



Brüssel, den 14. April 2010

**Stellungnahme der Europäischen Bausparkassenvereinigung
anlässlich der Konsultation der Europäischen Kommission zur Produktkopplungsstudie**

Die Europäische Bausparkassenvereinigung [EuBV] nimmt zu den Fragen der Europäischen Kommission im Rahmen der Konsultation zur Studie über Produktkopplung vom 15. Januar 2010 wie folgt Stellung.

Allgemeine Bewertung

- Frage 1: Stimmen Sie den Ergebnissen und Schlussfolgerungen der Studie, insbesondere im Hinblick auf die Auswirkungen von Produktkopplung und den anderen potentiell unfairen Praktiken zu?
- Frage 2: Haben Sie weitere Vorschläge oder Anmerkungen, insbesondere Materialien, die ihre Aussage stützen? Bitte geben Sie konkrete Beispiele.

Zu Frage 1 und 2:

Studie ist nicht repräsentativ

Die Studie stützt sich auf sehr wenig Datenmaterial und ist alleine schon aus diesem Grund nicht repräsentativ. Die Ergebnisse der Umfrage basieren auf lediglich 66 Antworten aus 23 der 27 Mitgliedstaaten.¹ Auch die Stimmenverteilung zwischen den Ländern ist nicht repräsentativ, da es zum Beispiel vier zypriotische Antworten, aber im Vergleich dazu nur eine deutsche Antwort gab.² Unter den Teilnehmern der Umfrage ist das Verhältnis außerdem nicht ausgeglichen, wie zum Beispiel an der sehr geringen Anzahl der Antworten von Verbraucherseite zu sehen ist.

Unübersichtlichkeit und verzerrte Ergebnisdarstellung

Als Folge des Datenmangels und wegen der verzerrten Darstellung der vorhandenen Daten wird in der Studie ein falscher Gesamteindruck vermittelt. Das geschieht durch mehrfache Wiederholung von Einzelergebnissen, die sich dadurch dem Leser aufdrängen und eine besondere Relevanz suggerieren. Ein Beispiel dafür ist die mehrfache Wiederholung des Ergebnisses der angeblichen besonderen Unfairness und Wettbewerbsschädlichkeit der Kopplung von Hypothekarkrediten und Langzeitkonten, die sechsmal in der Studie genannt wurde.³ Es entsteht der Eindruck, dass es sich um eine besonders gravierende Situation handelt. Bei genauerer Betrachtung geht aus der Studie jedoch hervor⁴, dass es sich bei dieser Praxis um genau einen (!) Fall handelt, der EU-weit

¹ S. 15 f.

² S. 16

³ S. 292, 319, 325, 328, 409 (2x)

⁴ Erläuterung unter Grafik Nr. 20 auf S. 224 und Tabelle 81 auf S. 326

festgestellt worden sein soll. Außerdem verweist die Studie bei ihren Schlussfolgerungen nicht auf die Fundstellen für die Daten, auf die sie sich bezieht, so dass es für den Leser ausgesprochen aufwendig ist, nachzuvollziehen, worauf die gezogenen Schlüsse beruhen. Es wird zum Beispiel als Ergebnis festgestellt, dass 90% der Handelspraktiken bei Hypothekarkrediten als Ausgangsprodukt als unlauter bewertet worden seien.⁵ Auf welche Daten sich diese Angabe stützt, ist allerdings nicht klar. Nach eigener Recherche vermuten wir, dass die angeblichen 90% der unlauteren Praktiken im Zusammenhang mit Hypothekarkrediten aus einer Addition der Ergebnisse der Tabelle Nr. 80 auf Seite 323 stammen. Außer in der Schlussfolgerung werden die 90% aber nirgendwo klar ausgewiesen.

Wir bezweifeln das Ergebnis der Studie, dass 90% aller Praktiken bei denen ein Hypothekarkredit das Ausgangsprodukt ist unlauter sein sollen.

Die genannten 90% können nur dann einen Aussagewert haben, wenn in der Studie 100% des maßgeblichen Marktes untersucht wurden. An dieser Stelle setzt sich jedoch die bereits genannte Kritik, dass die Studie auf zu wenig Datenmaterial beruht, fort. Aus den 66 erhaltenen Antworten kann unmöglich ein Überblick über 100% des relevanten Marktes der EU hergeleitet werden, so dass aufgrund der Daten auch nicht gefolgert werden kann, dass 90% aller Praktiken bei Hypothekarkrediten unlauter sind. Wenn sich die Aussage allerdings nur auf die aus dem unzureichenden Datenmaterial ersichtlichen Praktiken stützt und gar nicht für sich beansprucht, den Markt insgesamt untersucht zu haben, dann fehlt es dem Ergebnis an Aussagekraft.

Bei genauerer Betrachtung der zuvor genannten Tabelle Nr. 80 wird außerdem deutlich, dass die genannten 90% in keiner Weise den Grad der von der Studie selbst zugemessenen Unlauterkeit berücksichtigen. Es werden wiederholt pauschal die 90% der Praktiken genannt, obwohl innerhalb der aufgelisteten Fälle, von denen bei 90% unlautere Praktiken festgestellt worden sein sollen, nach der Schwere der Unlauterkeit unterschieden wird. Es wurden Punkte zwischen -1,8 und 2 vergeben (je höher die Punktzahl, desto unlauterer die Praxis), die die Unlauterkeit bemessen sollen. Diese liegen in Tabelle 80, die die Ergebnisse des „consumer impact tests“ ausweist, zwischen 0.10 und 1.30 und weisen damit eine unterschiedliche Schwere der behaupteten Unlauterkeit aus. Schon deshalb, weil die angegebenen 90% den Grad der Unlauterkeit nicht berücksichtigen, hat diese Zahl keine Aussagekraft, obwohl sie wiederholt als Gesamtergebnis genannt wird.⁶ Abgesehen davon folgt der „consumer impact test“ mit seiner Unlauterkeitsbewertung zwischen -1,8 bis 2 einem sehr groben Schätzungssystem. Diese Ungenauigkeit wird in der Addition aller Fälle von angeblich unfairen Praktiken ohne Berücksichtigung des Grads der Unfairness noch ungenauer und führt zu einem pauschalisierenden Ergebnis. Das Erreichen der beeindruckend hohen Prozentzahl von 90 kann daher nicht überraschen, sondern ist durch die grobe Bewertungsart und die anschließende Pauschalisierung programmiert.

Das Ergebnis von 90% ist allerdings nicht nur aufgrund der Pauschalisierung verfälscht, sondern aufgrund der mangelhaften Methodik völlig unbrauchbar. Das wird bei Betrachtung der verwendeten Kriterien und der dafür herangezogenen Daten deutlich. Der „consumer impact test“ kann durch Lektüre des Hauptpapiers der Studie nur unzureichend nachvollzogen werden. Aus dem Annex ergibt

⁵ auf Seite 328 und 409 der Studie

⁶ S. 328 und 409

sich⁷, dass die Kriterien, die zu einer Beurteilung der Handelspraktik als unfair führen können, Wechselkosten und mangelnde Produkttransparenz sind. Die Wechselkosten werden bestimmt durch die Dauer der vertraglichen Bindung, persönliche Bindung des Verbrauchers an den Anbieter und Komplexität des Produkts. Wechselkosten bezeichnen damit also keinen Geldwert, sondern den tatsächlichen und psychologischen Aufwand für den Verbraucher. Im Annex wird erläutert⁸, dass Hypothekarkredite, Lebensversicherungen, Rentenversicherungsprodukte und Langzeitanlagekonten allein aufgrund der produktimmanenten Vertragsdauer entsprechend negativ bewertet wurden. Die Produktkombination von Hypothekarkrediten und Lebensversicherungen, denen ebenfalls eine lange Vertragsdauer immanent ist, wird als doppelt unfair bewertet. Dass bei derartiger Vorgehensweise ein Ergebnis von 90% unfairer Praktiken bei Hypothekarkrediten festgestellt wird, ist unausweichlich.

Dem kann auch nicht entgegeng gehalten werden, dass die Dauer des Vertragsverhältnisses nur eins der Kriterien innerhalb des ersten Beurteilungsschritts ist und mithin nur einen geringen Anteil am „consumer impact test“ ausmache, denn die gleiche Vorgehensweise findet bei der Beurteilung im Hinblick auf das Kriterium der persönlichen Bindung des Verbrauchers an den Anbieter statt. Ausgegangen wird von einem größeren Hemmnis, den Vertrag zu wechseln, je größer die persönliche Bindung des Verbrauchers an den Anbieter ist, was aufgrund des Informationsungleichgewichts und des entstehenden Vertrauensverhältnisses bei persönlicher Beratung zu Unfairness führen könne.

Aus dem Annex geht hervor⁹, dass Hypothekarkredite, Verbraucherdarlehen, Lebensversicherungen, Rentenversicherungen usw. pauschal in die Kategorie der Produkte eingeordnet wurden, bei denen eine persönliche Beratung durch den Anbieter üblicherweise erforderlich ist, wodurch eine persönliche Bindung des Verbrauchers entstehe. Deswegen erfolgte eine pauschale Punktevergabe für Unlauterkeit. Hypothekarkredite und Lebensversicherungen schnitten wiederum entsprechend negativ ab. Die Kombination von Hypothekarkrediten und Lebensversicherungen fiel erneut doppelt negativ ins Gewicht.

Für das Ergebnis bedeutet das, dass Hypothekarkredite und Lebensversicherungen allein aufgrund ihrer Produkteigenschaften besonders schlecht abschneiden. Derartige pauschale und unsubstantiierte Bewertungen entbehren jeder sachlichen Grundlage und verdeutlichen die elementaren Schwächen dieser Studie.

Auch Produkttransparenz und Vergleichbarkeit wurde im „customer impact test“ beurteilt. Dabei wurde von der Annahme ausgegangen, dass eine geringe Preistransparenz und Vergleichbarkeit, Kunden von einem Vertragswechsel abhielten. Um den Transparenzmangel zu bewerten, hat man sich einer Umfrage der GD Sanco¹⁰ bedient. In dieser Umfrage wurden Kunden dazu befragt, wie schwierig sie es einschätzten, Angebote verschiedener Anbieter zu vergleichen.¹¹ Das Ergebnis dieser Umfrage basiert also allein auf der subjektiven Meinung und dem Gefühl der befragten Verbraucher und spiegelt keine Tatsachen wieder, da nicht ermittelt wurde, inwiefern diese Angaben mit den Fakten übereinstimmen. Darüber hinaus lenkt die Fragestellung der Umfrage den Verbraucher schon

⁷ S.108 ff. des Annex

⁸ S. 111, Fußnote 576

⁹ S. 113 Fußnote 581

¹⁰ S. 118 des Annex in Fußnote 600 weist "Flash Eurobarometer No 243, Januar 2009" als Datenquelle aus

¹¹ Die Frage lautete im englischen Original: „In general, how easy do you think it is to compare offers from different service providers?“, siehe Flash Eurobarometer No 243, Januar 2009, S. 8.

in eine bestimmte vorgegebene Richtung, so dass eine Bewertung der Produkttransparenz und Vergleichbarkeit aufgrund dieser Studie nicht zu brauchbaren Ergebnissen führen kann.

Der „consumer impact test“ konnte demnach aufgrund seiner Ausgestaltung und seinem pauschalen Ansatz zu keinem positiven Ergebnis für Hypothekarkredite führen. Dieses Ergebnis gilt nicht nur für Hypothekarkredite, sondern auch für die anderen in der Studie untersuchten Ausgangsprodukte. Die Testergebnisse sind völlig unbrauchbar, da dort der gleiche Test durchgeführt wurde.

Unabhängig von den einzelnen Mängeln des Tests ist insbesondere der Wortlaut der aus dem Testergebnis gezogenen Schlussfolgerung auffällig, weil völlig unklar ist, wie diese Schlussfolgerung gezogen werden konnte. Der Wortlaut besagt, dass die Praktiken für unlauter befunden wurden.¹² Diese Schlussfolgerung ist unhaltbar, da der Test höchstens auf Fälle hindeuten kann, in denen der Kunde potentiell unlauteren Praktiken ausgesetzt sein könnte. Es wurde lediglich festgestellt, dass eine lange Vertragsbindung, ein enges Verhältnis zum Anbieter etc. zu einer erhöhten Gefahr möglicher unfairer Praktiken führen könnten. Dass tatsächlich das Informationsungleichgewicht zwischen Verbraucher und Anbieter ausgenutzt wurde oder die enge Kundenbindung bei dem Vertrag zum Tragen kam, wurde nicht getestet, so dass der Schluss, dass unlautere Praktiken festgestellt wurden, sachlich falsch ist. Es wurden höchstens Praktiken festgestellt, bei denen die Umstände eine Unlauterkeit gegenüber dem Verbraucher möglich machen. Abgesehen von den Zweifeln, ob dem Test überhaupt irgendein aussagekräftiger Schluss abgewonnen werden kann, ist klar, dass die gezogene Schlussfolgerung, dass 90 % aller im Zusammenhang mit Hypothekarkrediten gefundenen Praktiken tatsächlich unlauter sind, nicht aufgrund dieses Tests gezogen werden kann. Das belegt im Übrigen, in Bezug auf Frage 4, auch unsere Erfahrung im Bereich des Hypothekarkreditmarkts, der sich durch eine hohe Kundenzufriedenheit auszeichnet.

Die EuBV bezweifelt das Schätzungsergebnis, dass 572 Millionen Verträge in der EU gewechselt würden, wenn es die genannten Handelspraktiken nicht gäbe

In der Studie wird von 572 Millionen Verträgen ausgegangen, bei denen die Kunden einen Anbieter- bzw. Produktwechsel vornehmen würden, sofern es die identifizierten angeblich unfairen Handelspraktiken nicht gebe.¹³ Davon würde angeblich bei 33 Millionen Verträgen ein Wechsel zu ausländischen Anbietern stattfinden. Diese Darstellungsweise (betroffene Verträge, statt betroffener Verbraucher) führt natürlich zu einer beeindruckend großen Gesamtzahl. Die Bezeichnung von betroffenen Verträgen, anstelle betroffener Verbraucher mag in Anbetracht des Zwecks der Studie zwar sinnvoll sein, aber tatsächlich wird in der Studie keine Bezugsgröße genannt, um die Zahl von 572 Millionen größenmäßig einordnen zu können. Der Leser der Studie wird dadurch mit einer beeindruckend großen Zahl konfrontiert, die tatsächlich sogar die Einwohnerzahl (Minderjährige eingeschlossen) der EU erheblich übersteigt¹⁴, ohne bewerten zu können, in welchem prozentualen Verhältnis die betroffenen Verträge zur Gesamtzahl aller Verträge der betroffenen Produktgruppen stehen. Diese großen Zahlen ohne Bezugsgröße könnten leicht zu der Schlussfolgerung verleiten, dass ein Einschreiten der Kommission erforderlich sei. Die behauptete Anzahl von 572 bzw. 33 Millionen Verträgen beruht jedoch auf einer sehr groben Schätzung. Außerdem wurde die Zahl unter

¹² „were found to be unfair“ S. 328, 409

¹³ S. 415

¹⁴ 495,3 Millionen Einwohner in der EU in 2007, Quelle:

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&language=de&pcode=tps00001&tableSelection=1&footnotes=yes&labeling=labels&plugin=1>

anderem anhand der Ergebnisse des „customer impact tests“ ermittelt¹⁵, der -wie oben beschrieben- kein brauchbares Ergebnis liefert und nicht nachvollziehbare Schlussfolgerungen zieht, so dass sich dieser Fehler in dem Verfahren, in dem die Zahl von 572 Millionen ermittelt wurde, fortsetzt. Bei der Schätzung des betroffenen Marktanteils, der auf den nicht repräsentativen Daten der Umfrage beruht, wurde außerdem stets vom höchstmöglichen Marktanteil ausgegangen, so dass die Zahlen aufgebläht wurden und äußerst ungenau sind.¹⁶ Teilweise lagen nur Angaben des von den Handelspraktiken betroffenen Marktanteils eines Anbieters eines Mitgliedsstaates vor, so dass der Anteil des Gesamtmarktes durch Extrapolation hochgerechnet wurde, was vielmehr zu einem erratenen Ergebnis als zu einer fundierten Aussage führt. Der größte Mangel bei der Schätzung des Anteils der Kunden, die tatsächlich wechseln würden, wenn es die angeblich identifizierten Handelspraktiken nicht gäbe, liegt allerdings darin, dass diese Zahl gleichgesetzt wurde mit allen von der Handelspraktik betroffene Kunden.¹⁷ Es wurde also für jeden Kunden, der von Produktkopplung oder -bündelung betroffen sein soll, davon ausgegangen, dass er im Falle des Nichtvorhandenseins dieser Praktik seinen Vertrag bzw. seine Verträge wechseln würde. Das wird in Wirklichkeit nicht der Fall sein, weil man selbst beim Vorliegen eines unter Einfluss einer solchen Praktik zustande gekommenen Vertrages nicht davon ausgehen kann, dass es sich automatisch um ein für den Kunden nachteiliges Geschäft handelt. Aber selbst wenn es tatsächlich eine günstigere Option für den Verbraucher auf dem Markt geben sollte, kann nicht wie in der Studie davon ausgegangen werden, dass der Kunde dann auch tatsächlich einen Wechsel vornehmen würde. (Die Studie selbst nimmt Bezug auf eine dänische Umfrage, die ergab, dass 90% aller Bankkunden ihre Bank selbst dann nicht wechseln würden, wenn damit keine Schwierigkeiten oder Kosten verbunden wären.¹⁸)

Das Ergebnis der Studie, dass 572 Millionen Verträge geändert würden, sofern es die Handelspraktiken nicht gebe, entbehrt jeder vernünftigen Grundlage. Hinsichtlich der 33 Millionen Verträge, bei denen ein Wechsel zu einem ausländischen Anbieter unterstellt wird, ist darauf hinzuweisen, dass diese Zahl schon deshalb unrealistisch ist, weil aufgrund der nach wie vor bestehenden gravierenden Unterschiede in den Zivilrechtsordnungen der Mitgliedsstaaten Finanzdienstleistungen nur ausnahmsweise grenzüberschreitend angeboten werden.

Zum rechtlichen Rahmen

In der Studie wird erläutert, dass sich die rechtliche Situation in den einzelnen Staaten sehr fragmentiert darstellt, was Regelungen zu unfairen Handelspraktiken betrifft.¹⁹ Auch zum Gemeinschaftsrecht in diesem Bereich wird angemerkt, dass die Richtlinie zu unlauteren Handelspraktiken zwar schon einige der untersuchten Praktiken regelt²⁰, aber dass vieles von der Umsetzung der Richtlinie in den Mitgliedsstaaten abhinge, und dass noch viele Unklarheiten in diesem Bereich bestünden, so dass die Gefahr unterschiedlicher Interpretation drohe.²¹ Dazu ist anzumerken, dass die Studie selbst darauf hinweist, dass die Richtlinie zu unlauteren Handelspraktiken neues Recht darstellt, und dass das Gemeinschaftsrecht diesen Bereich schon

¹⁵ Siehe S. 371

¹⁶ Bei einem Marktanteil zwischen 20 und 40 % wurde von 40% ausgegangen. S. 378

¹⁷ S. 379

¹⁸ S. 375

¹⁹ S. 411

²⁰ S. 412

²¹ S. 414

weitgehend regelt.²² Die Gefahr unterschiedlicher Auslegung des Gemeinschaftsrechts besteht immer und liegt in der Natur des Gemeinschaftsrechts. In diesen Fragen ist der EuGH gefragt, der die einheitliche Auslegung gewährleistet. Selbst wenn Detailfragen in diesem Bereich noch vom EuGH geklärt werden könnten, kann damit kein weiterer Handlungsbedarf der Kommission begründet werden. Es sollte die EuGH-Rechtsprechung und die nationale Auslegung abgewartet werden. Es ist nicht sinnvoll, eine detailliertere Regelung anzustreben, da Gesetze (insbes. Richtlinien) immer einen gewissen Auslegungsspielraum benötigen, da bei zu enger Formulierung und Konkretisierung die Gefahr der Umgehung besteht. Dieses Ergebnis bestätigt die Studie im Prinzip, da kaum ein Unterschied bei den Handelspraktiken zwischen den in diesem Bereich stark und wenig regulierten Mitgliedstaaten festgestellt wurde²³, und dass in den Ländern, in denen es Regelungen gibt, diese umgangen werden.

Zusammenfassung

Der Studie liegen zu wenige Daten zugrunde, so dass schon deshalb kein repräsentatives Ergebnis vorliegen kann. Aufgrund des Datenmangels war eine Darstellung von 100% des Marktes nicht einmal annähernd möglich, so dass schon deshalb eine Schlussfolgerung wie die, dass 90% aller Praktiken bei Hypothekarkrediten als Ausgangsprodukt unlauter seien, nicht gezogen werden kann. Die Studie stellt außerdem gefundene potentiell unlautere Handelspraktiken in ihrem Ergebnis als tatsächlich unlauter dar. Insbesondere bei Hypothekarkrediten wurden angeblich unfaire Handelspraktiken am Markt diagnostiziert. Dieses Testergebnis war aber, wie oben beschrieben, durch die Ungenauigkeit und Fehlerhaftigkeit der Methodik des „consumer impact test“ programmiert. Die gezogene Schlussfolgerung, die von tatsächlich unlauteren Praktiken ausgeht, obwohl nur Situationen mit potentieller Unlauterkeit untersucht wurden ist nicht nachvollziehbar. Bei der Schätzung der potentiell²⁴ betroffenen Verträge (572 Mio.) wird in der Schlussfolgerung plötzlich behauptet, dass diese Verträge auch tatsächlich geändert würden.²⁵ Es handelt sich dabei um zwei Kernaussagen der Studie, die völlig unhaltbar sind.

Die EuBV hält ein Tätigwerden der Kommission im Bereich Produktkopplung weder im Allgemeinen, und erst recht nicht aufgrund der zweifelhaften Ergebnisse der Studie für erforderlich. Es steht im Gegenteil zu befürchten, dass durch einen solchen Eingriff die Produktgestaltungsfreiheit beschnitten, und der Verbraucher damit im Endeffekt geschädigt würde. Eine Regulierung würde erhebliche Kosten nach sich ziehen, ohne dass ein Nutzen für den Verbraucher feststeht. Es gibt bereits einen ausreichenden rechtlichen Rahmen für unlautere Handelspraktiken auf EU-Ebene. Unserer Ansicht nach wurde außerdem nicht genügend berücksichtigt, welche Vorteile, insbesondere in Form von Preisreduzierungen, den Verbrauchern durch Produktkopplungen erwachsen. In dieser Hinsicht wären Daten zur jährlichen Kosteneinsparung durch Produktkopplungen interessant gewesen, um den positiven Nutzen für den Verbraucher greifbarer zu machen. Eines der wenigen positiven Ergebnisse der Studie, das die Entbehrlichkeit von Maßnahmen unterstreicht, ist das Resultat des Wettbewerbstests bei Hypothekarkrediten²⁶, da dort kaum Wettbewerbsbeeinträchtigungen festgestellt werden konnten.

²² S. 414

²³ S. 413

²⁴ S. 379

²⁵ S. 403 und 415

²⁶ S. 292

Auswirkungen von Produktkopplung und anderen potentiell unfairen Handelspraktiken

- Frage 3: Wie kann sichergestellt werden, dass Marktteilnehmer keine Nachteile durch diese Praktiken erleiden? Wie kann Verbrauchern geholfen werden, durch solche Praktiken nicht zu stark festgelegt und gebunden zu sein?
- Frage 4: Sind Ihnen Beschwerden von Marktteilnehmern, insbesondere Verbrauchern, in dieser Hinsicht bekannt? Wenn ja, bitte ausführen.

Zu Frage 3 und 4:

Es geht bereits aus der Antwort zu Frage 1 und 2 hervor, dass die EuBV in diesem Bereich keinen Handlungsbedarf sieht. Wir sprechen uns daher gegen Maßnahmen aus, die die Produktgestaltungsfreiheit einschränken würden und verweisen im Übrigen auf die zuvor gegebene Antwort.

Hinsichtlich Beschwerden von Marktteilnehmern ist festzustellen, dass deren Anzahl in unserem Geschäftsbereich äußerst gering ist. So betraf keine der insgesamt 556 im Jahr 2009 bei der Kundenbeschwerdestelle des Verbandes der Privaten Bausparkassen eingereichten Beschwerden eine durch einen Kunden gerügte Produktkoppelung. Gemäß einer Studie von BBDO Consulting²⁷ zum Thema Welches Vertrauen genießen Finanzdienstleister „ein Jahr nach Lehmann“? ist das Verbrauchervertrauen gegenüber Bausparkassen trotz der Krisensituation sogar gestiegen. Kundenbefragungen, die für unsere deutschen Mitglieder durch die Institute GfK und psychonomics AG durchgeführt wurden zeigen, dass etwa 95% der Kunden zufrieden, sehr zufrieden oder vollkommen zufrieden sind und weniger als 5% der Kunden weniger zufrieden oder unzufrieden mit dem jeweiligen Unternehmen sind.

Mögliche Folgemaßnahmen

- Frage 5: Sind Sie der Meinung, dass die Kommission aufgrund der Ergebnisse der Studie im Bereich der Produktkopplung tätig werden muss? Wenn ja, welche Art von Maßnahme sollte die Kommission ergreifen?
- Frage 6: Wenn Sie der Ansicht sind, dass eine Legislativmaßnahme auf EU-Ebene erforderlich ist, meinen Sie, dass eine sektorspezifische Regelung angestrebt werden sollte, oder eine horizontale Regelung, z.B. im Rahmen einer Überarbeitung der Richtlinie zu unlauteren Handelspraktiken?
- Frage 7: Welche Lösung schlagen Sie hinsichtlich der Schlussfolgerung der Studie, dass in den Staaten in denen Produktkopplung verboten ist, diese durch Produktbündelung (die die gleichen negativen Auswirkungen hat) umgangen wird, vor?

Zu Frage 5, 6 und 7:

Auch hier verweisen wir wiederum auf die eingangs gegebene Stellungnahme zu Frage 1 und 2, um Wiederholungen zu vermeiden.

²⁷Seite 8 der Studie: http://www.bbdo-consulting.com/cms/de/news/pressemappe/Praesentationen/100201_FDL-Studie_09_10.pdf