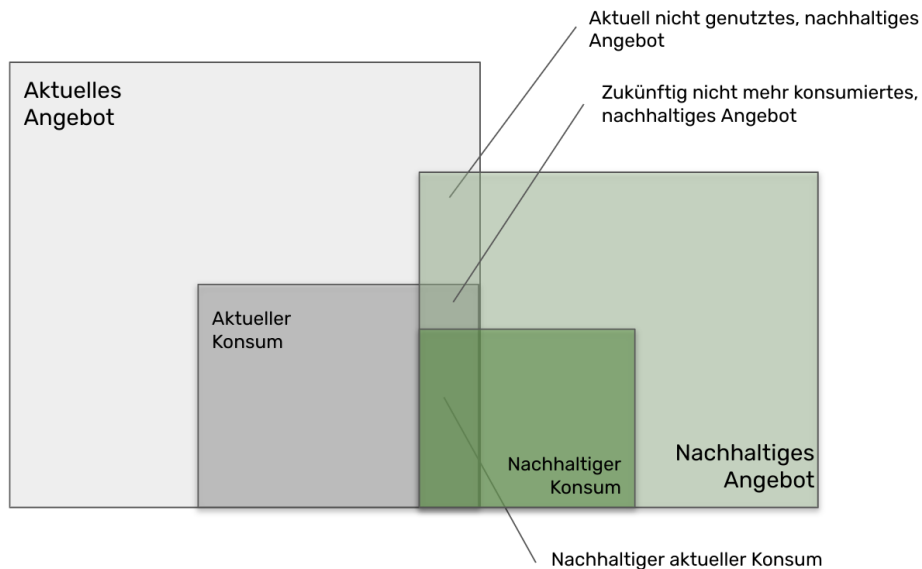


Abb. 2: Nachhaltiger Konsum als Zielbild und Aufgabe (Eigene Darstellung, basierend auf Lell et al., 2021, S.12)

Wie können nachhaltige Konsumententscheidungen unterstützt werden?

Im Rahmen der CO:DINA Forschungslinie "Transparente Wertschöpfungsketten" wurden bereits verschiedene Ansatzpunkte zur Unterstützung von nachhaltigem Konsumverhalten identifiziert (siehe Abb. 3). Um Handlungsoptimierungen im Kontext nachhaltiger Konsumententscheidungen zu erreichen, bedarf es demnach einerseits einer Datengrundlage (inkl. produkt- und nutzungsbezogener Lebenszyklusdaten) und andererseits seitens der Konsument*innen die Kompetenz ("Literacy") für nachhaltige Konsumententscheidungen. Basierend auf der Datengrundlage, können zudem KI-basierte Datenanalysen (wie z.B. Präskriptive Analysen oder automatisierte Entscheidungsunterstützung) sowie Entscheidungsdesigns (wie z.B. Feedback oder Nudging) unterstützend auf nachhaltige Entscheidungsprozesse wirken (Geibler & Gnanko, 2021, S. 21).

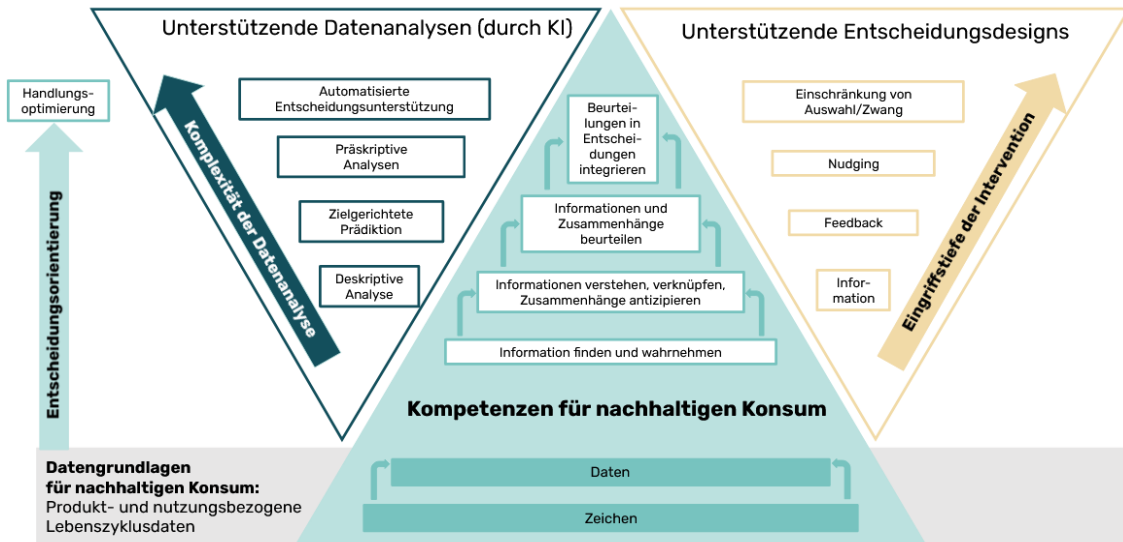


Abb. 3: Daten- und entscheidungsbezogene Ansatzpunkte zur Unterstützung von Kompetenzen und Handlungsoptimierung für nachhaltigen Konsum (Geibler & Gnanko, 2021, S. 8, basierend auf Frické, 2019; Zimmermann-Janssen et al., 2021, Lockton, 2012)

Was meinen wir mit "Plattformen"?

Der gegenwärtige Konsum findet weitgehend online statt und wird von wenigen marktmächtigen, digitalen Plattformunternehmen (wie z.B. Amazon, Otto, Zalando) beeinflusst (Lell et al., 2020, S. 11; Ramesohl et al., 2022, S. 13)). Die Definition von Plattformunternehmen für diesen Bericht sowie die Wirkungsweisen von Plattformen orientieren sich an den Ergebnissen der CO:DINA Forschungslinie "Digital-ökologische Staatskunst" (siehe Kasten).

Plattformunternehmen

Plattformunternehmen sind Akteure, die internetbasierte, mehrseitige Foren und Märkte bereitstellen und dadurch Information, Kommunikation und Transaktionen zwischen unterschiedlichen Nutzergruppen ermöglichen (basierend auf Ramesohl et al., 2022, S. 8)

Die Forschungslinie "Digital-ökologische Staatskunst" identifiziert drei unterschiedliche Interaktionsbereiche von Plattformen (siehe Abb. 4), wobei der Fokus der jetzigen Forschungslinie (ebenso wie bei der vorausgehenden Forschungslinie), ausschließlich auf den Transaktionsplattformen von Medien, Waren, Daten und Services liegt (Ramesohl et al., 2022, S. 9). Nach Ramesohl et al. (2022, S. 10) können diese Waren und Dienstleistungen mit direkten und indirekten Umweltwirkungen außerhalb der digitalen Welt verflochten sein. Dadurch, dass der

Einfluss von Plattformunternehmen auf Konsumententscheidungen und Konsumhandlungen zunimmt, wächst folglich auch der Einfluss von Plattformunternehmen auf die konsumbedingten Umweltwirkungen stetig.

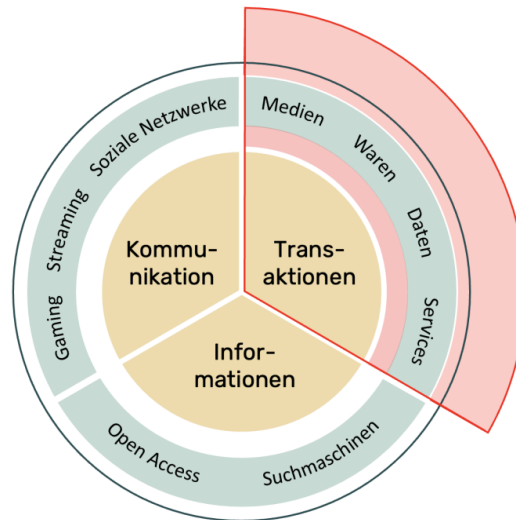


Abb. 4: Interaktionsbereiche von Plattformen (Ramesohl et al., 2022, S. 10)

Plattformen¹ filtern Informationen und können dadurch die Produktwahrnehmung sowie die Auswahlentscheidung beeinflussen. Durch ihre zentrale Position können sie das Produktangebot weitgehend selbst bestimmen und nicht-nachhaltigen, wenig bedürfnisorientierten und ggf. überhöhten Konsum fördern. Zwar können Konsument*innen durch Vorauswahl und Filterfunktion in der Orientierungsphase entlastet werden. Gleichzeitig können digitale Plattformunternehmen den digitalen Konsum jedoch nach ihren eigenen Gewinninteressen kreieren und durch profitorientierte Geschäftsmodelle zudem Überkonsum fördern (Lell, 2023, S. 3).

Plattformen an sich sind erst einmal weder umweltfreundlich oder umweltschädlich. Es kommt vielmehr auf die Ausgestaltung und Ausrichtung der Transaktionsplattform an. Je nach Ausgestaltung und Ausrichtung können sich sowohl Risiken (z. B. die Verfestigung nicht-nachhaltiger Konsummuster) als auch Chancen für den ökologischen Wandel ableiten lassen (Ramesohl et al., 2022, S. 16f). Zentrale Aspekte sind demnach z.B. die Lenkung des Konsums mithilfe von verfügbaren und

¹ Im Digital Service Act (DSA) werden "Online-Plattformen" als Hosting-Dienste definiert, die auf Anfrage eines Nutzers oder einer Nutzerin Informationen speichern und auf Wunsch an die Öffentlichkeit weitergeben, wie es z.B. soziale Netzwerke oder Online-Marktplätze tun. Anbieter von Hosting Diensten, bei denen die öffentliche Verbreitung von Informationen ausschließlich eine nebensächliche Funktion darstellt und z.B. nur eine unwesentliche Nebenfunktion des Hauptdienstes ist, werden nicht als "Online-Plattform" gezählt. E-Mail- oder private Nachrichtendienste werden dem DSA nach ebenfalls aus der Definition von "Online-Plattform" ausgeklammert (Regulation (EU) 2022/2065).

aufbereiteten Informationen oder die Definition und Umsetzung von Qualitätsstandards und Normen (Ramesohl et al., 2022, S. 16).

Welches Konzept der Customer Journey verwenden wir?

Die Customer Journey (CJ) über digitale Plattformen ist deutlich komplexer als im analogen Konsum. Konsument*innen können entlang der digitalen CJ an verschiedenen Stellen beeinflusst werden (vgl. Abb. 5).

Zu Beginn der CJ findet die Informations- und Bewertungsphase über digitale Informations- und Vergleichsportale statt. Social Media und (personalisierte) Werbung können bereits im ersten Schritt der CJ Einfluss auf potentielle Konsument*innen ausüben und durch gezieltes Marketing einen Konsumwunsch wecken. Im Anschluss an die Informations- und Bewertungsphase erfolgt der erste Entscheidungsprozess.

Entscheidet sich der/die Konsument*in gegen den Kauf, kann dieser/diese entweder nach anderen Produkten suchen und den ersten Zyklus erneut durchlaufen oder aber allgemein von einem Kauf absehen und aus der CJ aussteigen.

Entscheidet sich der/die Konsument*in für den Kauf eines Produktes, durchläuft dieser/diese die CJ weiter und erhält zunächst das Produkt. Nach der Nutzungsphase folgt ein weiterer Entscheidungsprozess. Der/Die Konsument*in entscheidet über die Entsorgung oder die Weiternutzung (und ggf. Reparatur) des Produktes.

Während der Phase des Empfanges und der Nutzung können mittels sozialer Medien und (personalisierter) Werbeanzeigen durch Plattformunternehmen und Onlinehändler*innen wieder neue Produkt-/Konsumwünsche geweckt werden. Daher können konsumierende Personen niedrigschwellig in Wiederholungsschleifen geleitet werden, die neue Konsumwünsche, Informations- und Kaufprozesse nach sich ziehen können.

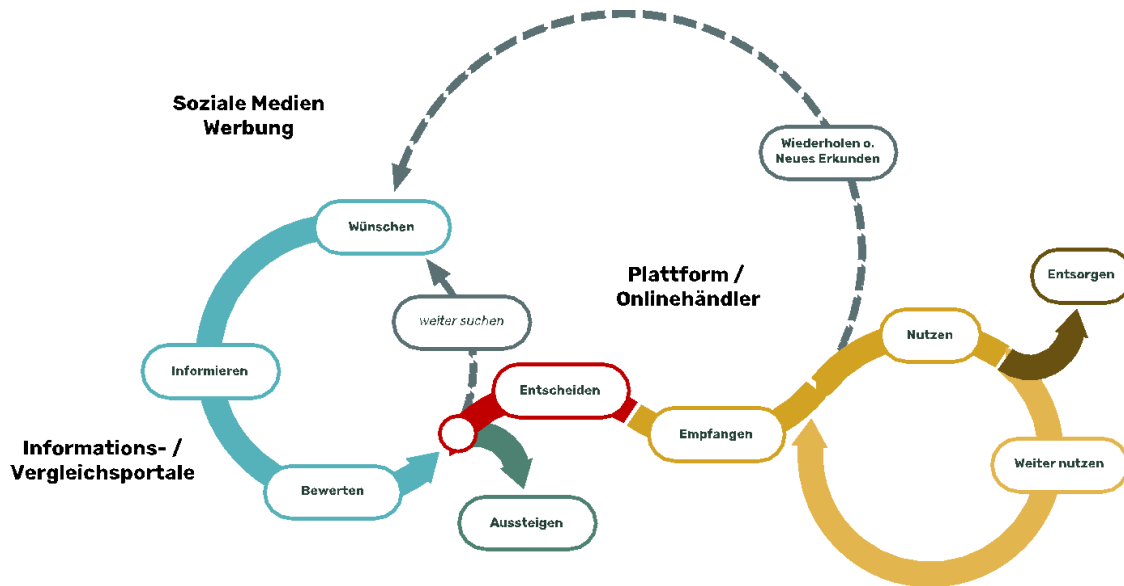


Abb. 5: Die Customer Journey über digitale Plattformen (eigene Darstellung)

2.2 Methodik

Das methodische Vorgehen wird in Abbildung 6 dargestellt und anschließend kurz erläutert.

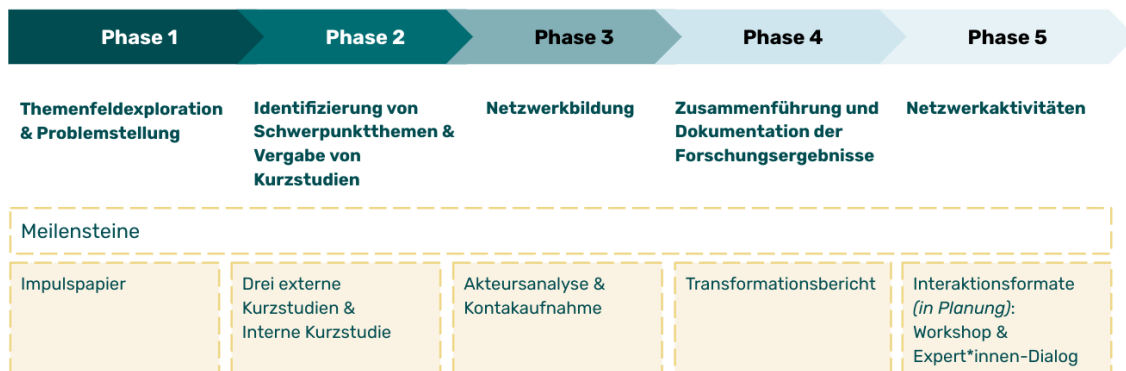


Abb. 6: Arbeitsphasen und Meilensteine im Forschungsprozess (eigene Darstellung)

Phase 1: Eingeleitet wurde der Forschungsprozess mit einer umfangreichen Exploration des Themenfeldes "Governance Innovation Labs für eine ökologische Plattformökonomie Nachhaltiger Konsum und Verbraucherschutz by Design", in der unter anderem die Problemstellung spezifiziert wurde. Es wurden als Grundlage für die nachfolgenden Phasen drei zentrale Leitfragen formuliert:

1. Welche **Prinzipien** und **Leitlinien** müssen für die Stärkung von Nachhaltigkeit und Verbraucher*innenschutz by Design im Onlinehandel etabliert werden?

2. Wie kann ein **leistungsfähiges und lernfähiges Governance Framework** im Beispiel Online-Konsum aussehen – welche **Rollen** ergeben sich für welche Akteur*innen (Politik, Wirtschaft, Zivilgesellschaft u.a.)?
3. Wie können **Experimentierräume für kollaboratives politisches Lernen** aufgebaut, getestet und genutzt werden?

Phase 2: Auf Basis der ersten Exploration wurden in der zweiten Phase Schwerpunktthemen identifiziert, die im Rahmen von vier Kurzstudien weiter vertieft wurden. Drei Kurzstudien wurden von externen Auftragnehmern und die vierte Kurzstudie vom Projektteam durchgeführt.

Phase 3: In der dritten Phase des Forschungsprozesses erfolgte die Netzworkebildung. Dazu wurde zunächst eine umfangreiche Akteur*innenanalyse durchgeführt und anschließend die Kontaktaufnahme für nachfolgende Kooperationen in Themenfeld initiiert.

Phase 4: Im weiteren Forschungsverlauf wurde im Rahmen von internen Team-Diskussionen zunächst eine zusammenfassende Synthese erarbeitet, die Forschungsergebnisse zusammengeführt und abschließend in Form des vorliegenden Transformationsberichts vereint.

Phase 5: Die fünfte Phase des Forschungsprozesses zielt auf Interaktionen und Kooperationen mit identifizierten Akteur*innen ab. Dazu sind verschiedene Formate geplant, in denen die Forschungsergebnisse aufgegriffen, weiter diskutiert und vertieft werden sollen.

3. Zentrale Ergebnisse der Kurzstudien

In diesem Kapitel werden die zentralen Ergebnisse der vier Kurzstudien zusammengefasst, die im Rahmen der Forschungslinie verfasst wurden. Die Kurzstudien sollen einen Beitrag bei der Beantwortung der Fragen leisten: "Wie kann die Customer Journey im digitalen Konsum strukturell, nachhaltig und verbraucher*innenfreundlich ausgerichtet werden?" (Fokus Kurzstudien 1-3) und "Wie können dynamische, lernfähige und kollaborative Governance Frameworks geschaffen werden, die ein Experimentieren mit neuen Ansätzen zur Gestaltung des digitalen Wandels ermöglichen?" (Kurzstudie 4).

3.1 Nachhaltigkeits- und verbraucherorientiertes Systemdesign für digitale Plattformen (Kurzstudie 1)

Die erste Kurzstudie (Lell, 2023)² "Nachhaltigkeits- und verbraucherorientiertes Systemdesign für digitale Plattformen" ergänzt die Forschungsarbeit in der Forschungslinie und stellt eine inhaltliche Vertiefung der zentralen Fragestellung dar. Dabei geht die Kurzstudie einerseits auf Verbraucher*innenschutz-Themen zur Customer Journey im Onlinehandel (bzgl. Datenschutz u.ä.) ein und identifiziert mögliche Maßnahmen zur Umsetzung von Verbraucher*innenschutz im Onlinehandel. Andererseits leitet die Studie potentielle Nebeneffekte ausgewählter Verbraucher*innenschutzmaßnahmen ab und bestimmt Design Prinzipien für "Nachhaltigkeit und Verbraucherschutz by Design", mit besonderem Fokus auf Overconsumption. Zentrale Politikansätze und Instrumente zur Stärkung von Nachhaltigkeit und Verbraucher*innenschutz by Design im digitalen Konsum werden zudem aufgegriffen.

Die digitale Welt ist - im Vergleich zur analogen Welt - für Verbraucher*innen deutlich datenbasierter, personalisierter und undurchsichtiger und kann als eine „hyperkapitalistische kommerzielle Zuspitzung“ dargestellt werden (Lell, 2023, S. 16) (siehe Abbildung 7).

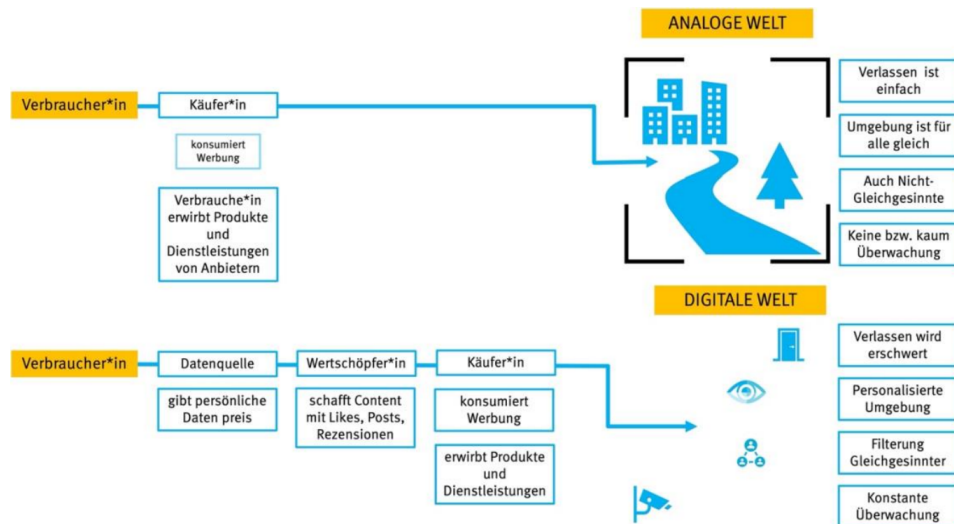


Abb. 7: Analoge vs. digitale Welt aus Verbrauchersicht (Lell, 2023, S. 16)

² Die Kurzstudie wurde im Rahmen des CO:DINA Projektes von Dr. O. Lell durchgeführt. Dr. Lell ist Experte für Verbraucher*innenpolitik und Verbraucher*innenrecht und als Projektmanager beim ConPolicy Institut für Verbraucherpolitik tätig. Im Anhang ist die originale Zusammenfassung und auf der CO:DINA Projektwebsite (<https://codina-transformation.de/innovation-labs/>) die gesamte Kurzstudie verfügbar.

Die von Lell identifizierten Unterschiede zwischen den beiden Welten erstrecken sich durch verschiedene Bereiche, wie beispielsweise die Allgegenwart von Werbung oder personalisierte Angebote (Lell, 2023, S. 16). Die Kurzstudie charakterisiert zudem fünf Bereiche, in denen digitale Plattformen heutzutage die Konsumprozesse verändern können:

1. Informationsvermittlung und Filterung
2. Standardisierung, Automatisierung und Beschleunigung von Prozessen
3. Sharing und Gebrauchsgüter
4. Werbefinanzierte Aufmerksamkeitsplattformen
5. Netzwerkeffekte und Gatekeeping

Die Kurzstudie hebt auch hervor, dass in der digitalen Welt, entlang der Customer Journey, verschiedene Beeinträchtigungen auftreten können. Nach Lell (2023) können Verbraucher*innen in der **Phase der Suche und Bewertung** von Konsumoptionen von provisionsabhängigen Rankings, manipulierten Nutzer*innenbewertungen und unzureichenden Nachhaltigkeitsinformationen geprägt werden. Im **Kaufprozess** können zudem manipulative Entscheidungsarchitekturen (z.B. Dark Patterns) auf Verbraucher*innen einwirken und zu vorschnellen, nicht-nachhaltigen Kaufentscheidungen führen (z.B. durch zeitlich begrenzte Rabattaktionen) (Lell, 2023, S. 37f.).

Einige dieser Manipulationen (z.B. Dark Patterns) werden **bewusst** eingesetzt, um Verbraucher*innen zu einem für die Plattformen wirtschaftlich vorteilhaften Verhalten zu motivieren, während Nachhaltigkeitsaspekte unberücksichtigt bleiben (Lell, 2023, S. 43). Andere Beeinträchtigungen (wie z.B. psychosomatische Schäden bei Jugendlichen in Folge überlanger Social-Media-Nutzung) sind hingegen **unbeabsichtigte**, aber akzeptierte Nebenwirkungen (Lell, 2023, S. 43). Lell (2023, S. 43) gibt an, dass viele dieser Probleme durch **punktuellen Anpassungen** des rechtlichen Rahmens gelöst werden, wie z.B. durch eine Beschränkung personalisierter Werbung. Andere Probleme hingegen erfordern einen **ganzheitlichen Ansatz**, der auf einer Plattformarchitektur basiert, die viel stärker am Gemeinwohl orientiert ist.

Als spezifische Maßnahmen, die die negativen Folgen von Plattformen auf Verbraucher*inneninteressen gegenzusteuern und das Zielbild von nachhaltigen Konsum fördern sollen, benennt Lell (2023, S. 3; 44):

- "ein Verbot oder eine weitreichende Beschränkung personalisierter Werbung,
- Designanforderungen zum Schutz der Gesundheit von Verbraucher*innen,

- die Verpflichtung, Rankings und Empfehlungen ausschließlich an Verbraucherinteressen auszurichten,
- spezifische Regelungen für Nutzerbewertungen, um Manipulationen zu verhindern,
- umfassende Transparenz über die Nachhaltigkeit der angebotenen Produkte,
- verbraucherorientierte Designanforderungen für Instant-Shopping-Konzepte,
- eine umfassende Verantwortung von Plattformen für die Rechtskonformität und Sicherheit der angebotenen Produkte und
- rechtliche Grundlagen für Reparaturfreundlichkeit und Kreislaufwirtschaft in der digitalen Welt.“

Die Kurzstudie legt zudem dar, dass Plattformen in der heutigen Welt viel Verantwortung tragen, sich allerdings derweil dieser Verantwortung (insb. der aktiven Selbstverantwortung für ihre gesellschaftlichen Auswirkungen) sowie damit verbundenen Rechtspflichten entziehen (Lell, 2023, S. 46f.). In der Studie genannte Herausforderungen stellen dabei die derzeit bestehenden Rechtsunklarheiten (z.B. in Bezug auf manipulative Praktiken zur Absatzförderung) sowie der hohe Aufwand zur Durchsetzung von Gesetzen dar (Lell, 2023, S. 46). Lell stellt heraus, dass deutlich mehr Rechtssicherheit und Flexibilität bei der Neuentwicklung von Rechtspflichten notwendig ist (Lell, 2023, S. 47). Die Plattformregulierung sollte nicht mehr nur einen reaktiven Ansatz verfolgen, sondern vielmehr einen aktiven Ansatz (Lell, 2023, S. 48f.). Lell betont, dass Plattformen mit Marktmacht dazu verpflichtet werden sollten, systemische Risiken zu identifizieren und diese zu mindern. Dabei sollte auch die Auswirkung auf eine nachhaltige Entwicklung berücksichtigt werden. Darüber hinaus sollten nach Lell (2023, S. 56) die Ergebnisse der Risikobewertung offengelegt und Plattformen ihre Geschäftsmodelle entsprechend anpassen, um negative Auswirkungen zu vermeiden. Dazu sollten Politik und Zivilgesellschaft umfassende Kenntnisse über die Auswirkungen algorithmischer Systeme und digitaler Geschäftsmodelle haben und rechtliche Kompetenzen besitzen, um von Plattformen gemeinwohlverträgliche IT-Systeme und Geschäftsmodelle einzufordern (Lell, 2023, S. 49). Um das Problem von Transparenz- und Legitimitätsdefiziten bei Plattformscheidungen entgegenzuwirken, sollten verbindliche Verfahren zur Beteiligung der Zivilgesellschaft an Plattformscheidungen eingeführt werden (Lell, 2023, S. 50f.). Daneben sollten Plattformen dazu verpflichtet werden, eigenfinanzierte, aber unabhängige und pluralistisch besetzte Gremien einzurichten, die an kuratierungsrelevanten Prozessen beteiligt sind (Lell, 2023, S. 50f.). Die Kurzstudie verweist auf das Verfahren des Value Based Engineerings, welches die Entwicklung von IT-Systemen, basierend auf gesellschaftlichen Wertvorstellungen,

ermöglicht (Lell, 2023, S. 51). Darüber hinaus sollte das Wettbewerbsrecht und die Interoperabilität gestärkt werden, um der zunehmenden Marktmacht auf Plattformmärkten (und damit einhergehend der möglichen Behinderung eines nachhaltigeren Verbraucher*inneninteresses und der nachhaltigen Entwicklung) entgegenzuwirken (Lell, 2023, S. 52). Nötig ist eine tiefgreifende Transformation in der digitalen Welt. Nach Lell (2023, S. 52ff.) bedarf es dazu einer gemeinwohlorientierten statt konsumzentrierter digitaler Welt. Für die Förderung von gemeinwohlorientierten Ansätzen in der digitalen Welt führt Lell eine Reihe möglicher Maßnahmen, wie z.B. Open-Source-Projekte oder die Förderung von Plattformkooperativen und gemeinwohlorientierten digitalen Initiativen durch öffentliche Mittel auf (Lell, 2023, S. 53f.)

3.2 Problemlagen und Handlungsoptionen zur Einschränkung von manipulativen und konsumsteigernden Designs im Online-Shopping (Kurzstudie 2)

Die zweite Kurzstudie (Rott, 2023)³ zum Thema "Problemlagen und Handlungsoptionen zur Einschränkung von manipulativen und konsumsteigernden Designs im Online Shopping" widmet sich ebenfalls der übergeordneten Frage, wie Verbraucher*innenschutz und nachhaltiger Konsum auf Handelsplattformen und im Online Handel gestärkt werden kann. Dabei liegt der Fokus dieser Kurzstudie besonders auf Dark Patterns, personenbezogener Werbung und vergleichbaren konsumtreibenden Designs. Neben der Identifizierung und Analyse von Ansätzen und Politikinstrumenten zur effektiven Einschränkung bzw. dem Verbot von persönlichkeitsrechtlich invasiven und manipulativen Designs im Online-Shopping, werden im Rahmen der Kurzstudie auch neue Handlungsmöglichkeiten abgeleitet.

Die Kurzstudie stellt heraus, dass Verbraucher*innen im Internet immer wieder verschiedenen Beeinflussungen ausgesetzt sind. Die Beeinflussung beschränkt sich nicht ausschließlich auf die Produkt-/Dienstleistungssuche, sondern kann auch nach dem Erreichen der gewünschten Internetseite durch z.B. Lockangebote, Webdesign oder vermeintlichen Zeitdruck sowie nach dem Erwerb eines Produktes/Dienstleistung, über z.B. Rücksendekosten, ausgeübt werden. Ein

³ Die Kurzstudie wurde im Rahmen des CO:DINA Projektes von Prof. Dr. P. Rott durchgeführt. Prof. Dr. Rott ist Professor für Bürgerliches Recht, Handels- und Wirtschaftsrecht sowie Informationsrecht an der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg. Seine Forschungsschwerpunkte liegen im Europäischen Privatrecht und im deutschen und europäischen Verbraucher*innenrecht. Im Anhang ist die originale Zusammenfassung und auf der CO:DINA Projektwebsite (<https://codina-transformation.de/innovation-labs/>) die gesamte Kurzstudie verfügbar.

zentrales Problem bzgl. der Beeinflussung ist zum einen die mangelnde Erkennbarkeit von Werbung und der Urheber*innenschaft redaktioneller Inhalte auf Internetseiten und zum anderen die oft undurchsichtige Abtrennung von Werbung und privaten Inhalten in den Sozialen Medien (Rott, 2023, S. 6).

Die im Rahmen der Kurzstudie identifizierten Herausforderungen sowie Handlungsoptionen lauten wie folgt:

Der Kurzstudie nach schützen sowohl das deutsche als auch das EU-Verbraucher*innenrecht bereits primär die Entscheidungsfreiheit der Verbraucher*innen. Durch z.B. spezifische Informationspflichten oder dem Verbot irreführender Werbung können Verbraucher*innen bereits informierte und nachhaltigkeitsorientierte Entscheidungen treffen. Nach Rott (2023) sind Plattformen zu einer Reaktion (wie z.B. das Löschen des Inhalts oder der Sperre des Accounts) verpflichtet, sobald sie Kenntnis von rechtswidrigen Inhalten erlangen. Die neuen Art. 16 ff. DSA verrechtlichen das Verfahren und sollen die Meldung von illegalen Inhalten für Nutzer*innen erleichtern (Rott, 2023, S. 51). Allerdings besteht nach Rott nach wie vor das Problem, dass Plattformen derzeit selbst dazu angehalten sind, über die Rechtswidrigkeit von Inhalten ihrer Nutzer*innen, zu entscheiden. Die Schwierigkeit in der Beurteilung rechtswidriger Fälle spiegelt sich in der hohen Anzahl an gerichtlichen Verfahren wider und hängt maßgeblich von der nicht immer vorhandenen Klarheit der zugrunde liegenden rechtlichen Regelungen ab. Nach Aussage von Rott (2023, S. 51) bedarf es für effektiven Verbraucher*innenschutz daher größtmöglicher rechtlicher Klarheit, insbesondere im Bereich der Dark Patterns und der Anwendbarkeit des Art. 25 (1) DSA in Abgrenzung zur Lauterkeits-Richtlinie 2005/29/EG sowie in Bezug auf Nachhaltigkeitswerbung. Nach Rott (2023, S. 51) ist rechtspolitisch eine Nachschärfung von Regelungen notwendig. Konkret spricht Rott den Vorschlag der Kommission für eine Richtlinie zu Green Claims sowie die Integration einer Regelung zu Dark Patterns in die Lauterkeits-Richtlinie 2005/29/EG an.

Die Kurzstudie zeigt zudem auf, dass eine stärkere Standardisierung in den Bereichen, in denen Online Plattformen und Unternehmer*innen rechtlich die gestalterische Freiheit haben, die Rechtsklarheit erhöhen kann (z.B. ein standardisiertes Design von Cookie-Bannern) (Rott, 2023, S. 52).

Neuere Rechtsakte wie die Änderung über audiovisuelle Mediendienste, die Modernisierungs-Richtlinie von 2019 oder der Digital Services Act zeigen, dass es möglich ist, Online-Plattformen zumindest punktuell Pflichten aufzuerlegen. Nach

aktueller Rechtslage wäre nach Rott (2023, S. 52) eine Verschärfung der Pflichten insbesondere in Bezug auf den Minderjährigenschutz möglich.

Angesichts von drängenden ökologischen Herausforderungen, wie Klima- und Biodiversitätsschutz, wäre es nach Rott denkbar, eine Verschärfung der Pflichten bezüglich Nachhaltigkeit parallel zum Verbraucher*innenschutz als Verweis auf Art. 37 der Grundrechte-Charta in Art. 34 DSA vorzunehmen (Rott, 2023, S. 52). Die Einführung von Pflichten zum Schutz vor nicht nachhaltigen Produkten würde, nach Rott, noch einen Schritt weitergehen. Diese Pflicht wäre dem Minderjährigenschutz und den in Art. 28b (1) n.F. der Richtlinie 2010/13/EG auferlegten Pflichten gegenüber Videosharing-Plattformen und in Art. 28 DSA gegenüber Online-Plattformen ähnlich (Rott, 2023, S. 52).

Auf freiwilliger Basis können Online Plattformen bereits weitergehen und ausschließlich nachhaltige Angebote anbieten (Rott, 2023, S. 52). Allerdings müssen sie in diesem Fall die Nachhaltigkeit auch kontrollieren, da ansonsten Schadensersatzansprüche nach § 611 i.V.m. § 280 Abs. 1 BGB drohen (Rott, 2023, S. 52). Die Frage, was ein nachhaltiges Angebot ist, stellt nach Rott (2023, S. 52f.) eine weitere Herausforderung dar. Ein Lösungsansatz sieht Rott darin, dass bei jeder Regelung bzgl. der Nachhaltigkeit von Angeboten auf Online-Plattformen die Effektivität des Rechtsschutzes, die zentral von den zur Verfügung stehenden Instrumenten des kollektiven Rechtsschutzes, abhängt, mitgedacht werden muss. Verbraucher*innenorganisationen können als qualifizierte Einrichtungen im Sinne des Unterlassungsklagengesetzes auch die verbraucher*innenschützenden Vorschriften des Digital Services Act durchsetzen und werden zudem nach der erfolgreichen Umsetzung der Verbandsklagen-Richtlinie (EU) 2020/1828 im Verbraucherrehtedurchsetzungsgesetz (VDuG) ein verbessertes Instrumentarium zur Verfügung haben. Hinsichtlich Dark Patterns ist nach Rott (2023, S. 53) auch eine Verankerung in der Lauterkeitsrichtlinie 2005/29/EG möglich, durch welche Mitbewerber*innen und Wirtschaftsverbänden die Verfolgung von Verstößen ermöglicht würde.

Die Europäische Kommission führt momentan einen Fitness Check zur Digital Fairness durch und verfolgt Gesetzgebungsinitiativen im Rahmen des Green Deals (Rott, 2023, S. 53). Nach Rott (2023, S. 53) erscheint der Zeitpunkt für eine Kombination beider Aspekte daher als günstig (Integration des Verbotes von Dark Patterns in die Richtlinie zu Green Claims in der Version des IMCO-Ausschusses des

Europäischen Parlaments). Eine Nachschärfung des Digital Services Act ist der Kurzstudie nach nicht auszuschließen (ebd.).

3.3 Value-based Engineering für eine nachhaltige Plattformökonomie (Kurzstudie 3)

Die dritte Kurzstudie (Busch, 2023)⁴ zum Thema “Value Based Engineering für eine nachhaltige Plattformökonomie” leistet ebenfalls einen Beitrag zur Bearbeitung der zentralen Forschungsfrage, wie Verbraucher*innenschutz und nachhaltiger Konsum auf Plattformen und im Online Handel gestärkt werden können. Die Kurzstudie bezieht sich dafür insbesondere auf das Konzept des “Value Based (Software) Engineering (VBE)”, wie es u.a. durch Arbeiten der WU Wien (Spiekermann, 2021; 2023; Spiekermann et al., 2022) bzw. im Rahmen des IEEE 7000 Standard entwickelt wurde.

Die Grundidee und das Verfahren des Value-based Engineering (VBE) knüpft an frühere Ideen des Value Sensitive Designs an. Bei dem Modell des VBE handelt es sich entweder um einen “anwendungsorientierten Ansatz der Technikethik” oder um eine Form des “ethical design thinking” (Busch, 2023, S. 9). Der Standard IEEE 7000 („Standard Model Process for Addressing Ethical Concerns during System Design“) wurde im Jahr 2021 von dem Institute of Electrical and Electronics Engineers (IEEE) entwickelt und dient seitdem als eine praktische Anleitung für die Anwendung des VBE auf die Gestaltung technischer Systeme (Busch, 2023, S. 9). Es handelt sich im Konkreten um eine detaillierte Verfahrensbeschreibung für Entwickler*innen, um ethische Werte in den Entwicklungsprozess einzubinden.

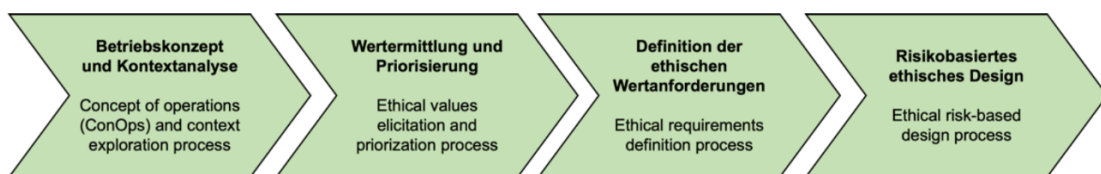


Abb. 8: Vier Stufen des Value-based Engineering (Busch, 2023, S. 10, basierend auf IEEE 7000-2021)

⁴ Herr Prof. Dr. C. Busch hat die Kurzstudie im Rahmen des CO:DINA Projektes durchgeführt. Herr Prof. Dr. Busch ist Inhaber des Lehrstuhls für Deutsches und Europäisches Privat- und Wirtschaftsrecht und Direktor am European Legal Studies Institute an der Universität Osnabrück. Zudem ist er Affiliated Fellow am Yale Information Society Project der Yale Law School, 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). Im Anhang ist die originale Zusammenfassung und auf der CO:DINA Projektwebsite (<https://codina-transformation.de/innovation-labs/>) die gesamte Kurzstudie verfügbar.

Der Analyse von Busch nach genügt der traditionelle konsumorientierte und reaktive Ansatz des deutschen und europäischen Verbraucher*innenrechts nicht länger, um die Transformation hin zu einer nachhaltigen Wirtschaft und Gesellschaft zu realisieren (Busch, 2023, S. 43). Busch (2023, S. 43) betont, dass vielmehr eine Neuausrichtung des Regulierungsansatzes notwendig ist, die das Potential digitaler Plattformen als Akteurinnen einer nachhaltigen Wirtschaft stärker fokussiert. Die Kurzstudie stellt zudem heraus, dass Plattformen als zentrale Akteurinnen der digitalen Wirtschaft nicht mehr ausschließlich nach konsumorientierten Kriterien gestaltet, sondern vielmehr durch ein nachhaltigkeitsorientiertes Plattformdesign („sustainability by design“) Verbraucher*innen bei nachhaltigen Konsumententscheidungen unterstützen sollen (Busch, 2023, S. 43). Der Kurzstudie nach bietet das Modell des VBE einen Ansatz, ethische Werte in die Entwicklung und die Gestaltung digitaler Plattformen einzubeziehen. Das Verfahren bietet nach Busch demnach, trotz einiger Herausforderungen (wie beispielsweise hinsichtlich der Ergebnisoffenheit während der Anwendung des IEEE 7000 Standards (vgl. Busch, 2023, S. 33)), ein mögliches Modell für die praktische Umsetzung eines neuen Regulierungsansatzes. Die Kurzstudie identifiziert allerdings auch potenzielle Zielkonflikte zwischen Verbraucher*innenschutz und Nachhaltigkeit, die bei einer Neuausrichtung des Verbraucher*innenrechts auftreten können. Denn Busch (2023, S. 43) stellt heraus, dass sich ein stringent auf Nachhaltigkeit ausgerichtetes Plattformdesign nicht ohne Begrenzungen des bislang konsumorientierten Verbraucher*innenrechtes erreichen lässt. Es bedarf nach Busch (2023) einer fundamentalen rechtspolitischen Debatte über die Neubestimmung des „optimalen“ Verbraucher*innenschutz-niveaus für eine nachhaltige Wirtschaft (Busch, 2023, S. 43). Die Kurzstudie stellt zudem heraus, dass sich das Modell eines nachhaltigkeitsorientierten Plattformdesigns grundsätzlich mit dem risikobasierten Regulierungsmodell des Digital Service Act vereinbaren und sich auf verschiedene Art und Weise in das geltende europäische Verbraucher*innen- und Plattformrecht einfügen lässt. Mögliche rechtspolitische Handlungsoptionen, wie z.B. die Anpassung des DSA und die rechtliche Verankerung eines nachhaltigkeitsorientierten Plattformdesigns werden in der Kurzstudie aufgeführt und diskutiert.

3.4 Governance Innovation Labs (Kurzstudie 4)

Die vierte Kurzstudie (Geibler et al., 2023)⁵ zielt darauf ab, Grundlagen für eine Erhöhung der politischen Gestaltungsfähigkeit im Kontext der nachhaltigen Plattformregulierung zu entwickeln. Die Kurzstudie fokussiert dabei zum einen kurzfristig umsetzbare, kompakte Governance Formate zur Förderung der partizipativen und politischen Lernprozesse und zum anderen auf die Konzeption und Identifizierung zentraler Umsetzungsbedingungen eines solchen kollaborativen Governance Formats.

Ein Ausgangspunkt der Kurzstudie ist, dass aktuell undurchsichtige Plattformmechanismen oder intransparente Selektions- und Auswahlmechanismen Transparenzlücken verursachen, die sowohl Bürger*innen sowie staatliche Akteur*innen betreffen. Der Staat sollte aktiver werden und proaktiv und kollaborativ Lösungen finden (Dijck, 2020, S. 2). Neue, explorative Governance-Ansätze bieten sich an, um ein soziales, zielorientiertes, gegenseitiges und reflexives Lernen durch kollektives und ko-kreativem Gestalten zu gewähren (Geibler et al., 2023, S. 8). Sie könnten die Entwicklung eines modernen Nationalstaates (Weg von einem Interventionsstaat, hin zu einem kooperativen Staat) begünstigen, indem Partizipation selbst einen Wohlfahrtseffekt hat und die Legitimität staatlicher Regulierung und Steuerung erhöht wird (Mayntz, 2009, S. 11).

Im Rahmen einer konzeptionellen Einbettung, die sowohl die Identifizierung von möglichen Akteur*innen und Merkmalen, als auch die Abgrenzung des Governance Innovation Labs (kurz: GIL) zu vergleichbaren Formaten umschließt, erfolgte die Definition des GIL. Demnach sind GIL kompakte und kollaborative Governance-Formate, in denen neue Gestaltungsansätze in multi-organisationalem Austausch gemeinsam erarbeitet werden (vgl. Geibler et al., 2023, S. 13)

Die Kurzstudie identifiziert mögliche Ziele eines GIL. Neben der Exploration von relevanten Themen, Anknüpfungspunkten und Denkanstößen für eine nachhaltige Plattformökonomie, können GIL auch auf die wissenschaftliche Erkundung von Transformationspfaden abzielen. Weitere Ziele eines GIL sind, dass das generierte Wissen stets wissenschaftlich begründet wird, eine schlüssige Synthese gefunden wird und für die Teilnehmenden anschlussfähig sein sollte (Di Giulio & Defila, 2020, S. 10). Zudem führt die Kurzstudie zentrale Qualitätskriterien sowie gestaltungsrelevante Bedingungen eines GIL auf. Bedeutsame Qualitätskriterien lassen sich aus der

⁵ Diese Kurzstudie wurde vom Wuppertal Institut durchgeführt. Die komplette Studie ist auf der CO:DINA Projekt-Website (<https://codina-transformation.de/innovation-labs/>) verfügbar.

transdisziplinären Transformationsforschung ableiten und umfassen unter anderem die Vielfalt der Expertise sowie gegenseitiges Verständnis und Akzeptanz (vgl. Di Giulio & Defia, 2020, S. 10f). Wichtige gestaltungsrelevante Bedingungen, wie u.a. die ergebnisoffene Strukturierung des GIL Formates, die Einhaltung der Chatham-House-Regel, die Dauer des Formats von ca. 4,5-6,5 Stunden und eine Gruppengröße zwischen 10-30 Personen werden in der Kurzstudie anhand von Di Giulio und Defila (2020, S. 12) hergeleitet. Die Kurzstudie führt außerdem Beispiele für kompakte und kollaborative Governance-Formate auf, die sich bereits in der Erprobung befinden (u.a. DNS-Lab, UK Policy Lab). Das DNS-Lab der Wissenschaftsplattform2030 (kurz: wpn2030) wird als Blaupause für ein kompaktes und kollaboratives Governance-Format betrachtet, das auch ressortübergreifenden Dialog und eine entscheidungsfördernde Wissensproduktion fördern kann. Abbildung 9 visualisiert die Gestaltung des DNS-Labs.

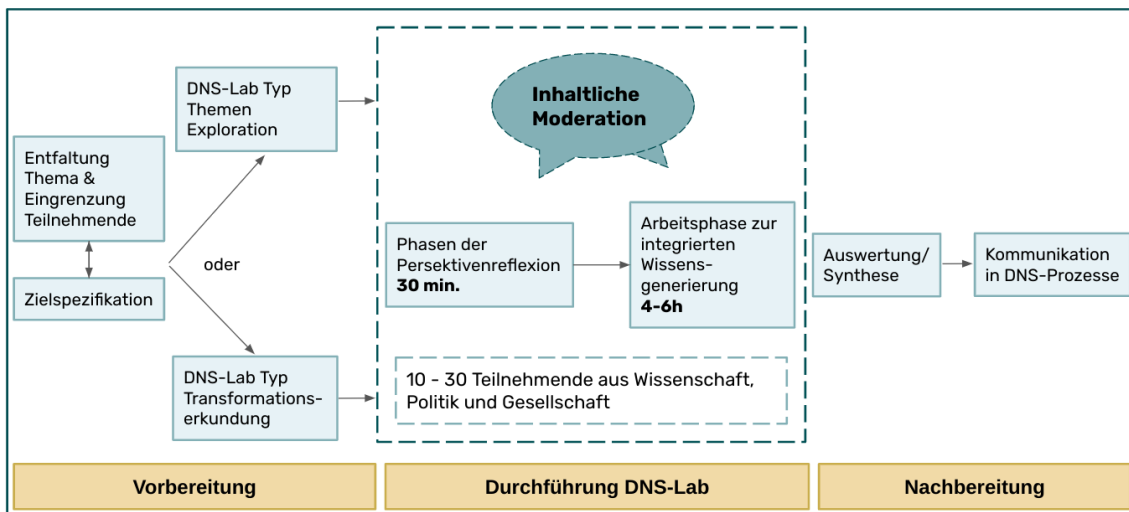


Abb. 9: Ablauf eines DNS-Lab (Geibler et al. 2023: 24, basierend auf wpn 2030, 2021a)

Anhand des ersten von der wpn2030 durchgeführten DNS-Lab "Politiken für nachhaltigen Konsum" wird das Format der DNS-Labs in der Kurzstudie verdeutlicht und auch eine methodische Umsetzung illustriert (vgl. Geibler et al., 2023, 25ff.).

Weitere zentrale Outputs der Kurzstudie sind zum einen die Identifizierung von Herausforderungen für kollaborative Governance Ansätze und zum anderen die Ableitung von Erfolgsbedingungen für die Umsetzung kompakter und kollaborativer Formate (siehe folgender Kasten).

Erfolgsbedingungen von DNS-Labs (basierend auf Di Giulio & Defila, 2020):

1. **Bewusstsein über den sozialen Kontext** der **Teilnehmenden** und Zusammenführung einer künstlichen Gruppe für das Format⁶
2. **Festlegung der räumlichen Perspektive für das Thema** und Festlegung einer Zieldefinition: Räumliche Perspektive der DNS-Labs sowie Bestimmung des generischen Ziels der Veranstaltung sowie die spezifischen Ziele z.B., mit Bezug zu "in, mit, und durch Deutschland".
3. **Thematischer Kontext:** SDGs als Orientierungspunkt und als Impuls Richtung Politik/Gesellschaft sowie Impuls Richtung Wissenschaft/Bildung
4. **Gemeinsame Reflexion** von verschiedenen Perspektiven auf ein Thema
5. **Passende Methodenauswahl**
Methoden müssen:
 - a) **Kompakt sein** und den **zeitlichen Aspekt** des Formats **berücksichtigen**
 - b) Für ein **künstliches Setting** geeignet sein und zum Austausch anregen
 - c) **Niederschwellig** sein und aufwendige Vorleistungen der Teilnehmenden verhindern
 - d) Die Reaktionsfähigkeit der Verantwortlichen beschleunigen und **lange Vorbereitungen** seitens der Verantwortlichen **vermeiden** können
6. **Gute und für alle Akteur*innen verständliche Kommunikation** in der Vorbereitung, der Durchführung und der Nachbearbeitung
7. **Beachtung der Qualitätskriterien und qualitativer Anforderungen**
 - a) Wissenschaftlich **glaubwürdig** und **nachvollziehbare** Synthese
 - b) **Vielfalt der Expertise** sowohl innerhalb als auch außerhalb des Wissenschaftssystems
 - c) Förderung von gegenseitigem **Verständnis und Akzeptanz**
 - d) Förderung der **Experimentierfreudigkeit** und **Ergebnisoffenheit**
 - e) **Saubere Auswertung** und **Bereitstellung** der Ergebnisse für die Ergebnisnutzung nach dem Format
 - f) **Inhaltsreiche Moderation** auf thematischer, methodischer und sozio-kultureller Ebene

⁶ Gruppe, die nur einmal im Rahmen des Formats zusammenkommt. Gruppe kommt im "natürlichen Setting" so nicht vor.

- g) Prinzipien der **transdisziplinären Zusammenarbeit** (den Beteiligten einen Nutzen bieten, Zusammenarbeit auf Augenhöhe gewährleisten etc.)
 - h) Gestaltungsprinzipien für **face-to-face Treffen** und Verzicht von virtuellen Methoden
 - i) **Gütekriterien** für Methoden **der partizipativen Wissenserzeugung** (Vermeidung von Methoden, die soziale Formen des Ausschlusses/Machtgefälle o.ä. begünstigen)
8. **Geschützter Raum durch Chatham-House-Regel**, um wertschätzende Atmosphäre zu schaffen

4. Fazit und Ausblick

In diesem Kapitel werden die Schlussfolgerungen aus den Kurzstudien zusammenfassend dargestellt (Kapitel 4.1). Kapitel 4.2 umfasst ausstehende Schritte.

4.1. Fazit zur möglichen Handlungsansätzen

Die zusammengetragenen Forschungsergebnisse zeigen insbesondere **rechtliche Herausforderungen und Handlungsansätze** auf, um Plattformunternehmen stärker in die Verantwortung zu nehmen und eine gemeinwohlorientierte Regulierung von digitalen Plattformen zu stärken. Die Nachschärfung bestehender Pflichten und die Einführung neuer Gesetze können dazu beitragen, Nachhaltigkeit und Verbraucher*innenschutz auf Plattformen stärker zu adressieren und die Umsetzung einer nachhaltigen Plattformökonomie sowie die staatliche Lenkung der Nachhaltigkeitstransformation zu bekräftigen. Die identifizierten Handlungsansätze wirken an verschiedenen Stellen der Customer Journey und sind in Abb. 10 zusammenfassend dargestellt.

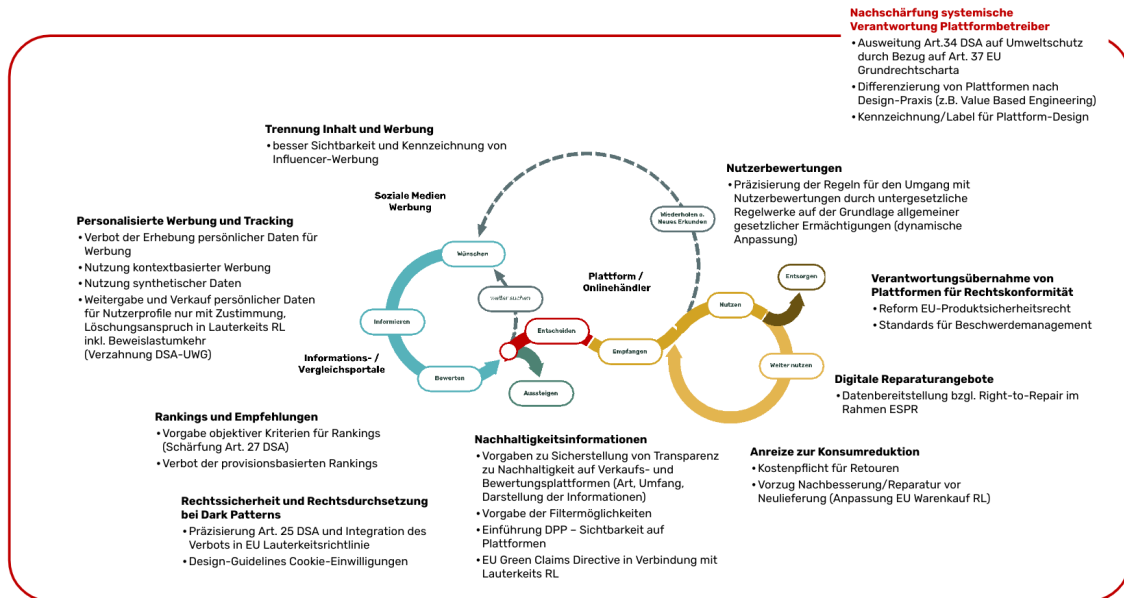


Abb. 10: Rechtliche Handlungsansätzen entlang der Customer Journey (eigene Darstellung)

Neben spezifischen, rechtlichen Handlungsansätzen entlang der Customer Journey haben die Arbeiten in der Forschungslinie auch **übergeordnete Ansatzpunkte** für die Erhöhung der politischen Gestaltungsfähigkeit im Kontext der nachhaltigen Plattformregulierung aufgezeigt, dazu gehört beispielsweise die Forderungen nach dynamischen und kollaborativen Governance-Formaten. Im Rahmen der Diskussion zu Schlussfolgerungen im Kreis der Autor*innen wurden zusammenfassend folgende übergeordnete politische Gestaltungsoptionen festgehalten:

1. Die Entwicklung einer **Strategie zur langfristigen und systematischen Weiterentwicklung des Regulierungsrahmens von Plattformen**, insbesondere für die neue EU Kommission (Masterplan Plattformen im Dienst von Nachhaltigkeit und Verbraucher*innenschutz)
2. Die Prüfung und Nutzung der **nationalen Handlungsoptionen für mehr Nachhaltigkeit und Verbraucher*innenschutz auf Plattformen**, z.B. Verzahnung DSA/UWG, Mandat und operative Ausgestaltung der Umsetzung (DSC etc.)
3. Die Stärkung von **Transparenz und Nachhaltigkeitsinformationen im Online-Konsum** (v.a. konzeptionelle Vorbereitung auf den DPP und Exploration der Chancen und Bedarfe aus Sicht von Konsument*innen / DPP-B2C)
4. Die Stärkung der **Autonomie, Entscheidungs- und Handlungsfähigkeit von Konsument*innen**, z.B. durch Assistenzsysteme (Apps, Bots, Navigatoren, usw.)
5. Das Forcieren der (Selbst)**Verantwortung von Plattformen für nachhaltiges und verbraucher*innenfreundliches Systemdesign**

- (z.B. als Value Based Engineering, Differenzierung und Qualifizierung durch Label)
6. Die Konzeption und Erprobung von **kollaborativen Governance-Formaten zwischen Politik und Wissenschaft sowie in Zusammenarbeit mit Zivilgesellschaft und (Digital)Wirtschaft**
(z.B. in Kooperation mit wpn2030)

4.2. Ausblick und weitere Schritte

Im Rahmen der CO:DINA Forschungslinie "Governance Innovation Labs für eine ökologische Plattformökonomie - Nachhaltiger Konsum und Verbraucherschutz by Design" ist eine Interaktionsphase mit relevanten Akteur*innen angelegt, die eine Konzeption, Prototyping und Testen von kollaborativen Governanceansätzen umfasst.

Die Interaktionsphase beabsichtigt die Durchführung verschiedener kompakter und kollaborativer Formate, in denen zunächst die bisherigen Forschungsergebnisse der Forschungslinie diskutiert und konkrete Handlungsoptionen vertieft werden sollen. Das übergeordnete Ziel der geplanten Formate sieht zudem vor, Wirkungsmechanismen und Kompetenzen für staatliches Handeln für einen nachhaltigen Online-Konsum zu erschließen und somit einen Beitrag zur Erhöhung der politischen Gestaltungsfähigkeit im Kontext der nachhaltigen Plattformregulierung zu leisten, um das Potential der Digitalisierung für nachhaltigen Konsum und Verbraucher*innenschutz umfassend nutzen zu können.

Konkret sind Interaktionen mit dem Sachverständigenrat für Verbraucherfragen (SVRV), dem European Law Institute sowie mit wpn2030 geplant. In Kooperation mit der wpn2030 ist dazu z.B. die Durchführung eines DNS-Lab zum Thema "Ökologische Plattformökonomie: Politische Gestaltungsoptionen für Nachhaltigen Konsum und Verbraucher*innenschutz by Design" in Aussicht.

Literatur

Balderjahn, I., Buerke, A., Kirchgeorg, M., Peyer, M., Seegebarth, B. & Wiedmann, K. (2013). Consciousness for Sustainable Consumption: scale development and new insights in the economic dimension of consumers' sustainability. *AMS review*, 3(4), 181–192.

BMU (2019). Nationales Programm für nachhaltigen Konsum. Gesellschaftlicher Wandel durch einen nachhaltigen Lebensstil. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit, Berlin.

Bundesrat (2021). Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates über bestreitbare und faire Märkte im digitalen Sektor (Gesetz über digitale Märkte) COM(2020) 842 final. Grunddrucksache 97/21.

Busch, C. (2023). Value Based Engineering für eine nachhaltige Plattformökonomie. Kurzstudie in der Forschungslinie Governance Innovation Labs im CO:DINA Projekt. Wuppertal Institut, Wuppertal.

CO:DINA (2023): Unser Ansatz. Online verfügbar unter: <https://codina-transformation.de/hintergrund/>, letzter Zugriff am 11.10.2023.

Dijck, v. J. (2020). Governing digital societies: Private platforms, public values. *Computer Law & Security Review*, 36, 105377.

Di Giulio, A., & Fuchs, D. (2014). Sustainable consumption corridors: Concept, objections, and responses. *GAIA – Ecological Perspectives for Science and Society*, 23(S1), 184–192.

Di Giulio, A. & Defila, R. (2020). Charakterisierung eines kompakten, transdisziplinären und transformationsorientierten Dialogformats für die Bearbeitung von Nachhaltigkeitsthemen, Studie für die Wissenschaftsplattform Nachhaltigkeit 2030. Universität Basel, Basel.

Fourberg, N., Serpil, T., Wiewiorra, L., Goldovitch, I., de Streel, A., Jacquemin, H., Hill, J., Nunu, M., Bourguignon, C., Jacques, F., Ledger, M., & Lognoul, M. (2021). Online advertising: the impact of targeted advertising on advertisers, market access and consumer choice. Publication for the committee on the Internal Market and Consumer Protection, Policy Department for Economic, Scientific and Quality of Life Policies, European Parliament, Luxembourg.

Frick, V. & Santarius, T. (2019). Smarte Konsumwende? Chancen und Grenzen der Digitalisierung für den nachhaltigen Konsum. In: Hübner, R., Schmon, B. (Hrsg.). *Das transformative Potenzial von Konsum zwischen Nachhaltigkeit und Digitalisierung. Chancen und Risiken*. Springer VS, 37–57.

Frick, V., Gossen, M., Lautermann, C., Muster, V., Kettner, S., Santarius, T. (2019). Digitalisierung von Märkten und Lebensstilen: Neue Herausforderungen für nachhaltigen Konsum. Stand der Forschung und Handlungsempfehlungen. Zwischenbericht. In: Umweltbundesamt (Hrsg.).

Frické, M., (2019). The Knowledge Pyramid: the DIKW Hierarchy. *KO Knowledge Organization* 46, (1), 33–45.

Geibler, J. v. und Gnanko, T. (2021). Künstliche Intelligenz für nachhaltigen Konsum. Ansatzpunkte und Herausforderungen für nachhaltige Konsumententscheidungen auf Basis künstlicher Intelligenz. Positionspapier in der Forschungslinie "Transparente Wertschöpfungsketten" im CO:DINA Projektes. Wuppertal Institut, Wuppertal.

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.

Geibler, J. v., Gnanko, T., Gröne, K., Ramesohl, S. (2023). Governance Innovation Labs Konzeption eines kompakten und kollaborativen Governance-Formats für Nachhaltigkeit in der Plattformökonomie. Kurzstudie in der Forschungslinie Governance Innovation Labs im CO:DINA Projekt. Wuppertal Institut, Wuppertal.

Gossen, M., Frick, V., Lell, O., Scholl, G., (2022). Politik für nachhaltigen Konsum in der digitalen Welt. Policy Paper. Umweltbundesamt, Dessau-Roßlau.

Kahlenborn, W., Keppner, B., Uhle, C., Richter, S., Jetzke, T. (2018). Die Zukunft im Blick: Konsum 4.0: Wie Digitalisierung den Konsum verändert. Trendbericht zur Abschätzung der Umweltwirkungen. Umweltbundesamt, Dessau-Roßlau.

Lell, O., Muster, V., Thorun, C. (2020). Förderung des nachhaltigen Konsums durch digitale Produktinformationen: Bestandsaufnahme und Handlungsempfehlungen. Umweltbundesamt, Dessau-Roßlau.

Lell, O., Kettner, S. E., Thorun, C. & Bendig, T., (2021). Verbraucherschutz digital neu denken: Consumer Protection Technologies. politische Relevanz Potential und Handlungsbedarf. ConPolicy GmbH, Berlin.

Lell, O. (2023). Nachhaltigkeits- und verbraucherorientiertes Systemdesign für digitale Plattformen. Kurzstudie in der Forschungslinie Governance Innovation Labs im CO:DINA Projekt. Wuppertal Institut, Wuppertal.

Linz, M., Bartelmus, P., Hennicke, P., Jungkeit, R., Sachs, W., Scherhorn, G., et al. (2002). Von nichts zu viel – Suffizienz gehört zur Zukunftsfähigkeit (Working Paper No. 125). Wuppertal Institut.

Lockton, D., Harrison, D., Stanton, N.A. (2012). Models of the user: Designers' perspectives on influencing sustainable behaviour. *Journal of design research*, 10(1/2), 7–27.

Lorek, S., & Vadovics, E. (2016). Sustainable consumption and social justice in a constrained world. In: SCORAI Europe workshop proceedings (Bd. 6). Sustainable Consumption Transitions Series.

Luguri, J., & Strahilevitz, L. J. (2021). Shining a light on dark patterns. *Public Law and Legal Theory Working Paper Series*, No. 719 (2021).

Mayntz, R. (2009). Über Governance: Institutionen und Prozesse politischer Regelung. *Schriften aus dem Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung*, No. 62, ISBN 978-3-593-38892-2, Campus Verlag, Frankfurt a. M.

Ramesohl, S. & Geibler, J. v. (2022). Governance Innovation Labs für eine ökologische Plattformökonomie Nachhaltiger Konsum und Verbraucherschutz by Design. Impulspapier in der Forschungslinie Governance Innovation Labs im CO:DINA Projekt. Wuppertal Institut, Wuppertal.

Ramesohl, S., Wirtz, J., Gunnemann, A. & Weier, R. (2022). Digital-ökologische Staatskunst Plattformen im Dienst der Nachhaltigkeit. Forschungsbericht zum Roadmapping der Forschungslinie "Digital-ökologische Staatskunst" im CO:DINA Projekt. Wuppertal Institut, Wuppertal.

Regulation (EU) 2022/2065. Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market For Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act). European Parliament and Council.

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R2065>

Rott, P. (2023). Problemlagen und Handlungsoptionen zur Einschränkung von manipulativen und konsumsteigernden Designs im Online Shopping. Kurzstudie in der Forschungslinie Governance Innovation Labs im CO:DINA Projekt. Wuppertal Institut, Wuppertal.

Spiekermann, S. (2021). Value-based Engineering: Prinzipien und Motivation für bessere IT-Systeme. *Informatik Spektrum*, 44(4), 247-256.

Spiekermann S., Krasnova, H., Hinz, O., Baumann, A., Benlian, A., Gimpel, H., Heimbach, I., Köster, A., Maedche, A., Niehaves, B., Risius, M., Trenz, M. (2022). Values and Ethics in Information Systems: A State-of-the-Art Analysis and Avenues for Future Research. *Business & Information Systems Engineering*, 64(2), 247-264.

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

Steffen, W., Richardson, K., Rockström, J., Cornell, S., Fetzer, I., Bennett, E. M., Biggs, R., Carpenter, S. R., De Vries, W., De Wit, C. A., Folke, C., Gerten, D., Heinke, J., Mace, G. M., Persson, L., Ramanathan, V., Reyers, B. & Sörlin, S. (2015). Planetary Boundaries: Guiding human development on a changing planet. *Science*, 347(6223), 1259855.

Specht-Riemenschneider, L., Dehmel, S., Kenning, P., Liedtke, C., Hans-W. Micklitz & Scharioth, S. (2020). Grundlegung einer verbrauchergerichten Regulierung interaktionsmittelnder Plattformfunktionalitäten. Veröffentlichungen des Sachverständigenrats für Verbraucherfragen. Berlin: Sachverständigenrat für Verbraucherfragen.

Wissenschaftlicher Beirat der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen (2019). Unsere gemeinsame digitale Zukunft. Berlin: WBGU.

Wuppertal Institut (1997). Zukunftsfähiges Deutschland, Ein Beitrag zu einer global nachhaltigen Entwicklung. BUND und MISERIOR (Hrsg.). Birkhäuser Verlag, Berlin.

Zimmermann-Janssen, V. E. M., Welfens, M. J., & Liedtke, C. (2021). Transformation zur Nachhaltigkeit – Warum wir eine Literacy für nachhaltigen Konsum brauchen (Zukunftsimpuls Nr. 16). Wuppertal Institut.

Über die Autor*innen

Justus von Geibler

Dr. Justus von Geibler ist Co-Leiter des Forschungsbereichs "Innovationslabore" der Abteilung Nachhaltiges Produzieren und Konsumieren am Wuppertal Institut für Klima, Umwelt und Energie. Seine Arbeitsschwerpunkte umfassen Nachhaltigkeitsinnovation und Innovationsmanagement, Living Labs für nutzerintegrierte Produkt-Dienstleistungsentwicklung, Umwelt- und Nachhaltigkeitsbewertung von digitalen Technologien, Produkten, Wertschöpfungsketten und Unternehmen.

Katharina Gröne

Katharina Gröne ist wissenschaftliche Mitarbeiterin im Forschungsbereich "Innovationslabore" der Abteilung Nachhaltiges Produzieren und Konsumieren am Wuppertal Institut für Klima, Umwelt und Energie. Dort ist sie Referentin für die Wissenschaftsplattform Nachhaltigkeit 2030 (wpn2030). Außerdem koordiniert sie das Kompetenzzentrum Fairer Handel an der Universität zu Köln. Zu ihren Arbeitsschwerpunkten mit Fokus auf den Globalen Süden gehören nachhaltiger Konsum, nachhaltige Ernährungssysteme und nachhaltige städtische Räume. Sie arbeitet zu sozialen Bewegungen, Ungleichheit und sozialer Gerechtigkeit, zu Graswurzelansätzen und sozialen Praktiken für sozial-ökologische Transformation, aber auch zu nachhaltigen Lieferketten, und dem Fairen Handel.

Toni Gnanko

Toni Gnanko studiert Global Change Management im Master an der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde und ist als wissenschaftliche Hilfskraft am Wuppertal Institut für Klima, Umwelt und Energie im Forschungsbereich "Innovationslabore" der Abteilung "Nachhaltiges Produzieren und Konsumieren" tätig.

Stephan Ramesohl

Prof. Dr.-Ing. Stephan Ramesohl ist Co-Leiter des Forschungsbereichs „Digitale Transformation“ am Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie. Seine Arbeitsschwerpunkte sind Perspektiven einer nachhaltigen Digitalisierung und der digital-ökologischen Industrietransformation.

Über CO:DINA

Das Verbundvorhaben CO:DINA – Transformationsroadmap Digitalisierung und Nachhaltigkeit vernetzt Wissenschaft, Politik, Zivilgesellschaft und Wirtschaft, um neue strategische Stoßrichtungen für eine nachhaltige 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 Akteur*innengruppen, die bislang unzureichend verbunden waren. So wird die politische und gesellschaftliche Handlungsfähigkeit für einen sozialen und ökologischen 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

November 2023



Weitere Veröffentlichungen unter:
www.codina-transformation.de

Anhang

1. Zusammenfassung der Kurzstudie “Nachhaltigkeits- und verbraucherorientiertes Systemdesign für digitale Plattformen” nach O. Lell

“Konsum wird in der heutigen digitalen Wirtschaft geprägt von marktmächtigen digitalen Plattformen. Plattformen filtern Informationen und determinieren damit die Produktwahrnehmung, die Auswahlentscheidung und bei hinreichender Marktmacht auch das Produktangebot selbst. Auf diese Weise erleichtern Plattformen Verbraucher*innen die Orientierung, gestalten aber zugleich die digitale Welt nach ihren eigenen Gewinninteressen. Darüber hinaus stärken die konsumzentrierten Geschäftsmodelle digitaler Plattformen die zentrale Rolle des Konsums in der Gesellschaft. Das erschwert die von den Sustainable Development Goals (SDGs) geforderte Transformation des Konsums in Richtung einer nachhaltigen Entwicklung.

Vor dem Hintergrund dieser Bestandsaufnahme sollten digitale Plattformen umfassend auf Ziele des Verbraucherschutzes und der nachhaltigen Entwicklung verpflichtet werden. Zu diesem Zweck sind spezifische Maßnahmen erforderlich, um bereits belegten nachteiligen Auswirkungen von digitalen Plattformen auf Verbraucherinteressen und Zielsetzungen eines nachhaltigen Konsums entgegenzutreten. Hierzu gehören:

- ein Verbot oder eine weitreichende Beschränkung personalisierter Werbung,
- Designanforderungen zum Schutz der Gesundheit von Verbraucher*innen,
- die Verpflichtung, Rankings und Empfehlungen ausschließlich an Verbraucherinteressen auszurichten,
- spezifische Regelungen für Nutzerbewertungen, um Manipulationen zu verhindern,
- umfassende Transparenz über die Nachhaltigkeit der angebotenen Produkte,
- verbraucherorientierte Designanforderungen für Instant-Shopping-Konzepte,
- eine umfassende Verantwortung von Plattformen für die Rechtskonformität und Sicherheit der angebotenen Produkte und
- rechtliche Grundlagen für Reparaturfreundlichkeit und Kreislaufwirtschaft in der digitalen Welt.

Darüber hinaus sollten Plattformen als Infrastrukturen der digitalen Welt verpflichtet werden, proaktiv Verantwortung für ihre gesellschaftlichen Auswirkungen zu übernehmen. Hierzu sollte die Durchsetzung von Rechtspflichten erleichtert und zivilgesellschaftlich unterstützt werden. Marktdominanz einzelner Plattformen sollte durch eine Stärkung des Wettbewerbs eingeschränkt werden, und gemeinwohlorientierte Ansätze auf Plattformmärkten sollten geschaffen und gestärkt werden.“ (Lell, 2023, S. 3)

2. Zusammenfassung der Kurzstudie “Problemlagen und Handlungsoptionen zur Einschränkung von manipulativen und konsumsteigernden Designs im Online-Shopping” nach P. Rott

“Das deutsche wie das EU-Verbraucherrecht schützt bislang primär die Entscheidungsfreiheit des Verbrauchers und will diesem ermöglichen, eine informierte Entscheidung frei von Zwang zu treffen. Dazu gehört durchaus auch die Möglichkeit, eine nachhaltigkeitsbewusste Entscheidung zu treffen. Zu diesem Zweck wurden einerseits spezifische Informationspflichten, etwa über den Schadstoffausstoß von Fahrzeugen oder den Energieverbrauch elektrischer Geräte, eingeführt, andererseits gilt das Verbot irreführender Werbung, das von der Rechtsprechung gerade im Bereich des Umweltrechts besonders streng gehandhabt wird. Die geplante Richtlinie hinsichtlich der Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel durch besseren Schutz gegen unlautere Praktiken und bessere Informationen würde diese Tendenz weiter verstärken.

Die genannten Pflichten richten sich durchweg an „Unternehmer“, zu denen auch die Online-Plattformen zu zählen sind. Letztere agieren aber regelmäßig nur als Vermittler bzw. stellen nur die Infrastruktur für Verträge zwischen Unternehmern (oder auch Nichtunternehmern) und Verbrauchern zur Verfügung und haften dann grundsätzlich nicht für fremde Inhalte. Wenn also Unternehmer, die auf Online-Plattformen Verträge mit Verbrauchern schließen, etwa Greenwashing betreiben, dann sind nur diese Unternehmer, aber nicht die Online-Plattformen für den Rechtsverstoß verantwortlich.

Online-Plattformen müssen aber reagieren, wenn sie Kenntnis von rechtswidrigen Inhalten erlangen. Mit den neuen Art. 16 ff. DSA wurde das entsprechende Verfahren vereinfacht und für Nutzer leichter auffindbar gemacht. Ein verbleibendes Problem besteht darin, dass Online-Plattformen aufgrund der Beschwerden von Nutzern über die Rechtswidrigkeit von Inhalten entscheiden müssen. Letzteres wird häufig schwierig sein, wie die große Anzahl von gerichtlichen Verfahren darüber, ob Online-Plattformen Beiträge zu Recht oder zu Unrecht gelöscht haben, belegt. Wie schwierig die Beurteilung ist, hängt maßgeblich von der Klarheit der zugrunde liegenden rechtlichen Regelungen ab. Effektiver Verbraucherschutz erfordert deshalb größtmögliche Klarheit, die derzeit in zahlreichen Bereichen nicht gegeben ist. Dies gilt insbesondere für den Bereich der dark patterns mit der Frage der Anwendbarkeit des Art. 25 (1) DSA in Abgrenzung zur Lauterkeits-Richtlinie 2005/29/EG, aber auch für viele Fragen der Werbung mit Nachhaltigkeit, Klimafreundlichkeit oder Regionalität. Rechtspolitisch ist deshalb auf eine Nachschärfung dieser Regelungen hinzuwirken, wie sie in Bezug auf Greenwashing nunmehr im Vorschlag der Kommission für eine Richtlinie zu Green Claims vorgesehen ist. Auch die Initiative des IMCO-Ausschusses, bei dieser Gelegenheit eine Regelung zu dark patterns in die Lauterkeits-Richtlinie 2005/29/EG zu integrieren, ist grundsätzlich zu begrüßen, wenn auch der aktuelle Änderungsvorschlag noch Schwächen aufweist.

Klarheit könnte auch eine stärkere Standardisierung in Bereichen bringen, in denen die gestalterische Freiheit der Online-Plattformen bzw. der Unternehmer insgesamt

hinter den Schutz der Verbraucher zurücktreten sollte. Dies gilt etwa für das Design von Cookie-Bannern, aber auch für die Bezeichnung, die Influencer wählen müssen, um deutlich zu machen, wann es sich bei einer Produktpräsentation um Werbung handelt.

Gleichzeitig spiegelt die grundsätzliche Trennung der Verantwortlichkeiten die Macht der Plattformen nicht wider. Zwar zeigt insbesondere die Bestätigung des bisherigen Haftungsrahmens durch den Digital Services Act, dass eine grundsätzliche Neuorientierung politisch nicht gewünscht wird. Neuere Rechtsakte wie die im Jahre 2018 erfolgte Änderung der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste, die Modernisierungs-Richtlinie von 2019 und der Digital Services Act belegen aber, dass es durchaus möglich ist, Online-Plattformen jedenfalls punktuell Pflichten aufzuerlegen, die auch in einer (gewissen) Kontrolle der Inhalte Dritter bzw. in einer bestimmten Gestaltung der Plattform liegen können. Verschärfte Pflichten gelten nach aktueller Rechtslage insbesondere in Bezug auf den Minderjährigenschutz. Maßgeblich ist offenkundig die (rechts)politische Relevanz eines Schutzguts. Denkbar wären angesichts der prekären Lage in Bezug auf Klimaschutz, Biodiversität und Ähnliches auch verschärfte Pflichten in Bezug auf Nachhaltigkeit, die parallel zum Verbraucherschutz als Verweis auf Art. 37 der Grundrechte-Charta in Art. 34 DSA eingestellt werden könnten. Noch schärfer wären Pflichten zum Schutz vor nicht-nachhaltigen Produkten eben in Parallelität zum Minderjährigenschutz, wie sie in Art. 28b (1) n.F. der Richtlinie 2010/13/EG den Videosharing-Plattformen und in Art. 28 DSA den Online-Plattformen auferlegt wurden.

Schon jetzt können Online-Plattformen freiwillig weitergehen und spezifisch nur nachhaltige Angebote beherbergen. Tun sie das, so müssen sie sich daran festhalten lassen und die Nachhaltigkeit dieser Angebote auch kontrollieren; andernfalls drohen Schadensersatzansprüche nach § 611 i.V.m. § 280 Abs. 1 BGB. Schwierig zu beurteilen ist dabei natürlich wieder, wann ein Angebot nachhaltig ist. Mitzudenken ist bei jedweder Regelung der Nachhaltigkeit von Angeboten auf Online-Plattformen die Effektivität des Rechtsschutzes, die maßgeblich von den zur Verfügung stehenden Instrumenten des kollektiven Rechtsschutzes abhängt. Insofern ist von Bedeutung, dass Verbraucherorganisationen als qualifizierte Einrichtungen im Sinne des Unterlassungsklagengesetzes auch die verbraucherschützenden Vorschriften des Digital Services Act durchsetzen können und dazu nach erfolgter Umsetzung der Verbandsklagen-Richtlinie (EU) 2020/1828 im Verbraucherrechtsetzungsgesetz (VDuG) ein verbessertes, wenn auch nicht vollständig gelungenes Instrumentarium zur Verfügung haben werden. Gerade mit Blick auf dark patterns wäre aber deren Verankerung in der LauterkeitsRichtlinie 2005/29/EG auch mit Blick auf die Rechtsdurchsetzung von Bedeutung, da dies auch den Mitbewerbern und den Wirtschaftsverbänden die Verfolgung von Verstößen ermöglichen würde.

Die hier angeregten Maßnahmen sind fast sämtlich auf europäischer Ebene zu verorten, weil die relevanten Rechtsakte weitestgehend vollharmonisierender Natur sind. Nichtsdestotrotz ist natürlich die Bundesregierung ein maßgeblicher Akteur auch auf der europäischen Ebene, so dass rechtspolitische Aktivitäten auf beiden

Ebenen wichtig und notwendig wären. Da die Europäische Kommission derzeit sowohl einen Fitness Check zu Digital Fairness durchführt als auch Gesetzgebungsinitiativen im Rahmen des Green Deal verfolgt, erscheint die Gelegenheit, beide Aspekte zu verbinden, derzeit günstig, wie auch der aktuelle Versuch des IMCO-Ausschusses des Europäischen Parlaments, ein Verbot von dark patterns in die Richtlinie zu Green Claims zu integrieren, belegt. Angesichts der derzeitigen Schnelligkeit von gesetzlichen Regelungen ist auch eine diesbezügliche Nachschärfung des Digital Services Act durchaus denkbar.“ (Rott, 2023, S. 51ff.)

3. Zusammenfassung der Kurzstudie “Value-based Engineering für eine nachhaltige Plattformökonomie” nach C. Busch

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.” (Busch, 2023, S. 43)