

Preisvergleichsplattformen, Cashbacks und automatische Vertragsverlängerungen

Faire Verbraucherverträge und Regulierungsfragen aus Sicht des Verbraucherschutzes

Detaillierte Preisübersicht			
Tarif	einmalig	monatlich	
comfort Allnet		24,99 €	
Aktions-Rabatt		- 15,00 €	
Triple-SIM	0,00 €		
Rabatte & Kosten			
Exklusiv: Cashback	- 40,00 €		
Erstattung Anschlussgebühr	- 39,99 €		
Anschlussgebühr	39,99 €		
Keine Versandkosten			
Optionen			
Bonus für Rufnummernmitnahme	- 50,00 €		
Gesamt	- 90,00 €	9,99 €	
Preis ab dem 25. Monat			
		24,99 €	
Durchschnitt pro Monat – unsere Vergleichshilfe			
Um Tarife besser vergleichen zu können, berücksichtigen wir unabhängig von der Vertragslaufzeit alle in den ersten 24 Monaten fest anfallenden Kosten und Vergünstigungen und berechnen daraus den durchschnittlichen Monatspreis.			
- 90,00 € / 24 einmalig / 24 Mon. + 9,99 € monatlich = 6,24 € Durchschnitt pro Monat			
Alle Preise sind Bruttopreise inkl. Mehrwertsteuer			

Abbildung 1: Beispielvertrag aus dem Mobilfunkbereich

Verbraucherverträge werden im Regelfall so gestaltet, dass ein Teil der Verbraucherinnen und Verbraucher nach verpasster Kündigung von effektiven Preissteigerungen betroffen ist. Regelmäßige Wechselkunden profitieren indes von hohen Anfangsrabatten. Wir argumentieren, dass die Umverteilung zwischen Verbrauchergruppen durch die zunehmende Relevanz von Onlineplattformen verstärkt werden kann. Eine Regulierung des Marktes im Sinne eines verbesserten Schutzes *träger* Verbrauchergruppen sollte dies berücksichtigen.

Abbildung 1 zeigt einen repräsentativen Mobilfunkvertrag der Plattform Check24 aus dem Jahr 2019. Anfängliche monatliche Nachlässe des Vertragsanbieters reduzieren die Grundgebühr innerhalb der Mindestvertragslaufzeit von 24 Monaten. Die volle Grundgebühr zahlen die Verbraucherinnen und Verbraucher erst ab dem 25. Vertragsmonat, sofern der Laufzeitvertrag nicht fristgerecht gekündigt wurde. Durch den Wegfall der temporären Nachlässe kommt es faktisch zu einem Preisanstieg, auch wenn es sich im engeren Sinne nicht um eine Gebührenanpassung handelt: Fortan zahlen die Verbraucherinnen und Verbraucher zahlen jene Grundgebühr, die bereits beim Vertragsabschluss Gegenstand des Vertrags war.

Einmalige Auszahlungen als Lockmittel zu Vertragsbeginn sowie monatliche Nachlässe und Gutschriften von Seiten des Vertragsanbieters und der Vermittlungsplattform während der Mindestlaufzeit reduzieren – umgelegt auf 24 Monate – die Grundgebühr innerhalb der Mindestvertragslaufzeit, wodurch sich ein monatlicher Durchschnittspreis oder ein sog. Effektivpreis von 6,24 € ergibt. Die volle vertraglich vereinbarte Grundgebühr von 24,99 € zahlen die Verbraucherinnen und Verbraucher erst ab dem 25. Vertragsmonat, sofern der Laufzeitvertrag nicht aktiv gekündigt wurde. Das entspricht in diesem Fall einem sprunghaften Preisanstieg um 300 Prozent (Abbildung 2).

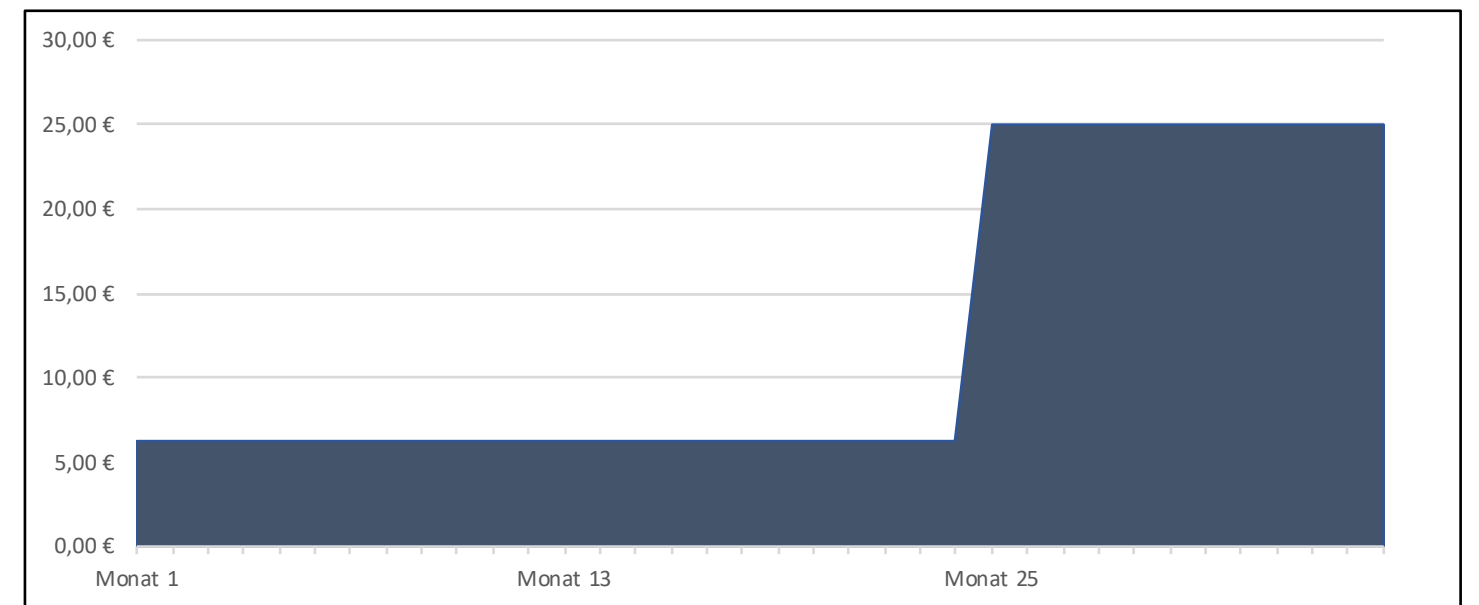


Abbildung 2: Entwicklung der monatlichen Vertragsgebühren im Beispielvertrag

Verbraucherseitig: Erklärungsansätze für ausbleibende Kündigungen

Transaktionskosten und Lock in Effekte

Ausgehend vom Homo Oeconomicus deuten ausbleibende Kündigungen trotz Aussicht auf günstigere Bedingungen nach Vertragswechseln auf hohe Transaktionskosten des Vertragswechsels oder auf Lock-In-Effekte hin. Dadurch erscheint der Vertragswechsel nicht lohnend.

Begrenzte kognitive Ressourcen

Verbraucherinnen und Verbraucher sind nicht immer in der Lage, alle relevanten Vertragsdetails zu überblicken und zu verstehen. Hierunter fallen auch komplexe Konditionen für Preisänderungen und Bonuszahlungen sowie Kündigungsmodalitäten.

Zeitinkonsistente Präferenzen und Prokrastination

Viele Verbraucherinnen und Verbraucher sind ungeduldig hinsichtlich nutzenstiftender Ereignisse, während sie Tätigkeiten, die mit Kosten verbunden sind tendenziell aufschieben. So könnte auch die Kündigung von bestehenden Verträgen so lange prokrastiniert werden bis die Kündigungsfrist abgelaufen ist.

Beschränkte Aufmerksamkeit

Individuen sind unterschiedlich aufmerksam. Aufmerksame Verbraucherinnen und Verbraucher kündigen ihre Verträge tendenziell rechtzeitig auf, während unaufmerksame Verbraucherinnen und Verbraucher dazu neigen, die fristgerechte Kündigung schlichtweg zu vergessen

Anbieterseitig: Möglichkeiten der Vertragsgestaltung

Bonus- und Kündigungsmodalitäten

Um die Transaktionskosten der Kündigung zu erhöhen können Anbieter, ohne das Verbraucherschutzrecht zu übertreten, verschiedene Maßnahmen ergreifen. Hierzu zählt die sogenannte „Kündigungsvormerkung“ sowie hohe Gebühren der Rufnummernmitnahme. Auch kann die für die Kündigung benötigte E-Mailadresse auf der Internetseite des Anbieters schwer auffindbar sein. Außerdem können Anbieter monatliche Rabatte auf die Grundgebühr an eine noch nicht erfolgt Kündigung koppeln, wodurch diese möglichst weit nach hinten verschoben und dadurch unter Umständen nicht fristgerecht vorgenommen wird.

Automatische Vertragsverlängerungen und Backloaded Pricing

Automatische Vertragsverlängerung und Backloaded Pricing – eine Preisstrategie, bei der ein großer Teil der Entlohnung erst im Verlauf des Vertragsverhältnisses anfällt – werden von Anbietern genutzt, um verbraucherseitige Trägheit zu exploitierten und im Wettbewerb um die Kunden konkurrenzfähig zu bleiben. Dies ist nur dann lukrativ, wenn hinreichend viele Verbraucherinnen und Verbraucher ihre Kündigungswahrscheinlichkeit systematisch unterschätzen. Allerdings können auch regelmäßige Wechselkunden von anfänglichen Rabatten profitieren und folglich für sich genommen ein Verlustgeschäft für den Anbieter darstellen.

Das Anbieterkalkül

Damit sehen sich Vertragsanbieter bei der optimalen Vertragsgestaltung einem Trade-off gegenüber: Während hohe Anfangsrabatte an alle Verbrauchertypen ausgeschüttet werden müssen, können Überschüsse zur Gegenfinanzierung dieser Rabatte der Tendenz nach nur mit den trägen Verbrauchertypen erzielt werden, die auch nach der Mindestvertragslaufzeit im Vertrag verbleiben. Intensiver Anbieterwettbewerb zwingt Anbieter theoretisch zu maximalem Backloaded Pricing.

Möglicher Einfluss von Vergleichsplattformen

Geringere Transaktionskosten und Kündigungswecker können Kündigungswahrscheinlichkeiten erhöhen

Ein zentraler Vorteil der Vergleichsplattformen ist die Senkung von Transaktionskosten bei Vertragskündigungen, Vertragsabschlüssen und Anbieterwechseln, bspw. über anpassbare Suchmasken sowie diversen Servicedienstleistungen Mit sinkendem Aufwand für Kündigung und Neuabschluss sinkt der Tendenz nach auch der Anreiz zur Prokrastination. Des Weiteren bieten Vergleichsplattformen Kündigungswecker an, die sie – auch aus Eigeninteresse – als kostenlose Serviceleistung anbieten.

Anfängliche Rabatte über Cashbacks können träge Verbraucherinnen und Verbraucher noch schlechter stellen

Cashbacks müssen nur ausgeschüttet werden, falls der Verbraucher nach Vertragsabschluss innerhalb einer gewissen Frist noch einmal selbst aktiv wird und die erste Monatsrechnung einreicht. Dies führt dazu, dass weniger als ein Drittel der Verbraucherinnen und Verbraucher diesen Vorteil tatsächlich einlöst. Dadurch können Cashbacks bei gleichem finanziellen Aufwand zum Teil sehr hoch ausfallen und den Effektivpreis enorm senken. Grundsätzlich träge Verbrauchergruppen werden auf diese Weise möglicherweise zusätzlich schlechter gestellt.

Voreingestelltes Rankingkriterium führt zu intensivem Wettbewerb um einen günstigen Effektivpreis

Auf den marktführenden Vergleichsplattformen stehen die Anbieter im Wettbewerb um einen möglichst günstigen Effektivpreis. Hier haben sie zwei Möglichkeiten: Einerseits können sie die eigenen Anfangsrabatte erhöhen, die sie durch effektive Preissteigerung nach automatischer Vertragsverlängerung gegenfinanzieren müssen. Andererseits könne sie durch hohe Vertriebsprovisionen an die Plattformen auf möglichst hohe Cashbacks – plattformseitig gewährte Rabatte – hinwirken.



Abbildung 3: Schematische Darstellung einer Plattformökonomie als zweiseitiger Markt

Intensiver Anbieterwettbewerb: Mehr Backloaded Pricing, sinkende Anbietergewinne und starke Umverteilung zwischen einzelnen Verbrauchergruppen

Im Vergleich zum Monopolfall führt der intensive Anbieterwettbewerb zu sinkenden Anbietergewinnen. Die hinzugewonnene Konsumentenrente kommt allerdings im Fall von Verbraucherverträgen nicht allen Verbraucherinnen und Verbrauchern gleichermaßen zugute. Der Wettbewerb um einen niedrigen Effektivpreis führt zu einer Umverteilung zulasten der trägen Verbraucher.

Daten über Vergesslichkeit und Trägheit lassen sich zum Nachteil aller Verbrauchergruppen nutzen

Je mehr unterschiedliche Verträge auf einer Plattform abgeschlossen werden, desto mehr individuelle Daten kann die Plattform sammeln und sich damit ein Gesamtbild über die individuelle verbraucherseitige Trägheit machen. Diese Informationen kann sie nutzen, um beispielsweise Wechselkunden Verträge mit besonders hohen anbieterseitigen Anfangsrabatten im Ranking vorzuenthalten und dies den Vertragsanbietern als Service zur Preisdifferenzierung anzubieten. Außerdem kann sie ohne selektive Filterung der angezeigten Vertragsauswahl durch unterschiedlich hohe Cashbacks den Effektivpreis beliebig beeinflussen.

Schlussfolgerungen für den Verbraucherschutz

Wenn der Schutz von Verbraucherinnen und Verbrauchern vor unbeabsichtigt eingegangenen teuren Verträgen auch auf Preisvergleichsplattformen effektiv verbessert werden soll, müssen Regulierungsvorhaben auch die Dimension der plattformseitig gewährten Cashbacks adressieren. Ein möglicher Ansatz können hier Auflagen bei der gängigen Bildung des Effektivpreises als Standard-Rankingkriterium sein. Der Effektivpreis wird von den Plattformen als durchschnittlicher monatlicher Vertragspreis innerhalb der Mindestvertragslaufzeit deklariert. Man kann diskutieren, ob ein Rabatt in Form von Cashbacks, der zwingend eine weitere proaktive Handlung seitens der Verbraucherinnen und Verbraucher erfordert, als Standardeinstellung bei der Ermittlung der durchschnittlichen Vertragskosten berücksichtigt werden darf. Ein weiterer Ansatz mit womöglich geringerer Eingriffsintensität wären einheitliche Transparenzregeln und Kennzeichnungspflichten hinsichtlich der Konditionen, unter denen der angezeigte Effektivpreis sich mit den tatsächlich zu zahlenden Gebühren deckt.

Generell gilt, dass für eine sinnvolle Diskussion verbraucherschutzpolitisch motivierter Regulierungsmaßnahmen weitere Erkenntnisse über die Ursachen verbraucherseitiger Trägheit gesammelt werden müssen. Nur auf diese Weise kann die Effektivität einzelner Maßnahmen sowie alternativer Ansätze wie Aufklärungskampagnen oder auch aus Erkenntnissen der Verhaltensökonomik motivierte Nudges fundiert eingeschätzt werden.