

DOKUMENTATION DIGITAL-DIALOG

Beteiligungsverfahren

Verbraucher- und Datenschutz in der digitalen Welt



INHALT

| | |
|--|----|
| 1. Der Digital-Dialog der Landesregierung | 3 |
| 2. Beteiligungsverfahren zum Verbraucher- und Datenschutz in der digitalen Welt | 4 |
| 2.1. Erste Dialog-Sitzung am 21. März 2017 | 4 |
| 2.1.1 Impulse aus der Politik und Wissenschaft | 4 |
| 2.1.2 Diskussion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer | 6 |
| 2.2. Zweite Dialog-Sitzung am 06. Juni 2017 | 8 |
| 2.2.1 Leitfragen und Gegenstand der Sitzung | 8 |
| 2.2.2 Verlauf und Ergebnisse der Workshops | 11 |
| 2.2.2.1 Workshops zur Verbraucherinformation und -beratung. | 11 |
| 2.2.2.2 Workshops zur Verbraucherbildung | 12 |
| 3. Weiteres Verfahren | 14 |
| 4. Mitwirkende Institutionen | 15 |

1. Der Digital-Dialog der Landesregierung

Die **Digitalisierung** ist eine globale Entwicklung, die alle Lebensbereiche erfasst und umwälzende Veränderungen im Alltag hervorruft. Die Landesregierung hat daher im Oktober 2016 einen Digital-Dialog gestartet, um unter breiter Beteiligung aller gesellschaftlichen Gruppen eine umfassende und zukunftsfähige Digitalstrategie für Rheinland-Pfalz zu erarbeiten. Hierzu wurde die [Online-Beteiligungsplattform Digital.rlp.de](https://digital.rlp.de) eingerichtet, bei der Anregungen und Ideen in den Entwicklungsprozess der Digitalstrategie eingebracht werden konnte.

Als Grundlage dient das [Dialog-Papier](#), das ressortübergreifend erarbeitet wurde. Zudem führen alle Ministerien bis Jahresende Beteiligungs- und Veranstaltungsformate zu ausgewählten Themenfeldern durch. Das Thema „Verbraucher- und Datenschutz in der digitalen Welt“, welches durch das Ministerium für Familie, Frauen, Jugend, Integration und Verbraucherschutz begleitet wird, ist einer von zwölf Schwerpunkten des Digital-Dialogs.

Alle Eingaben und Ergebnisse des Beteiligungsprozesses werden ausgewertet und bei der Erarbeitung der Digitalstrategie, die im Frühjahr 2018 vorliegen soll, berücksichtigt.



Abb.: Stk Mainz

2. Beteiligungsverfahren zum Verbraucher- und Datenschutz in der digitalen Welt

Das Ministerium für Familie, Frauen, Jugend, Integration und Verbraucherschutz hat in der ersten Jahreshälfte 2017 ein Beteiligungsverfahren zum Thema „Verbraucher- und Datenschutz in der digitalen Welt“ durchgeführt. Ziel des Begleitverfahrens war, gemeinsam mit Expertinnen und Experten des Verbraucher- und Datenschutzes, der Wissenschaft, der Bildung und Weiterbildung sowie der Zivilgesellschaft zu Herausforderungen und Handlungsansätzen im digitalen Verbraucherschutz ins Gespräch zu kommen und die Vernetzung, auch von Angeboten in Rheinland-Pfalz, zu fördern. Hierzu fanden zwei Dialog-Sitzungen am 21. März und 06. Juni 2017 in Mainz statt, an denen jeweils rund 20 bis 30 Vertreterinnen und Vertreter von Institutionen, Organisationen und Verbänden mit Bezug zu Rheinland-Pfalz teilnahmen. Parallel bestand die Möglichkeit der schriftlichen Stellungnahme. Eingegangene [Stellungnahmen und Informationen zum Begleitverfahren sind auf der Homepage des Ministeriums](#) abrufbar.

2.1 Erste Dialog-Sitzung am 21. März 2017

2.1.1 Impulse aus der Politik und Wissenschaft

Die erste Dialog-Sitzung diente der Verständigung über Anliegen, Bedarfe und Handlungsansätze zur verbraucher- und datenschutzfreundlichen Gestaltung des digitalen Wandels.

Verbraucherschutzstaatssekretärin Dr. Christiane Rohleder erläuterte in ihrem Grußwort u. a. die Zielsetzung und das Verfahren des rheinland-pfälzischen Digital-Dialogs und ging auf Chancen und Risiken der Digitalisierung für Verbraucherinnen und Verbraucher ein. Als Herausforderungen benannte sie neben der Anpassung des Verbraucherrechts an das digitale Zeitalter, die auch mit Blick auf bestehende Schranken am digitalen Binnenmarkt (Stichwort Geoblocking) erfolgen müsse, insbesondere die Entwicklung zum Internet der Dinge. Neue technische Angebote wie zum Beispiel Smart Home-Lösungen oder Wearables sollten Vorteile im Alltag bringen, keinesfalls aber zu Lasten der informationellen Selbstbestimmung der Bürgerinnen und Bürger gehen, indem ungewollt private und sensible Informationen ge-

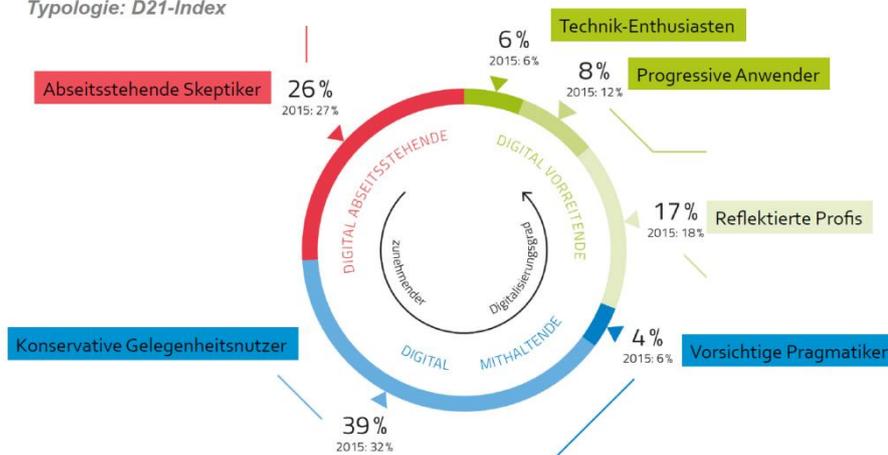
teilt würden. Ein konsequenter vorsorgender Verbraucherdatenschutz sei daher eines der wichtigsten Kernanliegen, auch in Verbindung mit mehr Transparenz und Kontrolle über algorithmenbasierte Geschäftsmodelle. Weiter gelte es Rechtsverantwortlichkeiten bei autonomen Systemen zu klären, um potenziellen Benachteiligungen von Verbraucherinnen und Verbrauchern entgegenzuwirken. Rahmenbedingungen seien so zu gestalten, dass sich auch Verbraucherinnen und Verbraucher ohne besondere Vorkenntnisse sicher und souverän in der digitalen Welt bewegen können. Digitale Teilhabe aller gelte es bedarfsgerecht zu fördern. Essentiell sei auch die Stärkung von Möglichkeiten der Rechtsdurchsetzung.

Professor Dr. Sven Pagel von der Hochschule Mainz erläuterte in einem [Impulsvortrag](#) u. a. das derzeitige differenzierte Verbraucherleitbild, welches drei Verbrauchertypen – vertrauende, verletzte und verantwortungsvolle Verbraucher – unterscheidet. Darüber hinaus informierte er über die unterschiedlichen Mediennutzertypen und Erkenntnisse der Verbraucher- und Verhaltensforschung. Nach dem [D21-Digital-Index \(2016\) der Initiative D21](#) sei davon auszugehen, dass die Bevölkerung Deutschlands im Schnitt nur einen mittleren Digitalisierungsgrad aufweist (43%), sie könne mit dem digitalen Wandel gerade so Schritt halten. Rund ein Viertel der Bevölkerung (26%) müsse sogar zu den digital Abseitsstehenden gezählt werden. Nur knapp ein Drittel (31%) gehöre zu den digital Vorreitenden.

2. VERBRAUCHERLEITBILDER UND TYPOLOGIEN



Typologie: D21-Index



Initiative D21 e.V. und Kantar TNS (2016), S. 28

Prof. Dr. Sven Pagel
Folie 21

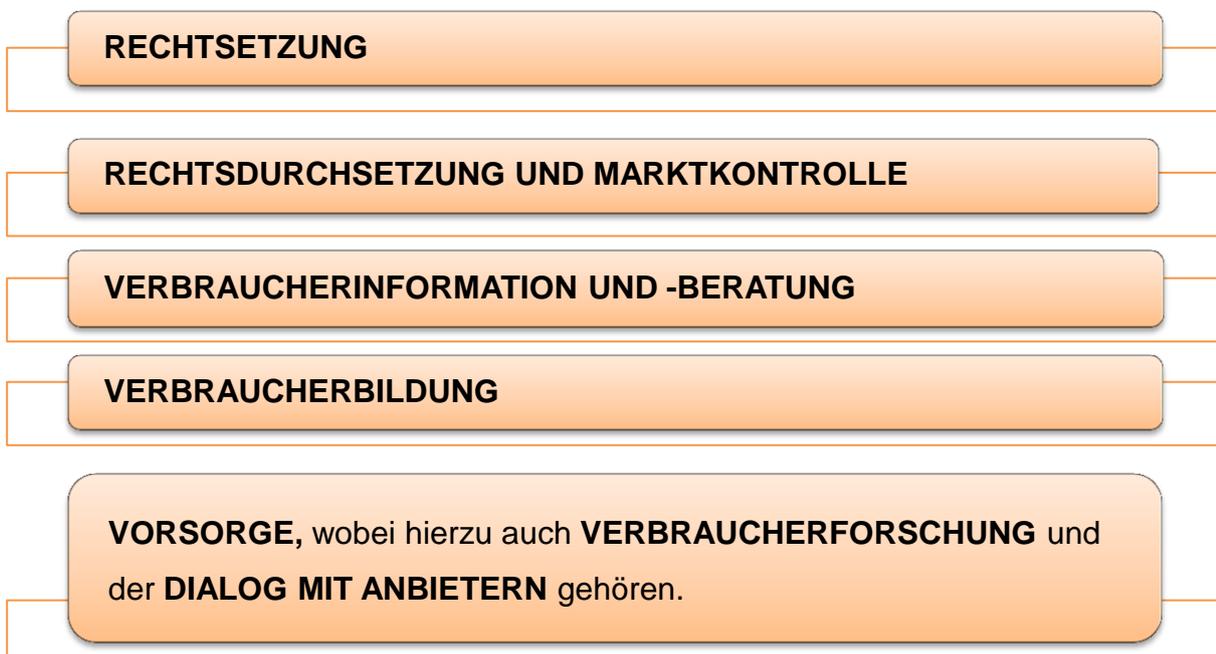
Abb.: Prof. Dr. Pagel, Hochschule Mainz

Zudem zeigten [Erkenntnisse aus der digitalen Verbraucherforschung](#), dass Verbraucherinnen und Verbraucher gerade bei Dingen, die sie selbst anfordern und herbeiführen, teils der Kontrollillusion unterliegen, Datennutzungen und Abläufe steuern zu können, obschon dies tatsächlich nicht der Fall sei. Dies erhöhe die Anfälligkeit für Manipulationen. Weiter ließen sich unterschiedliche Entscheidungsprozesse je nach Nutzungsverhalten identifizieren. Demnach veränderten Nutzerinnen und Nutzer je nach Fähigkeit und Komplexität ihr Verhalten. Auch aus solchen Heuristiken ließen sich Implikationen für die Verbraucherpolitik ableiten.

Insgesamt machte der Vortrag deutlich, dass es vielschichtiger und differenzierter Handlungsansätze bedarf, um Verbraucherinnen und Verbraucher in der digitalen Welt gleichermaßen zu schützen und zu unterstützen. Der Vortrag ebnete damit den Einstieg in eine offene Diskussion über Schwerpunkte und Maßnahmen im digitalen Verbraucher- und Datenschutz.

2.1.2 Diskussion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Ausgangsbasis der Diskussion waren fünf politisch vorgegebene Handlungsfelder, in denen strategisch Maßnahmen zum Schutz und zur Stärkung der Verbraucherinnen und Verbraucher am Markt getroffen werden können:



Im Rahmen einer Diskussion wurden Herausforderungen des digitalen Wandels sowie Anliegen und Anregungen gesammelt, erörtert und den Handlungsfeldern zugeordnet. In einem zweiten Schritt erfolgte mit Blick auf den rheinland-pfälzischen Digital-Dialog eine Priorisierung der Inhalte zum Schwerpunkt Verbraucher- und Datenschutz.

Die erarbeitete „Mind-Map“ dokumentiert das Meinungsbild und dient als wichtiger Anhaltspunkt bei der Erarbeitung der rheinland-pfälzischen Digitalstrategie.

Im Ergebnis wird sichtbar, dass Verbraucherbildung im Kreis der Teilnehmerinnen und Teilnehmer mit

Abstand als das wichtigste zu vertiefende Schwerpunktthema bewertet wurde, gefolgt von der Rechtsetzung.

Es bestand Einigkeit darüber, dass Verbraucherinformations-, -beratungs- und -bildungsangebote u. a. „Spielregeln“ aufzeigen sowie einfach, verständlich und in dem Sinne niederschwellig sein sollten, dass sie integraler Bestandteil der unterschiedlichen Lebenswelten der Menschen sind, in der analogen wie in der digitalen Welt. Auch lebenslanges Lernen und die Befähigung von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren wurden als wichtige Aspekte genannt.

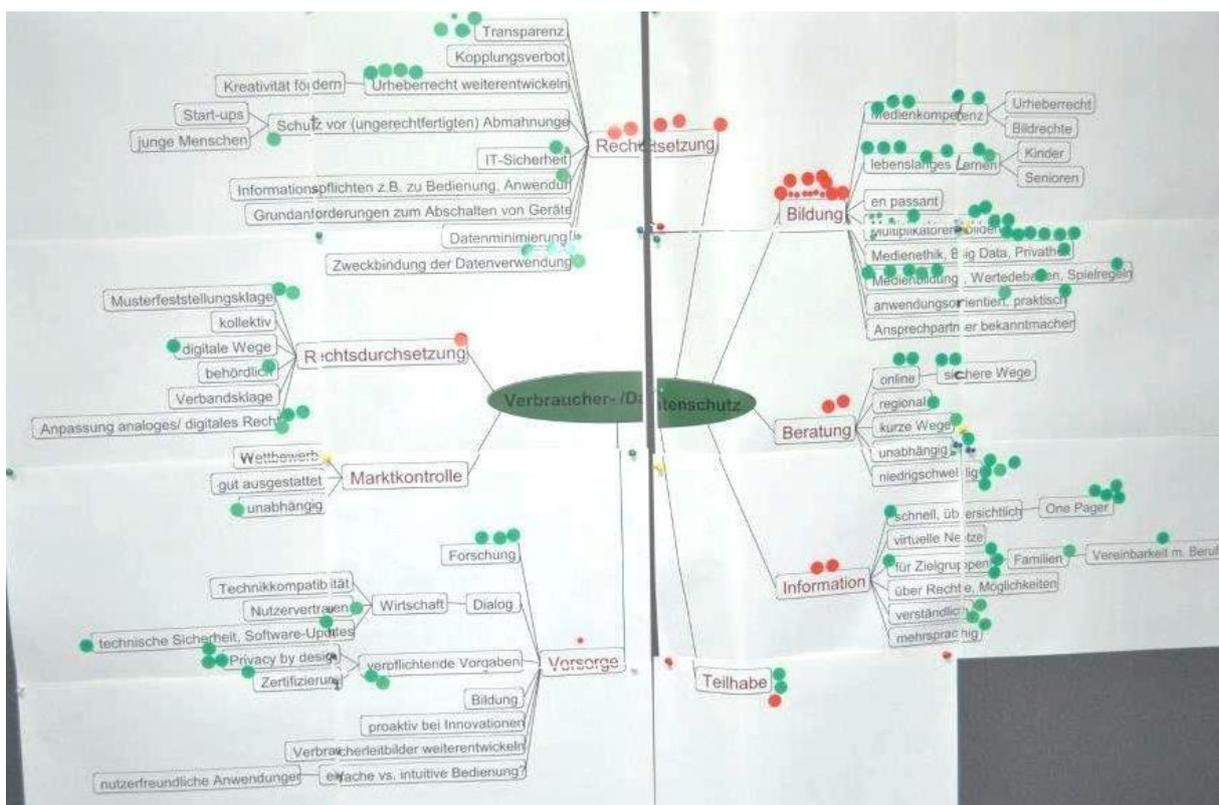


Abb.: Mind-Map mit Ergebnissen vom 21.03.2017

Im Bereich der Rechtsetzung lag ein besonderer Fokus auf der Angebotstransparenz sowie auf Informationspflichten zur Anwendung und Bedienung von Diensten und Geräten. Als zentrale Anliegen wurden zudem die Weiterentwicklung des Urheberrechts, die Schaffung und Gewährleistung von IT-Sicherheit sowie die klare Zweckbindung bei der Datennutzung und -verwendung hervorgehoben.

Hinsichtlich des weiteren Vorgehens wurde beschlossen, in der zweiten Dialog-Sitzung die Handlungsfelder Verbraucherbildung, -information und -beratung näher zu beleuchten, da hier die größten Spielräume auf Landesebene gesehen wurden. Dabei wurden eine systematische Kompetenzvermittlung sowie die bedarfs- und sachgerechte Information und Unterstützung der Verbraucherinnen und Verbraucher als wichtige Bausteine einer Selbstbestimmung und Teilhabe fördernden Verbraucherpolitik 4.0 benannt. Das Thema Rechtsetzung wurde zwar auch für sehr wichtig gehalten, aber zunächst zurückgestellt, da dieses in erster Linie auf Bundes- und EU-Ebene anzugehen ist, auch wenn die Länder über den Bundesrat ebenfalls initiativ werden können.

2.2 Zweite Dialog-Sitzung am 06. Juni 2017

2.2.1 Leitfragen und Gegenstand der Sitzung

Die zweite Dialog-Sitzung stand unter der Leitfrage, wie Verbraucherinnen und Verbraucher in geeigneter Weise unterstützt werden können, um sich souverän in der digitalen Welt zu bewegen und digitale Angebote kompetent zu bewerten und zu nutzen.

Staatssekretärin Dr. Christiane Rohleder sprach in ihrem Grußwort drei zentrale Fragestellungen an, die aus ihrer Sicht wesentlich über den Erfolg von Verbraucherinformations-, -beratungs- und -bildungsangeboten in der digitalen Welt mitbestimmen. Wichtig seien insbesondere die Fragen, über welche Kommunikationskanäle und -methoden, analog wie digital, unterschiedliche Verbrauchergruppen sowie Multiplikatorinnen und Multiplikatoren im Alltag in geeigneter Weise angesprochen werden können, und welche Inhalte und Kompetenzen für welche Zielgruppen im Besonderen relevant sind. Es gelte Rahmenbedingungen auszuloten, wann und wie die oft abstrakten, komplexen rechtlichen und technischen Sachzusammenhän-

ge im digitalen Verbraucherschutz sinnvoll beispielsweise auch über neue Kommunikationswege wie Webinare vermittelt werden können. Sie machte deutlich, dass es einer verstärkten Handlungsorientierung bedarf, damit erworbenes Wissen und erlernte Kompetenzen unmittelbar auch angewandt werden. Dies könne nicht zwangsläufig vorausgesetzt werden, wie zum Beispiel das sog. Privacy-Paradox zeige. Neben der Sensibilisierung für Risiken sei es daher wichtig, die Rahmenbedingungen der digitalen Welt als bestimm- und gestaltbar aufzuzeigen und Wissen so zu vermitteln, dass auch direkt die Umsetzung eingeübt wird.

Diesen und weiteren Aspekten wurde im Verlauf der Sitzung in zwei Workshops zu den Schwerpunkten „Verbraucherinformation und -beratung“ sowie „Verbraucherbildung“ gemeinsam nachgegangen. Beide Workshops fanden in zwei Gruppen jeweils zweimal statt, so dass alle Teilnehmenden beide Themen bearbeiten konnten.

Der Workshop „Verbraucherinformation und -beratung“ wurde von Frau Barbara Steinhöfel und Herrn Christian Gollner von der Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz geleitet. Auf Basis der Leitfragen „Welche Zielgruppe braucht

wann und wie welche Informationen?“, „Wie können digitale Medien zur Verbraucherkommunikation eingesetzt und sicher genutzt werden?“ sowie „Welche Angebote haben und brauchen wir in Rheinland-Pfalz?“ tauschten sich die Expertinnen und Experten zu den Themenkomplexen der unabhängigen Verbraucherinformation und Verbraucherberatung aus.

Der Workshop „Verbraucherbildung“ wurde von Frau Dr. Brigitte Jansen von der Universität Koblenz-Landau geleitet. Der Schwerpunkt lag auf der außerschulischen Bildung und Weiterbildung. Auf Basis der Leitfragen „Welche Zielgruppen brauchen wann und auf welchem Weg eine gezielte Förderung welcher Kompetenzen?“, „Wie und auf welchem Weg können welche Multiplikatorinnen und Multiplikatoren zur Kompetenz- und Wissensvermittlung befähigt werden?“ sowie „Was können drei wichtige Handlungsmaßnahmen entlang der Bildungskette in Rheinland-Pfalz sein?“ tauschten sich die Expertinnen und Experten zu dem Themenkomplex Verbraucherbildung aus.

Folgende Begriffsdefinitionen lagen
den Workshops zugrunde:

VERBRAUCHERINFORMATION

Aktuelle und themenbezogene Vermittlung von allgemeinem Fakten- und Hintergrundwissen und von Verbrauchertipps mit dem Ziel der Verbraucheraufklärung und -befähigung.

VERBRAUCHERBERATUNG

Anlassbezogene, in der Regel kostenpflichtige individuelle Einzelfallberatung mit dem Ziel der Unterstützung anstehender Konsumententscheidungen sowie bei allgemeinen Fragen oder konkreten Problemen mit Anbietern.

Gegebenenfalls Unterstützung bei der Rechtsdurchsetzung.

VERBRAUCHERBILDUNG

Systematische Vermittlung von Alltagskompetenzen und -wissen entlang der Bildungskette mit dem Ziel, dass Verbraucherinnen und Verbraucher sich Wissen auch selbstorganisiert aneignen und dieses anwenden können (hier Schwerpunkt außerschulische Bildung).

Befähigen der Verbraucherinnen und Verbraucher, Angebote und Geschäftsmodelle kritisch zu bewerten, souverän auszuwählen und zu nutzen, eigenständig Problemlösungen zu entwickeln und Verbraucherrechte geltend zu machen.

2.2.2 Verlauf und Ergebnisse der Workshops

2.2.2.1 Workshops zur Verbraucherinformation und -beratung

Eckpunkte der Diskussion

Gemeinsam wurden zunächst Zielgruppen definiert, für die spezielle Angebote vorgehalten werden sollten. Einigkeit bestand dabei darin, dass die Frage des Zeitpunkts und der Ort der Ansprache der jeweiligen Zielgruppe wichtig seien für die jeweils zu wählende Methodik und das Medium oder das Format. Auch individuelle Faktoren gelte es zu berücksichtigen, wie Sprachfähigkeit, Intellekt, Alter, aber auch die jeweilige Situation der Betroffenen oder des Informationsortes zum Zeitpunkt der Ansprache (Wartesituation, Informationsbedürfnis, öffentliche Orte, beim Surfen, gesellschaftliches oder kulturelles Zusammentreffen etc.). Die jeweilige Ansprache sollte daher stets interessant, möglichst mobil nutzbar und dem jeweiligen Zeitbudget angepasst sein und sollte den individuellen Spaßfaktor des Informationsangebots nicht aus dem Auge verlieren.

Als wichtige Rahmenbedingungen wurden dabei u. a. ein kontinuierliches Angebot benannt sowie die Möglichkeit

der Information vor der Kaufentscheidung in einem Raum ohne Entscheidungsdruck. Auch allgemeinere Informationen in Zeiten des Übergangs von Schule und Beruf oder vom Beruf in die Alterszeit wurden als wichtig eingestuft.



Abb.: MFFJIV

Insgesamt wurden alle Verbraucherthemen als digital vermittelbar eingeschätzt. Allerdings gebe es Beratungssituationen, die ein besonderes Setting voraussetzen (nur vor Ort möglich, datenschutzsensible Beratung, Notwendigkeit der Zuschaltungsmöglichkeiten von Expertinnen und Experten oder Sprachmittlung). Als unabdingbare Voraussetzung wurde einheitlich eine fachkompetente Ausführung oder zumindest Begleit(Administration) durch Fachexpertinnen und Fachexperten und/oder Expertinnen und Experten für die Bedarfe der jeweiligen Zielgruppe bezeichnet.

Hinsichtlich der Erreichbarkeit von Zielgruppen wurden folgende Gruppen unterschieden:

- Menschen, die sich Verbraucherbildung selber abholen,
- Menschen, die im Setting erreichbar sind,
- Menschen, die nicht oder nur schwer erreichbar sind,
- Multiplikatorinnen und Multiplikatoren.

Weiter bestand Einverständnis, dass generell eine handlungsorientierte Bildung wichtig sei, damit Wissen auch angewandt wird. Methodisch eigne sich vor allem die kreative Medienbildung zum Beispiel in Form von Kryptosessions, Hackathons, Games, Video- oder Bloggerstellung etc. Wissen und Kompetenzen könnten so spielerisch vermittelt bzw. erworben werden.

Geeignete Bildungswege auch für Multiplikatorenschulungen könnten zum Beispiel digitale Stammtische und Fragestunden (gruppengebundenes Lernen) oder Webinare und Fernlehrgänge (individuelles Lernen) sein.

Als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren entlang der Bildungskette kämen u. a. folgende Gruppen in Betracht (nicht abschließend):



Abb.: MFFJIV

- Digital Natives und Digital Maker; sie sollten stärker in die Multiplikatorenarbeit einbezogen werden,
- hauptamtliche Beratungsstellen, wie z. B. Schuldnerberater, Sozialarbeiter,
- Einrichtungen, Gruppen und Verbände wie z. B. die staatlich anerkannten Landesorganisationen der Weiterbildung und der Verband der Volkshochschulen von Rheinland-Pfalz, Sportverbände oder Jugend- und Seniorengruppen,
- Arbeitsstätten.

Handlungsempfehlungen für Rheinland-Pfalz:

- Das Land sollte Angebote für Multiplikatorinnen und Multiplikatoren machen und vor allem Anreize schaffen, damit Einrichtungen sowie Akteurinnen und Akteure im Land sich mit digitaler Verbraucherbildung befassen und diese zu ihrem Anliegen machen („Türen öffnen“). Träger für niederschwellige Angebote sollten identifiziert werden.
- Bedarfe und Interessen der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren einerseits sowie Angebote und Konzepte andererseits sollten besser landesweit koordiniert und aufeinander abgestimmt werden („Marktplatz“). Wünschenswert wären zum Beispiel eine Online-Plattform, über die sämtliche Medienbildungsangebote der außerschulischen (Weiter-)Bildung abrufbar sind, und/oder eine Konferenz

zur gezielten Auslotung neuer Kooperationen.

- Es bedarf sowohl niedrigschwelliger Informationsangebote und -kampagnen als auch systematischer Bildungsangebote. Die Finanzierung sollte sichergestellt sein.

3. Weiteres Verfahren

Vorerst ist mit Beendigung des Begleitverfahrens die Beteiligung außerhalb der Landesregierung Abgeschlossener abgeschlossen. Die vorliegenden Ergebnisse konnten dank der hohen Sachkompetenz und Bereitschaft zur Mitarbeit aller Beteiligten erzielt werden. Das Ministerium für Familie, Frauen, Jugend, Integration und Verbraucherschutz wird nunmehr die Anregungen und Vorschläge prüfen und in das weitere Verfahren zur Erarbeitung der Digitalstrategie der Landesregierung einbeziehen.



4. Mitwirkende Institutionen

- Arbeitsgemeinschaft evangelischer Haushaltsführungskräfte des Deutschen Evangelischen Frauenbunds e.V.
- Chaos Computer Club
- Der Landesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit Rheinland-Pfalz
- Deutscher Gewerkschaftsbund Rheinland-Pfalz/Saarland
- Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V.
- Evangelische Arbeitsstelle Bildung und Gesellschaft
- Hochschule Mainz, FG Wirtschaftsinformatik und Medienmanagement
- Hochschule Trier, Umwelt-Campus Birkenfeld, FG Informatik
- Institut für Sozialpädagogische Forschung Mainz gGmbH im Rahmen des Projektes Servicestelle Netzwerk Familie stärken
- Johannes Gutenberg-Universität Mainz, FG Öffentliches Recht und Informationsrecht
- Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Initiative Medienintelligenz
- jugendschutz.net
- Katholische Hochschule Mainz, Professur für Medienpädagogik und Kommunikationswissenschaft
- klicksafe.de
- Land Frauen Verband Rheinhessen e.V.
- Landesbeirat für Weiterbildung in Rheinland-Pfalz
- Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz, MedienKompetenzNetzwerk Mainz-Rheinhessen
- LIGA der Freien Wohlfahrtspflege Rheinland-Pfalz
- medien.rlp
- medien+bildung.com
- Universität Koblenz-Landau, FG Ernährungs- und Verbraucherbildung
- Verband der Volkshochschulen von Rheinland-Pfalz e.V.
- Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz e.V.
- Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e.V.



Rheinland-Pfalz

MINISTERIUM FÜR FAMILIE,
FRAUEN, JUGEND, INTEGRATION
UND VERBRAUCHERSCHUTZ

Impressum

**Ministerium für Familie, Frauen, Jugend,
Integration und Verbraucherschutz**

Kaiser-Friedrich-Straße 5a

55116 Mainz

verbraucherschutz@mffjiv.rlp.de

www.mffjiv.rlp.de