

## Ergebnisse der Veranstaltung „Migranten in der digitalen Welt als Geschäftsmodell – Neue Herausforderungen für die Verbraucherarbeit“ 13.11.2015

---

Die Veranstaltung „Migranten in der digitalen Welt als Geschäftsmodell – Neue Herausforderungen für die Verbraucherarbeit“ wurde am 13. November 2015 im Rahmen des Projektes „Migranten und Verbraucherschutz in den digitalen Märkten“ mit 60 Teilnehmern erfolgreich durchgeführt. Mit Vertretern aus der Politik, Verbraucherschützern, dem Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM), dem Hamburger Datenschutzbeauftragten und Multiplikatoren aus den Migrantenorganisationen wurde über die digitale Agenda für Verbraucherschutz in der Einwanderungsgesellschaft diskutiert.

Eva Bell, Vorstand der Verbraucherzentrale Berlin e.V., begrüßte die Referenten und die Teilnehmer der Konferenz und bedankte sich bei den Kooperationspartnern, Verbraucherzentrale Bremen und Verbraucherzentrale Hamburg, für die gute Zusammenarbeit. Sie betonte, dass das Thema Migranten und Verbraucherschutz angesichts der starken Einwanderung von Flüchtlingen in die Bundesrepublik Deutschland enorm an Bedeutung gewonnen habe. Migranten seien in der neuen Heimat mit Verbraucherproblemen wie zum Beispiel Vertragsfallen konfrontiert oder müssten sich mit der Digitalisierung zu Recht finden.

In seiner Eröffnungsrede würdigte Dr. Rainer Metz die geleistete Arbeit der drei Verbraucherzentralen und der Projektmitarbeiter und sprach sich für die Verlängerung des Projektes aus. Er wies darauf hin, dass bereits in den 1990er Jahren ein Projekt für Spätaussiedler durchgeführt wurde mit dem Ziel zu Kaffeefahrten und en damit verbundenen unlauteren Methoden aufzuklären. Angesichts der zunehmenden Digitalisierung der Märkte und der damit verbundenen Probleme sei nunmehr Aufklärung in digitalen Märkten in den Fokus der Verbraucherschützer gerückt. Der mündige Verbraucher als Leitbild in allen Sektoren sei die Idealvorstellung. Aber in den digitalen Märkten verstehe der Verbraucher die Allgemeinen Geschäftsbedingungen und die Datenschutzbestimmungen nicht. Ein Instrument, um das Leitbild zu verwirklichen, sei die klassische Verbandsklage. Dieses Instrument werde demnächst effektiv ergänzt, wenn die Verbraucherschützer die Möglichkeit der Verbandsklage im Datenschutz erhalten. Es gäbe in den digitalen Märkten viele offene Fragen zum Beispiel bei den Nutzungsbedingungen und Datenschutz-Apps.

Anschließend stellten Eva Bell, Vorstand der Verbraucherzentrale Berlin, und die Projektleiterin, Dr. Çiçek Bacik, die Ergebnisse des Projektes „Migranten und Verbraucherschutz in digitalen Märkten“ vor. Eva Bell unterstrich, dass von ca. drei Millionen türkisch- und drei Millionen russischsprachigen Verbrauchern in Deutschland etwa fünf Millionen den Mobilfunk nutzen und dabei mit zahlreichen Problemen konfrontiert seien. Bell berichtete, dass im Rahmen des Projektes zahlreiche Aktivitäten wie Workshops und Marktchecks durchgeführt wurden und eine digitale Onlineplattform „Forum Digitales“ für die Zielgruppe ins Leben gerufen wurde. Ein wesentliches Problem neben Fragen zur Telekommunikation sei das mangelnde Bewusstsein für

Datenschutz bei Migranten, dem sich der zweite Workshop des Projektes widmete. Bacik fasste die Ergebnisse der beiden Marktchecks zu Online-Angeboten der Ethnomobilfunktarife zusammen, in denen die Zugänglichkeit der Preise, AGB, Datenschutzbestimmungen, Mehrsprachigkeit sowie die Widerrufsbelehrungen, Datenvolumen etc. überprüft wurden. Im Rahmen der Marktchecks seien zahlreiche Verstöße gegen verbraucherschützende Vorschriften festgestellt worden. Diese Ergebnisse wurden zum Anlass genommen, die Anbieter zur Einhaltung der rechtlichen Vorgaben aufzufordern. Mobilka und Star Rossija wurden abgemahnt, weil sie im Internet mit Lockangeboten für Gespräche nach Russland von 1 ct/Min geworben und dabei die Verbindungsgebühren von 15ct in Fußnoten oder in Preislisten versteckt hatten. Einige Unternehmen wurden aufgrund der verwirrenden Vertragsbeziehungen abgemahnt, da die Vertragspartner nicht eindeutig identifiziert werden konnten. Bei zwei Unternehmen wurde darüber hinaus beanstandet, dass sie Kosten für Einzelverbindungs nachweise in Papierform erhoben hatten. Nach der Unterzeichnung der Unterlassungserklärung wurde eine Vertragsstrafe verhängt, da bei einer späteren Prüfung weiterhin ein Betrag in Höhe von 9,95 Euro für einen Einzelverbindungs nachweis verlangt wurde. Auch die Marke Ay Yıldız, die seit über zehn Jahren auf dem Markt ist, wurde aufgrund einer verwirrenden Türkei-Roaming Aktion von der Verbraucherzentrale Bremen abgemahnt.

Bei der digitalen Onlineplattform „Forum DIGITALES“ für türkisch- und russischsprachige Verbraucher seien insgesamt 84 Fragen eingegangen. Ein Großteil der Fragen zum „Forum DIGITALES“ wurde auf Deutsch gestellt. Die Fragen konnten auf Wunsch der Verbraucher auch in der Muttersprache beantwortet werden.

Die zentralen Ergebnisse des Projektes und zahlreiche Verbraucherinformationen zu den Themenfeldern Telekommunikation, Internet und Datenschutz wurden ins Russische und Türkische übersetzt. Zur Verbreitung des Projektes berichtete Bacik, dass die Ergebnisse des Projektes regelmäßig an einen umfangreichen Verteiler mit 600 Personen in Berlin, Bremen und Hamburg versandt wurden und sowohl die türkisch- und russischsprachigen als auch deutsche Medien darüber berichtet haben. Darüber hinaus hätten die Projektmitarbeiter das Projekt bei Migrantenorganisationen und sozialen Beratungsstellen in den drei Städten vorgestellt.

Bell verwies auf eine repräsentative Umfrage der Verbraucherzentralen zum Beschwerdemanagement bei Mobilfunkanbietern. Bei der Umfrage wurden im August 2015 insgesamt 2060 Verbraucher mit türkischem und russischem Migrationshintergrund über ihre Beschwerden im Mobilfunk befragt. Der Umfrage zufolge ist ein Großteil der befragten Migranten vor allem mit dem Beschwerdemanagement der Unternehmen sehr unzufrieden. Bell betonte, dass bei mehr als einem Drittel der Befragten die Beschwerde länger als einen Monat dauerte oder gar nicht bearbeitet wurde. Insbesondere die Beschwerden über Rechnungen wurden nur zögerlich oder gar nicht beantwortet. Besonders oft seien hiervon türkischsprachigen Verbraucher betroffen. Insgesamt gaben 57% dieser Gruppe an, dass ihre Beschwerde zur Rechnung überhaupt nicht bearbeitet wurde. Es stellte sich bei der Umfrage außerdem heraus, dass 75% der russisch- und 68% der türkischsprachigen Befragten ihre Beschwerde lediglich telefonisch an ihre Mobilfunkanbieter richteten. Nur ein Drittel der russischen und ein Fünftel der türkischen Befragten beschwerten sich schriftlich per Mail oder Brief. Das hat zur Folge, dass Beschwerden nicht ausreichend schriftlich dokumentiert sind und

daher nur schwer rechtlich verfolgt werden können.

In ihrer künstlerischen Performance gelang es der Comedian Idil Baydar die Schwierigkeiten der Migranten als Verbraucher im alltäglichen Leben und in digitalen Märkten auf eine humoristische Art und Weise darzustellen und auf die Macht der Verbraucherzentralen als wichtige Institutionen aufmerksam zu machen.

In seiner Rede über die digitale Agenda für Verbraucherschutz stellte Dr. Bernhard Rohleder, Hauptgeschäftsführer von BITKOM – Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V., die neuen Technologien von morgen vor. Als ein markantes Beispiel für die Technologie der Zukunft erwähnte er den neuen 3-D-Drucker HP Ink von Hewlett Packard, der am 10. Dezember 2016 auf den Markt kommen werde. Dieser 3-D-Drucker sei mit einer Sproud- Software ausgestattet. Der Verbraucher werde sich mit einem 3-D Drucker ein Pult oder auch Rasierklingen etc. drucken können. Die Software sei in der Lage, anhand eines simplen Fotos vom Smartphone das Produkt zu errechnen. Die Maker Board Pläne seien quasi integriert. Dies bedeute in Zukunft, dass Verbraucher zum Produzenten werden. Ferner könnten mit einem 3-D-Drucker hergestellte Produkte zum Verkauf angeboten werden. Es gäbe bereits 3-D-Drucker, die Fleisch oder auch Käse drucken können (in Karlsruhe). Er betonte, dass daher die Grenze zwischen Verbraucher und Hersteller in der Zukunft verschwinden werde. Die Hauptbotschaft von Rohleder lautete: „Jedes Kind muss lernen, sich im Straßenverkehr sicher zu bewegen. Angesichts der Digitalisierung sollte heute selbstverständlich auch jedes Kind lernen, sich sicher im Netz zu bewegen. Nur so erziehen wir unsere Kinder zu mündigen und verantwortungsvollen Verbrauchern und Internetnutzern.“

Gabriele Gün Tank, Integrationsbeauftragte von Tempelhof-Schöneberg, legte einen Schwerpunkt darauf, dass die Teilhabe von Einwanderern an der Gesellschaft in allen Lebensbereichen eine elementare Aufgabe der deutschen Kultur sei. Auch Verbraucherschützer seien aufgefordert auf die gesellschaftliche Vielfalt einzugehen und die Bedarfe der Einwanderer als eine besondere Konsumentengruppe anzuerkennen. Bei der Entwicklung und Umsetzung solcher Angebote und Projekte müssten Migranten unbedingt mit einbezogen werden. Alle Unternehmen seien aufgefordert, eine interkulturelle Öffnung auch in den Führungspositionen herbeizuführen, damit die Belange von Einwanderern adäquat berücksichtigt werden können. Die Projekte für Migranten seien oft nur von kurzer Dauer. Um eine Nachhaltigkeit zu erreichen, müssten erfolgreiche Projekte verstetigt werden. Bei der Umsetzung von Projekten für Migranten sei eine Zusammenarbeit mit Migranten auf Augenhöhe und die Sichtbarkeit mit Zielgruppen enorm wichtig.

Klaus Müller, Vorstand des Verbraucherzentrale Bundesverbandes (vzbv), erklärte das Selbstverständnis seiner Organisation. Während das Hauptgeschäft der 16 Verbraucherzentralen in den einzelnen Städten die Aufklärung und Beratung von Verbrauchern sei, richte der vzbv seinen Blickwinkel auf die politischen Rahmenbedingungen, die in Brüssel und Berlin entschieden werden. Der aktuelle Schwerpunkt sei die Gestaltung der Willkommenskultur für die zahlreich eingewanderten Flüchtlinge nach Deutschland. Nach Schätzungen des Bundesamtes für Migration und Flüchtlinge werden eine Viertel Million der nach Deutschland eingewanderten Flüchtlinge hier bleiben und werden somit zu Konsumenten. Diese seien automatisch konfrontiert mit suspekten Unternehmen, die bereits viel Geld durch

Flüchtlinge verdienen. Die Aufgabe der Verbraucherschützer sei es auf diese Problematik aufmerksam zu machen. Müller erwähnte als Beispiel Western Union, die beim Zahlungsverkehr nach Jordanien 15%, Nigeria 12 % und Serbien 10% Gebühren erhebe. Wenn die Mehrheitsgesellschaft davon betroffen wäre, würde dies auf heftige Widerstände stoßen. Die Grundvoraussetzung für den Zahlungsverkehr sei ein Bankkonto, das ein Großteil der Flüchtlinge nicht habe. Für die Banken seien Flüchtlinge nicht die präferierte Kundschaft. Die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) habe bereits auf das Problem reagiert und die Voraussetzungen für die Identitätsprüfung gesenkt. Die von der Ausländerbehörde ausgestellten Identitätsdokumente samt Foto sollen ab 2016 von Banken bei einer Kontoeröffnung akzeptiert werden. Durch die EU- Zahlungsrichtlinie werden die Flüchtlinge in die Lage versetzt, diskriminierungsfrei ein Bankkonto innerhalb der Europäischen Union zu eröffnen. Das Internet sei für viele das Tor zur Freiheit. Auch der digitale Markt, zum Beispiel die Nutzung von Smartphones, Apps, GPS Anwendungen und soziale Netzwerke wie Facebook etc., spiele eine entscheidende

Rolle bei der Integration von Einwanderern. Jedoch fehle es in digitalen Märkten an mehrsprachigen Informationen. Weitere Hürden bestünden bei freien WLAN-Strukturen. In den Flüchtlingsheimen sei es bereits zu Urheberrechtsverletzungen gekommen. Die Störer Haftung sei dabei ein Hindernis. Auch bei der Zweckentfremdung der Daten von Flüchtlingen sei Vorsicht geboten. Sowohl bei der Frage des Zahlungsverkehrs, der Lebensmittel (Halal-Ernährung) und der digitalen Welt sollten die Maßstäbe der Willkommenskultur gelten. Das Projekt „Migranten und Verbraucherschutz in digitalen Märkten“ habe dazu bereits eine Vorarbeit geleistet.

In der zweiten Phase der Veranstaltung beteiligten sich Tatjana Forner, Geschäftsführerin von Club Dialog e.V., Gabriele Gün Tank, Dr. Bernhard Rohleder, Klaus Müller und Prof. Dr. Johannes Caspar, Hamburgische Beauftragter für Datenschutz und Informationsfreiheit an der Podiumsdiskussion zum Thema „Migranten in der digitalen Welt als Geschäftsmodell – Neue Herausforderungen für die Verbraucherarbeit.“ Die Teilnehmer der Podiumsdiskussion waren sich einig, dass die Digitalisierung ein enormer Fortschritt für die Gesellschaft sei, aber auch zahlreiche Gefahren mit sich bringe. Mit der zunehmenden Digitalisierung müssen daher ausreichend Mittel für die Aufklärung aller Verbrauchergruppen über die Gefahren in digitalen Märkten bereitgestellt werden. Außerdem müssten wichtige Verbraucherinformationen in die Muttersprache der Einwanderer übertragen werden.

Aufgrund mangelnder finanzieller Mittel könnten die spezifischen Probleme von Migranten in digitalen Märkten bisher nicht ausreichend erfasst werden.

Die Internetwirtschaft als Datensammler und das Safer Harbour Abkommen im Transatlantikverkehr stellen nach Angaben von Caspar die Daten- und Verbraucherschützer aktuell vor große Herausforderungen. Insbesondere die Geschäftsmodelle von globalen Konzernen seien sehr komplex und nicht ausreichend transparent. Am meisten betroffen von diesen Strukturen seien die sozial Schwachen. Ein Schulprojekt des Datenschutzbeauftragten „Meine Daten gehören mir“ in Hamburg sei aufgrund mangelnder Ressourcen eingestellt worden, so Caspar.

Darüber hinaus tauschten sich die Teilnehmer über die Vor- und Nachteile der Digitalisierung

aus der Perspektive der Flüchtlinge aus. Smartphones seien, so Müller, ein unerlässliches Medium zur Orientierung auf der Flucht und zur Kontaktaufnahme mit der Familie in den Heimatländern, aber zahlreiche Flüchtlinge gerieten in der digitalen Welt auch schnell in Vertragsfallen. Müller erwähnte drei Geschäftsmodelle in der digitalen Welt: Die Abzocke sei ein Geschäftsmodell für manche digitale Unternehmen. Wünschenswerte Geschäftsmodelle seien die Bildung und Informationen für Verbraucher in einfacher Sprache (z. B. AGB) und die Schaffung von politischen Rahmenbedingungen für eine Teilhabe der Migranten, z. B. Zugang zu einem Bankkonto. Ein weiterer Gegenstand der Diskussion war die Diskriminierung in der digitalen Welt. Tank bezweifelte, dass die Digitalisierung die gesellschaftliche Diskriminierung beenden werde. Nach Müller können in der digitalen Welt Verbraucher auch über unterschiedliche Preise diskriminiert werden. Er vermutete, dass die Preise in den Online Shops davon abhängig seien, wer mit welchem Gerät einkaufe. Die Aufgabe der digitalen Marktwächter der Verbraucherzentralen sei es unter anderem dieses Phänomen zu beobachten. Daten im Internet hätten auch jenseits der Ökonomie eine politische Relevanz, wenn Menschen ihre politische Gesinnung oder die sexuelle Orientierung im Netz preisgäben. Es bestünde auch die Gefahr des „gechipten“ Menschen, der mehrere Chips im Körper trägt. Aus der medizinischen Perspektive werden laut Rohleder die Chips z. B. für Blinde als ein wesentlicher Fortschritt betrachtet. Caspar wies auf die Gefahr des „gechipten Migranten“ hin. Er stellte die Frage, was passiere, wenn die Daten und Technik in die Hände von Diktatoren geraten. Laut Rohleder befinden sich die Digitalisierung und die damit verbundenen Herausforderungen im Anfangsstadium. Es gehe jetzt darum, wie Menschen in Zukunft emotional und psychologisch damit umgehen.

Die Vertreter von Migrantenorganisationen im Publikum forderten die interkulturelle Öffnung von Verbraucherzentralen, damit der Zugang zu Migranten und Flüchtlingen und der Wirkungskreis erweitert werden könne. Eine aktive Zusammenarbeit der Verbraucherzentralen mit Migrantenorganisationen führe automatisch zu mehr gesellschaftlicher Anerkennung.

In einer abschließenden Zusammenfassung äußerte sich Bell, dass die neuen technischen Möglichkeiten zum einen beeindruckend aber auch beängstigend zugleich seien. Sie kündigte an, die Dokumentation der Tagung an die Teilnehmer zu versenden. Im Falle einer Verlängerung werde sich das Projekt weiterhin mit dem Bereich Telekommunikation und einem neuen Themenfeld, dem Online-Shopping, befassen. Bis Ende Januar werden die im Rahmen des Projektes entstandenen Verbraucherinformationen und Tipps für Flüchtlinge ins Englische und ins Arabische übersetzt. Zudem werde die Verbraucherzentrale auch die im zweiten Marktcheck abgemahnten Unternehmen weiterhin beobachten. Außerdem unterstütze die Verbraucherzentrale Berlin das neue Curriculum für Verbraucherbildung an Berliner Schulen. Ziel sei es, die Lehrer durch die Verbraucherzentralen zu schulen und als außerschulischer Partner den Unterricht alltagsnah erfahrbar zu machen.

Abschließend forderte die Comedian Idil Baydar in ihrer kurzen Intervention die Verbraucherzentralen auf, ihre Öffentlichkeitsarbeit bei Migranten zu optimieren.

Um ihre Reichweite zu erweitern, riet sie den Verbraucherzentralen mit Künstlern zusammenzuarbeiten, z.B. Filme zu produzieren und diese auf YouTube hochzuladen.