



MARKTWÄCHTER
DIGITALE WELT

verbraucherzentrale

MARKTÜBERBLICK ONLINE-DATING-PORTALE

Einschätzungen zu einem problembehafteten Markt

INHALT

1	ZUSAMMENFASSUNG	3
2	ONLINE-DATING IST EIN WACHSENDER UND PROBLEMBEHAFTETER MARKT	5
3	ONLINE-DATING-PORTALE – TYPEN, PROFILE UND DATENSCHUTZ	7
	3.1 Zugang zu Kontakten	8
	3.1.1 Nutzerzahlen vs. Nutzerintentionen	8
	3.1.2 Informationsdefizit: Inaktive Nutzer	8
	3.1.3 Problem: Fake-Accounts	9
	3.1.4 Betrug: „Romance-Scammer“	11
	3.1.5 Werbung	12
	3.1.6 Probemitgliedschaft und Bezahlung	13
	3.2 Sensible und schützenswerte Daten	13
4	BESCHWERDEN IM FRÜHWARNNETZWERK DER VERBRAUCHERZENTRALEN	14
5	JURISTISCHE PROBLEMFELDER	20
6	FAZIT	30
7	LITERATURVERZEICHNIS	31
8	ANHANG: UNTERSUCHTE ANBIETER UND PORTALE	33

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

1	Dating-Portale haben unterschiedliche Ausrichtungen – ein Überblick.	7
2	Dating-Portale, die in Ihren AGB angeben, dass sie Animateure einsetzen und Profile selbst erstellen (Recherche bei den 19 Anbietern, zu denen im Frühwarnnetzwerk mehr als eine Verbraucherbeschwerde gemeldet wurde).	9
3	In Paragraf VI., Absatz 5 der AGB von affaire.com findet sich der Hinweis der Cyberservices B.V., dass das Portal eigene Profile erfindet und diese – kostenpflichtig – mit anderen Nutzern in Kontakt treten.	9
4	In Absatz 3.2 der AGB von milfs.de weist die Flirtano GmbH darauf hin, dass sie im Namen ihrer Kunden Nachrichten an andere Nutzer schicken können (Screenshot vom 22. Februar 2017).	10
5	In der Präambel der AGB von flirtfair.de weist HQ Entertainment darauf hin, dass sie „eigene Profile erstellen und durch sogenannte CUser betreiben lassen“ (Screenshot vom 22. Februar 2017).	10
6	Auszug aus den AGB von Love-Passions in denen auf „Scheinaccounts“ und „Controller“ hingewiesen wird.	10
7	Artikel 2, Absatz 5 der AGB von Neu.de, in dem angegeben wird, dass die Profildaten an andere Portale weitergegeben werden können (Screenshot vom 22. Februar 2017).	11
8	„Fußnote“ der Singlebörse „Friendfinder“, in der darauf hingewiesen wird, dass die angezeigten Personen „möglicherweise keine echten Mitglieder“ sind.	12
9	Beschwerdegründe pro Portalart	14

1 ZUSAMMENFASSUNG

Im Online-Dating-Markt findet der Verbraucher¹ drei Arten von Portalen vor: „Partnervermittlungen“, die auf Basis des eigenen Profils Partner vorschlagen, „Single-Börsen“, in denen Nutzer selbst die Profile durchsuchen, sowie „Erotikportale“ zur Anbahnung sexueller Kontakte. Die Attraktivität eines Online-Dating-Angebots bemisst sich vor allem an der Zahl der Nutzer. Dabei muss sich der Verbraucher auf die Eigenaussage des Portals verlassen, denn eine externe Prüfung findet nicht statt. Die Zahl der verfügbaren Partner wird dabei vor allem durch inaktive Nutzer und sogenannte Fake-Profile reduziert. Inaktive Nutzer können gefunden werden, stehen aber für Kontakte nicht zur Verfügung. Allerdings kann ein Verbraucher nicht wissen, ob der angeschriebene Kontakt nicht antwortet, weil er nicht interessiert ist, oder weil er nicht aktiv ist. Bei Fake-Profilen sind die Daten frei erfunden. Durch diese unechten Profile erhöht das Portal die Zahl der potenziellen Partner. Bei manchen Portalen werden diese Profile zudem von eigenen Mitarbeitern „bespielt“. Diese treten unter falscher Identität mit zahlenden Nutzern in Kontakt und versuchen, diese zu kostenpflichtigen Aktionen zu animieren.² Nicht zuletzt wird die Zahl möglicher Partner durch Betrüger, sogenannte Love-Scammer, gesenkt. Diese geben Interesse vor, um dann außerhalb der Plattform meist hohe Geldsummen von den Partnersuchenden zu erbeuten.

Online-Dating unterscheidet sich von anderen Online-Angeboten, da es einen sehr persönlichen, intimen Bereich des Lebens berührt. Bei der Anmeldung werden Verbraucher zu bis zu 70 Themen befragt, von der politischen Ausrichtung bis hin zu bevorzugten Sexualpraktiken. Der vorliegende Marktüberblick wird auch zeigen, dass die – teilweise international agierenden – Anbieter nicht immer verantwortlich mit den Daten ihrer Kunden umgehen.

Für den Marktüberblick wurden Verbraucherbeschwerden sowie die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) und Datenschutzerklärungen von Portalanbietern, zu denen den Verbraucherzentralen Meldungen vorliegen, gesichtet. Hier lässt sich erkennen, dass bei den Partnervermittlungen vor allem Regelungen zu Kündigung und Wertersatz diskussionswürdig sind. Bei Singlebörsen und Erotikportalen, die zusammen einen Großteil des Marktes ausmachen, sind viele fragwürdige Datenschutzregelungen zu finden. Dabei handelt es sich zum Beispiel um die Weitergabe von persönlichen Daten, Nutzungsdaten und kompletten Profilen ohne separate Einwilligung des Nutzers. Ein weiteres Problem findet sich vor allem bei Erotikportalen:

¹ Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im vorliegenden Text mit „Verbraucher“ eine verkürzte geschlechtsneutrale Formulierung verwendet. Der Text richtet sich daher sowohl an Verbraucherinnen als auch an Verbraucher. Diese Formulierungsregel gilt für den gesamten vorliegenden Marktüberblick.

² So zum Beispiel das im November 2016 von der Verbraucherzentrale Bayern e.V. wegen irreführender Werbung abgemahnte Portal love-passions.net. (Verbraucherzentrale Bayern e.V. 19.01.2017)

Einige geben an, dass sie Animatoren beschäftigen, um die Kunden des Portals zu kostenpflichtigen Aktionen zu animieren. Allerdings sind diese Angaben nur versteckt in den AGB zu finden, im Portal sind die von Animatoren betriebenen Profile meist nicht separat gekennzeichnet. Damit kann der Verbraucher nicht erkennen, ob er es mit einem anderen Nutzer oder einem bezahlten Animator zu tun hat.

Zwischen Portalen und Kunden herrscht eine Informationsasymmetrie. Der Portalanbieter kann nachvollziehen, welche seiner Kunden aktiv sind und weiß auch, ob er Fake-Profile angelegt hat. Der zahlende Kunde muss in dieser Hinsicht dem Anbieter vertrauen. Durch diese mangelnde Transparenz wird zahlreichen unseriösen Anbietern der Marktzugang ermöglicht, so dass ein Grauer Markt mit geschätzten 80 Millionen Euro Umsatz in 2015 entstanden ist.³ In diesem Graubereich sind vor allem Singlebörsen und Erotikportale zu finden. „Die Betreiber wissen juristische Rahmenbedingungen geschickt für sich zu nutzen und teils auch bis an die Grenzen auszuloten, um kurzfristig beachtliche Umsätze abzuschöpfen.“⁴

Um Verbraucher vor Missbrauch und Abzocke zu schützen, bedarf es noch erheblicher Aufklärungsarbeit.

³ Welt Online. 2016

⁴ Moucha, P., Wiechers, H., Pflitsch, D. 2016, Seite 2.

2 ONLINE-DATING IST EIN WACHSENDER UND PROBLEMBEHAFTETER MARKT

Die Zahl der im deutschsprachigen Raum aktiven Online-Dating-Portale wird auf 2.500 geschätzt.⁵ Im Jahr 2015 erwirtschafteten Online-Dating-Portale einen Umsatz von 199,2 Mio. Euro in Deutschland⁶, auf dem europäischen Markt soll der Umsatz im Jahr 2021 sogar 1,5 Milliarden US-Dollar erreichen⁷. Während Deutschland sehr lange ein eigenständiger Markt war, begann 2015 eine Marktkonzentration, bei der zunehmend internationale Anbieter eine Rolle spielen.⁸ Vor allem bei den Erotikportalen betreiben einzelne Anbieter gleich mehrere Websites, zum Beispiel ist die Dateyard AG bis dato bereits unter zahlreichen Webadressen⁹ aufgetreten. Zwei der großen deutschen Partnervermittlungen, Elitepartner und Parship, wurden im Herbst 2016 verkauft und gehören nun der PE Digital GmbH, einer Tochter der Pro7Sat1-Gruppe.¹⁰

Die Marktwächter der Verbraucherzentralen verzeichnen in ihrem Frühwarnnetzwerk¹¹ eine hohe Zahl von Verbraucherbeschwerden zu verschiedenen Aspekten des Online-Datings. Gemeldet werden Probleme mit Kündigungen, Wertersatzforderungen, untergeschobenen Abos und vereinzelt auch der Verdacht, es mit Fake-Profilen zu tun zu haben. Um ein aktuelles Bild des Marktes aus Verbrauchersicht zu zeichnen, informiert dieser Marktüberblick über die Struktur des Marktes, die auftretenden Verbraucherprobleme und die wichtigsten Beanstandungen aus juristischer Sicht.

Im folgenden Kapitel 3 werden zwei problematische Aspekte beim Online-Dating näher beleuchtet: die Einschränkung der in den Online-Portalen zur Verfügung stehenden potenziellen Partner sowie Datenschutzaspekte. Kapitel 4 analysiert die bei den Verbraucherzentralen eingegangenen Beschwerden. Dazu wurden alle 307 im Jahr 2016 ins Frühwarnnetzwerk gemeldeten Fälle zu Online-Dating-Portalen analysiert. Im Frühwarnnetzwerk melden Berater aller 16

⁵ Moucha, P., Wiechers, H., Pflitsch, D. 2016, Seite 3.

⁶ Ebd., Seite 7.

⁷ Schreiber 2016, Seite 7.

⁸ Schreiber 2016, Seite 5, und Moucha, P., Wiechers, H., Pflitsch, D. 2016, Seite 3.

⁹ Im Jahr 2015 bis 2017 wurden im Frühwarnnetzwerk der Verbraucherzentralen Beschwerden zu 19 unterschiedlichen Webadressen des Anbieters Dateyard AG gemeldet.

¹⁰ Die ebenfalls zu Elitepartner gehörende Partnervermittlung Academic Partner wurde im Februar 2016 eingestellt (Singlebörsenvergleich).

¹¹ Im Frühwarnnetzwerk der Verbraucherzentralen werden bundesweit die bei Verbraucherzentralen eingegangenen besonders bemerkenswerten Verbraucherbeschwerden gesammelt. Im vom Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz geförderten Projekt Marktwächter werden diese Beschwerden systematisch ausgewertet.

Verbraucherzentralen aus allen vorliegenden Verbraucherbeschwerden die besonders bemerkenswerten Fälle. Da viele Beschwerden zu den Vertragsbedingungen der Online-Dating-Portale vorliegen, gibt das anschließende Kapitel 5 einen Überblick der rechtlichen Lage. Dazu werden AGB und Datenschutzerklärungen von 14 Online-Dating-Anbietern, zu denen im Jahr 2016 mehr als eine Beschwerde vorlag, untersucht.

3 ONLINE-DATING-PORTALE – TYPEN, PROFILE UND DATENSCHUTZ

Das Bundeskartellamt definiert Online-Dating-Plattformen dadurch, „dass deren Anbieter eine über das Internet nutzbare Datenbank betreiben, in welche sich die Nutzer eintragen und nach anderen Nutzern suchen können“¹². Die Dienstleistung „Vermittlung von Kontakten“ wird mit unterschiedlichen Zielrichtungen angeboten. Das reicht von der Vermittlung unverbindlicher Kontakte über die reine Präsentation von Kontaktsuchenden bis hin zu Partnervermittlungen, die passende Mitglieder vorschlagen.¹³ Viele Portale fokussieren sich darüber hinaus auf eine spezifische Zielgruppe nach soziodemografischen Daten, nach sexueller Orientierung oder auch nach Hobbys und Freizeitgestaltung.

Kategorie	Alternative Bezeichnungen	Beschreibung
Partnervermittlung	Partnerbörse, Matchmaking	Hier müssen Verbraucher nach der Anmeldung in einem Fragebogen bis zu 70 Fragen zu ihren Vorlieben und Abneigungen beantworten. Ein Algorithmus schlägt dem Verbraucher passende Profile vor. Der Fokus liegt darauf, dass das Portal passende Partner vorschlägt.
Singlebörse	Online-Dating, Single Chat, Kontaktanzeigenportal	Verbraucher legen ein Profil mit ihren Daten an. Andere Nutzer können dann nach diesen Daten suchen und gegebenenfalls Kontakt aufnehmen. Das Portal ist demnach ein Katalog, aus dem die anderen Nutzer wählen können. Oft bieten diese Seiten auch Bereiche an, bei denen sich Singles zu Freizeitaktivitäten mit einer ganzen Gruppe verabreden können, z.B. zu Ausflügen, Theaterbesuchen oder Tanzabenden.
Erotikportal	Casual Dating, Flirt Chat, Flirt Portal	Diese Portale richten sich in erster Linie an Verbraucher mit Interesse an erotischen Kontakten. Auch hier legt jeder Nutzer sein Profil selbst an und kann durch diese Angaben von anderen Benutzern gefunden werden.

Abbildung 1: Dating-Portale haben unterschiedliche Ausrichtungen – ein Überblick.

¹² Witting et al. 2016, Seite 21.

¹³ Vgl. Schmitz, 2014, Seite 13-14 und Schreiber, 2016, Seite 12 und Witting et al. 2016, Seite 21.

3.1 Zugang zu Kontakten

Zentrale Aufgabe von Online-Dating-Plattformen ist die Vermittlung von Kontakten zu potenziellen Partnern. Hierfür zahlt der Verbraucher. Um die Entscheidung für oder gegen einen Vertrag zu treffen, werden Informationen über die im Online-Dating-Portal gelisteten, potenziellen Partner benötigt. Hier herrscht im Markt aber eine Informationsasymmetrie zu Ungunsten der Verbraucher. Während die Anbieter wissen, wie viele aktive und echte Nutzer ihr Portal besuchen, können Verbraucher dies kaum herausfinden. Sie laufen daher Gefahr, einen Vertrag mit einem Portal abzuschließen und die von ihnen gewünschte Form der Interaktion mit anderen Menschen trotzdem nicht zu finden.

3.1.1 Nutzerzahlen vs. Nutzerintentionen

Bei der Nutzerzahl von Online-Dating-Portalen ist der Verbraucher auf die Eigenaussagen der Anbieter angewiesen. Die meisten unabhängigen Studien untersuchen, welche Art von Kontakten beim Online-Dating gesucht wird. Allerdings ergeben auch diese ein uneinheitliches Bild. Eine Untersuchung des Digitalverbands BITKOM aus dem Jahr 2017, bei der Internetnutzer direkt befragt wurden, ergab, dass neun von zehn Verbraucher im Web auf der Suche nach einem festen Partner sind¹⁴. Hingegen ergibt eine Untersuchung des Portals Zuzweit.de aus dem Jahr 2016, in der zusätzlich die Facebook-Profile einbezogen wurden, dass in etwa gleich viele der Befragten eine feste Partnerschaft, einen Flirt oder Gelegenheitssex suchen (32,10 % Partnervermittlung, 33,51 % Singlebörsen und 34,39 % Erotikportale).¹⁵ Der Vergleich dieser beiden Untersuchungen zeigt, wie schwer es ist, einen Überblick über die Anzahl und die Nutzungsintentionen der Verbraucher bei den unterschiedlichen Portalen zu bekommen.

3.1.2 Informationsdefizit: Inaktive Nutzer

Ein entscheidender Faktor für den Erfolg bei der Partnersuche ist die Zahl der aktiven Nutzer auf dem gewählten Portal. Je mehr Menschen eine Plattform nutzen, desto wahrscheinlicher ist es, einen passenden Partner zu finden. Daher haben Portale, die eine hohe Nutzerzahl angeben, deutliche Vorteile neue Nutzer zu gewinnen. In einer Untersuchung aus dem Jahr 2015 schätzen Marktkenner das Verhältnis von aktiven zu inaktiven Profilen auf 1:12¹⁶. Dadurch reduziert sich die Zahl der potenziellen Partner drastisch. Verbraucher können inaktive von uninteressierten Nutzern schlecht unterscheiden, denn eine ausbleibende Antwort allein sagt darüber nichts aus.

¹⁴ Miosga 2017.

¹⁵ Pleines 2016, Seite 8.

¹⁶ Wiechers, H., Pflitsch, D., Moucha, P. 2015, Seite 4.

3.1.3 Problem: Fake-Accounts

Ein weiteres Problem für Verbraucher sind sogenannte Fake-Accounts, bei denen ein Profil erfunden wird. Diese Fake-Profile erhöhen zum einen die Anzahl der auffindbaren Profile. Mitunter werden diese Profile von bezahlten Animatoren betrieben. Dies lohnt sich vor allem für Portale, die sich mit Credits¹⁷ bezahlen lassen, da die Animatoren zahlende Nutzer zu vielen kostenpflichtigen Aktionen animieren können. Nur wenige Portale geben zu – und dann nur versteckt in den AGB –, dass Profile auf ihren Seiten von bezahlten Animatoren betrieben werden. Dies ist meist gekennzeichnet durch die Bezeichnung „moderierter Dienst“¹⁸, oft auch mit dem Zusatz, dass „die Aktivitäten über das Portal und damit die Umsätze des Betreibers“¹⁹ erhöht werden sollen.

Anbieter, die angeben, Profile selbst zu erstellen	Betriebene Portale
Flirtano GmbH	milfs.de
HQ Entertainment Network GmbH & Co. KG	date4sex.com flirtfair.de fremdgehen69.com lustparkplatz.com reifefrauen.com treffpunkt18.de xpartner.de
Cyberservices B.V.	affaire.com

Abbildung 2: Dating-Portale, die in Ihren AGB angeben, dass sie Animatoren einsetzen und Profile selbst erstellen (Recherche bei den 19 Anbietern, zu denen im Frühwarnnetzwerk mehr als eine Verbraucherbeschwerde gemeldet wurde).

Neben Fake-Accounts gibt es auch die Möglichkeit, dass ein Profil zwar das einer realen Person ist, Nachrichten, die von diesem Profil gesendet werden, jedoch nicht. So behält sich die Flirtano GmbH vor, selbst im Namen eines Mitglieds andere Nutzer anzuschreiben.

¹⁷ Credit-Pakete sind eine Variante des Pay-per-Use Geschäftsmodells, bei denen Anbieter ihr Risiko absichern, indem der Kunde nicht jeweils die einzelne Nutzung separat zahlt, sondern vorab ein virtuelles Guthaben, sog. Credits, zur Bezahlung der einzelnen Dienstleistungen erwirbt. Die erworbenen Credits kann er dann in einem gewissen Zeitraum für seine Käufe, bei Online-Dating insbesondere die Kontaktaufnahme, in diesem Portal nutzen.

¹⁸ Hiervon abzugrenzen sind Portale, die in Mitglieder-Chats und Foren Moderatoren einsetzen. Diese Moderatoren sollen lediglich dafür sorgen, dass in den Foren die Portal-Regeln eingehalten werden.

¹⁹ Z.B. TRIA Mediaworx UG (2017)

In beiden Fällen hat der Verbraucher das Problem, dass der von ihm gewollte und bezahlte Kontakt mit echten Nutzern nicht stattfindet. Denn die Portale kennzeichnen meist nicht, ob ein realer Nutzer oder ein von einem Animateur betriebenes Profil hinter einem Kontakt steht.

In der Regel geben Portale noch nicht einmal in den AGB an, dass sie mit Fake-Profilen operieren, wie zahlreiche Berichte von Aussteigern aus der Szene²⁰ oder Untersuchungen belegen. Als das Seitensprungportal Ashley Madison gehackt wurde, mussten die Betreiber 70.000 weibliche Fake-Profile zugeben.²¹

Beispiele für die Kennzeichnung von Fake-Profilen und Fake-Kontakten

5. Cyberservices setzt auf dem Portal zu Marketing-Zwecken, zur Verbesserung der Service-Qualität, zur Präsentation der Nachrichten-Funktionen und zur Unterhaltung der Nutzer von Cyberservices erstellte und betriebene Profile ein. Diese werden im System wie folgt gekennzeichnet: (C). Mit diesen Profilen sind keine realen Treffen möglich. Die Nutzer können ihnen lediglich Nachrichten innerhalb des Portals senden oder per SMS oder telefonisch mit ihnen in Kontakt treten. Nachrichten über das elektronische Postfach sind nur im Rahmen des kostenpflichtigen Dienstes möglich.

Abbildung 3: In Paragraph VI., Absatz 5 der AGB von *affaire.com* findet sich der Hinweis der Cyberservices B.V., dass das Portal eigene Profile erfindet und diese – kostenpflichtig – mit anderen Nutzern in Kontakt treten.

3.12. Der Kunde erkennt an und stimmt dem ausdrücklich zu, dass der Anbieter zur Erleichterung des Einstiegs für neue Kunden in die Plattform und zur Unterstützung der Kommunikation zwischen den Mitgliedern, Nachrichten im Namen des Kunden verschicken kann. Der Kunde kann diese Funktion jederzeit in seinem Profil deaktivieren.

Abbildung 4: In Absatz 3.2 der AGB von *milfs.de* weist die Flirtano GmbH darauf hin, dass sie im Namen ihrer Kunden Nachrichten an andere Nutzer schicken können (Screenshot vom 22. Februar 2017).

existierenden, gleichgesinnten Frauen, Paaren und Männern die unter Umständen neue Partner kennen lernen möchten. Weiterhin bietet der Service eine Vielzahl von Möglichkeiten zum Kommunizieren, Flirten bis zu eventuell realen Treffen sowie vielen weiteren Portal Funktionen wie Kommunikation (Nachrichten im Portal, Telefon, SMS, Freundschaftsanfragen, etc.) mit realen Profilen aber auch mit von HQ erstellten und betriebenen Profilen (nachfolgend CUser genannt). Die CUser sind ausschließlich zur Ausübung von virtuellen und erotischen Fantasien gedacht und es sind keine realen Treffen möglich (siehe Ziffer 5 der Allgemeinen Unterhaltungsrichtlinien). Die kostenpflichtige Kommunikation mit CUsern bietet Liebhabern der verbalen und non-verbalen erotischen Kommunikation vielfältige Möglichkeiten sich zu unterhalten und zu vergnügen. Die CUser werden von Operatoren betrieben (sowohl bei textueller Kommunikation wie Chats, Nachrichten, Emails, usw. als auch bei Telefongesprächen) und dienen der reinen Unterhaltung sowie auch zur Qualitätssicherung und Service Tests. Reale Treffen oder ähnliches sind nur mit realen Usern möglich. Die Live Webcam Angebote kann der User nutzen um mit realen Frauen erotisch zu chatten, sie live per Cam Stream zu beobachten/sehen und zu kommunizieren - der erotischen Fantasie sind keine Grenzen gesetzt. Unsere Entertainmentwelt wird immer weiter entwickelt und wir freuen uns über

Abbildung 5: In der Präambel der AGB von *flirtfair.de* weist HQ Entertainment darauf hin, dass sie „eigene Profile erstellen und durch sogenannte CUser betreiben lassen“ (Screenshot vom 22. Februar 2017).

²⁰ Schultz 2016.

²¹ Telegraph Reporters 2016.

Bei uns erhältst du 100% Flirtchancen!

Wir wollen, dass alle hier Spaß am Flirten haben. Allerdings gibt es immer mal wieder ein Mangel an Frauen bzw. Männer, was dazu führt, dass keine geeigneten Flirtpartner anwesend sind. Um diesen Mangel auszugleichen, setzen wir immer mal wieder Controller ein, welche unter anonyme Scheinaccounts Dialoge führen. Ähnlich wie bei Tanzschulen oder Kreuzfahrtreisen, wo es immer Tanzpartner gibt, welche vom Veranstalter gestellt werden, setzen auch wir unsere Controller/Controllerinnen dafür ein, um euch auf netter amüsanter Art und Weise zu unterhalten. Desweiteren fördern wir mit den Einnahmen unsere Controller, welche meistens aus jungen Studenten bzw. Studentinnen bestehen, damit sie zu ihrem Studium etwas dazu verdienen können, ohne bei einer Burgerbude an der Fritteuse stehen zu müssen. Unsere Controller sind mit den Profilen, welche sie benutzen, nicht sonderlich gekennzeichnet und werden sich auch nicht als solche zu erkennen geben. Der Flirtspaß soll hier bei uns an oberster Stelle stehen. Es wird also keiner leer ausgehen bei uns, dass versprechen wir.

Abbildung 6: Auszug aus den AGB von Love-Passions in denen auf „Scheinaccounts“ und „Controller“ hingewiesen wird.

(5) Bestandteil des Dienstes ist nach dem Ermessen von NEU.DE ebenfalls, die Profildaten auch solchen Mitgliedern zugänglich zu machen, die bei Portalen der mit NEU.DE verbundenen Unternehmen registriert sind und es den entsprechenden Mitgliedern so zu ermöglichen, diensteübergreifend mit den Mitgliedern des jeweils anderen Portals in Kontakt zu treten.

Abbildung 7: Artikel 2, Absatz 5 der AGB von Neu.de, in dem angegeben wird, dass die Profildaten an andere Portale weitergegeben werden können (Screenshot vom 22. Februar 2017).

3.1.4 Betrug: „Romance-Scammer“

Ein weiteres, schon sehr lange verbreitetes Phänomen sind die sogenannten Love- oder Romance-Scammer. Hierbei handelt es sich um Betrüger, die über Online-Dating-Portale zunächst eine Beziehung zu ihrem Opfer aufbauen, um dann sensible Daten abzufragen oder unter einem Vorwand um Geld zu bitten. Es handelt sich hierbei also quasi um moderne Heiratsschwindler.

Inzwischen haben sich viele Selbsthilfegruppen, teilweise staatlich gefördert, gegründet und bieten Hilfe und Prävention an.²²

²² Zum Beispiel: <https://www.scamwatch.gov.au/>, <http://www.romancescams.org/>, <http://scamspamprotect.de/>, <http://anti-scam.de>, <http://www.polizei-beratung.de/themen-und-tipps/betrug/scamming/romance-scamming.html>.

3.1.5 Werbung

Mit Bildern und Beschreibungen potenzieller Nutzer werben alle Online-Dating-Portale. Die Werbung mit Bildern von professionellen Modells ist weit verbreitet. Dem Verbraucher vermittelt die Gestaltung, dass es sich dabei um Profilbilder von Mitgliedern handelt. Im „Kleingedruckten“ wird bei einigen Portalen erläutert, dass diese Personen nicht im Portal gemeldet sind.

The screenshot shows the FriendFinder.com website. At the top, there is a navigation bar with the logo "FriendFinder.com" and the tagline "Treffe jemand besonderes". On the right, there are buttons for "Einloggen für Mitglieder" and "Jetzt Mitglied werden".

The main content area features a large banner with the text "Personals for fun, friends, & love!" and a "Free to Join!" badge. Below the banner, there are three sections:

- Gemeinschaft**: A group of diverse people with the text "308 Mitglieder online! 1.064 neue Fotos in dieser Woche! 293.983 Aktive Mitglieder!".
- Webcam-Chat**: A webcam chat window showing a woman's face and a text chat area. Below it, the text reads: "Du möchtest die Person hinter dem Profil sehen das dich interessiert hat? Gehe zum Webcam-Chat und [knüpfe noch heute Nacht Kontakte!](#)"
- Mitglieder**: A grid of profile pictures with the text "Mitglieder finden in [Muenchen](#)".

At the bottom, there is a search form titled "Mitglieder suchen" with fields for "Ich bin ein(e)", "Suche nach", "Altersgruppe", "Land", "Bundesland", and "PLZ (nur USA)". A "Suchen" button is at the bottom of the form.

At the very bottom, there is a disclaimer in small text: "Friendfinder-Websites in anderen Sprachen: 繁體中文 简体中文 Italiano Español Português Deutsch Français Tagalog 한글. Personen, die auf Fotografien erscheinen, sind möglicherweise keine echten Mitglieder. Weitere Daten ausschließlich zu illustrativen Zwecken. Copyright © 1996-2017 FriendFinder California Inc. All rights reserved. FriendFinder®, Friend Finder™, FriendFinder Networks™ and the FriendFinder Networks logo are service marks of Various, Inc. This website is operated by Wight Enterprise Ltd."

Abbildung 8: „Fußnote“ der Singlebörse „Friendfinder“, in der darauf hingewiesen wird, dass die angezeigten Personen „möglicherweise keine echten Mitglieder“ sind.

Einige Portale gehen dabei noch weiter und werben mit Nutzergruppen, die nicht beim Portal gemeldet sind. Ein Beispiel dafür ist das Erotikportal Love-Passions, das die Marktwächter der Verbraucherzentrale Bayern im November 2016 erfolgreich abgemahnt haben. Unter anderem warb das Portal mit „Singles von nebenan“ und Bildern von jungen Frauen. In den AGB verwiesen die Betreiber aber darauf, dass „alle weiblichen Profile von Moderatoren betrieben werden“. ²³ In den AGB benutzt das Portal zwar den eher positiv besetzten Begriff „Moderator“, allerdings gleicht die Arbeit eher der eines Animateurs, weshalb in diesem Marktüberblick letzterer Begriff verwendet wird.

²³ Siehe dazu Abbildung 7 auf S. 11 des vorliegenden Marktüberblicks.

3.1.6 Probemitgliedschaft und Bezahlung

Mit einer Probemitgliedschaft erhoffen sich Verbraucher einen Überblick über die im Portal verfügbaren Kontakte zu erhalten. Bei vielen Portalen ist die Anmeldung kostenfrei, für Interaktionen ist dann aber eine kostenpflichtige Mitgliedschaft oder der Kauf von Credit-Paketen notwendig. „Die kostenlose Mitgliedschaft ist allerdings etwa so viel wert, wie der Besuch einer Disko, in der man das Treiben nur durch eine Glasscheibe beobachten darf.“²⁴

Die Bezahlmethoden sind den einzelnen Portaltypen nicht eindeutig zuzuordnen. „Bezahlen“ kann der Verbraucher mit Geld oder er gibt seine Daten dafür preis. Meist ist beides erforderlich, wie im Kapitel 5 gezeigt wird.

Partnervermittlungen bieten ausnahmslos Abo-Modelle an. Singlebörsen finanzieren sich sowohl durch Werbung Dritter, Abos oder sogenannte Credits. Mit den Credits erwirbt der Verbraucher gegen Zahlung eine Anzahl virtueller Punkte, mit denen er seine Aktivitäten im Portal, wie etwa Kontakt aufnehmen oder SMS schicken, bezahlt. Sind die Credits aufgebraucht, muss ein neues Paket gekauft werden. Das Bezahlen mit Credits ist auch bei Erotikportalen zu finden, ebenso wie Abo-Modelle.

3.2 Sensible und schützenswerte Daten

Um Online-Dating sinnvoll zu betreiben, müssen Verbraucher viele Daten preisgeben. In der Regel werden die Nutzer dazu aufgefordert bis zu 70 höchst sensible und intime Informationen anzugeben, wie etwa „Rauch- und Trinkgewohnheiten, Gewicht, Religionspraxis, Fitnesslevel, erotische Vorlieben und Erotiktyp“.²⁵ Es ist zweifelhaft, ob diese Daten von den Portalen entsprechend sorgfältig geschützt werden, wie zahlreiche „Hacks“ der letzten Jahre gezeigt haben. So wurde im Juni 2016 bekannt, dass der Single-Börse Badoo mehr als 127 Millionen Nutzerdaten gestohlen wurden²⁶, ein Jahr zuvor verlor das Erotikportal Ashley Madison die Daten von 36 Millionen Nutzern²⁷.

²⁴ Stiftung Warentest 2016, Seite 68.

²⁵ Bayerisches Landesamt für Datenschutzaufsicht 11.12.2015.

²⁶ Scherschel 2016.

²⁷ Schirmmacher 2015.

4 BESCHWERDEN IM FRÜHWARNNETZWERK DER VERBRAUCHERZENTRALEN

Der Marktwächter-Schwerpunkt „Digitale Dienstleistungen“ hat 307 Beschwerden zu Online-Dating-Portalen, die mit einer ausführlichen Fallbeschreibung in das Frühwarnnetzwerk der Verbraucherzentralen gemeldet wurden, ausgewertet und analysiert.²⁸ Sämtliche untersuchten Beschwerden gingen 2016 im Frühwarnnetzwerk ein.

Eine Liste mit allen untersuchten Angeboten findet sich im Anhang.

Unter den 307 untersuchten Meldungen variieren die Beschwerdegründe je nach Portalart leicht, wie die folgende Tabelle zeigt:²⁹

	Beschwerdegründe
Partnervermittlung	<ul style="list-style-type: none">• Zu hohe Wertersatzforderungen beim Widerruf• Untergeschobener Vertrag• Probleme bei der Kündigung
Singlebörse	<ul style="list-style-type: none">• Untergeschobener Vertrag• Inkassoforderung• Probleme bei der Kündigung
Erotikportal	<ul style="list-style-type: none">• Untergeschobener Vertrag/Inkassoforderung• Probleme bei Widerruf/Kündigung/Datenschutz• Fake-Profile

Abbildung 9: Beschwerdegründe pro Portalart

In den einzelnen Problemfeldern melden die Verbraucher unterschiedliche Aspekte, die im Folgenden aufgeführt werden.

²⁸ In das Frühwarnnetzwerk der Verbraucherzentralen werden nur Beschwerden zu Online-Dating-Angeboten aufgenommen, keine zu stationären Partnervermittlungen.

²⁹ Die Beschwerden im Frühwarnnetzwerk der Verbraucherzentralen werden von den Beratern der 16 Verbraucherzentralen gemeldet. Verbraucher, die sich dort beraten lassen, kommen vorrangig wegen Vertragsproblematiken. Deswegen bildet die Aufzählung der Beschwerdegründe einen spezifischen Bereich ab.

Untergeschobener Vertrag / Abofalle

Probeabos sind eigentlich eine gute Möglichkeit, ein Angebot kennenzulernen. Bei einigen Anbietern geht allerdings das Probeabo ohne weitere Informationen in ein teures Premiumabo über.

Der Verbraucher³⁰ hat sich auf der [Website X] für das 14-tägige Testabo für 1 Euro angemeldet. Auf der Seite wird mit dem Begriff „Einmalzahlung“ geworben. Verbraucher hat nach dem Kündigungsleitfaden per Mail gekündigt und eine Bestätigung für den Eingang der Kündigung erhalten. Die [X GmbH]³¹ buchte trotzdem die Kosten von 89,90 Euro für eine Premium-Mitgliedschaft ab.

Der Verbraucher hat sich für eine Testmitgliedschaft bei [Website X] angemeldet und nachweislich fristgerecht widerrufen. Dennoch bucht der [Anbieter X] von seinem Konto weitere Beträge ab.

Zu hohe Wertersatzforderungen beim Widerruf

Partnervermittlungen bieten ihre Leistungen im Abo-Modell an. Hier erreichen die Verbraucherzentralen viele Beschwerden über die Höhe der Wertersatzforderungen beim Widerruf.

Der Verbraucher hat auf der [Website X] eine Premium-Mitgliedschaft abgeschlossen und nach 9 Tagen per E-Mail seinen Widerruf erklärt. Dieser wurde ohne einen Hinweis darauf, dass der Widerruf zu spät eingegangen sei, bestätigt. Verbraucher hat eine erste Rate i.H.v. 20,90 Euro für den ersten Monat bezahlt, die [X GmbH] verlangt weitere 107,50 Euro für den Zeitraum zwischen Vertragsabschluss und Widerrufsdatum.

Der Verbraucher hat sich bei [Website X] angemeldet und innerhalb von 4 Tagen widerrufen sowie vorsorglich gekündigt. Die [X GmbH] verlangte einen Wertersatz in Höhe von 108,52 Euro, bei einem Vertrag mit einer Laufzeit von 12 Monaten zu insgesamt 286,90 Euro.

³⁰ Es liegen Beschwerden sowohl von Männern als auch von Frauen vor. Da aber die Erhebungs- und Auswertungsmethode keinen Rückschluss auf eine Verteilung der Probleme nach Geschlecht zulässt, wurde wie im gesamten Bericht in den Fallbeschreibungen einheitlich die männliche Form gewählt.

³¹ Da es sich um Fallbeispiele handelt, werden die entsprechenden Anbieter im Marktüberblick nicht genannt.

Der Verbraucher hat sich bei [Website X] für eine Premium-Mitgliedschaft (Jahresvertrag) angemeldet und nach 8 Tagen widerrufen. Die [X GmbH] berechnete den Wertersatz wie folgt:

Ihr Produktpreis: 382,16 EUR (ohne eventuelle Aufschläge für Teilzahlungen)

Laufzeit Ihres Produkts (Monate): 12

Laufzeitbezogene garantierte Kontakte: 7

Davon zustande gekommene Kontakte: 6

Wertersatz: 286,62 EUR

Bereits von Ihnen gezahlt: 28,69 EUR

Verbleibende Forderung: 257,93 EUR

Probleme bei der Kündigung

Bei der Kündigung von Mitgliedschaften werden verschiedene Probleme gemeldet. Zum einen wird die Kündigung erschwert, indem bestimmte Formen der Kündigung verlangt und andere Formen nicht akzeptiert werden.

Im Rahmen seiner kostenlosen Mitgliedschaft bei [Website X] wurde dem Verbraucher eine vierwöchige Premium-Probemitgliedschaft angeboten. Diese Probemitgliedschaft hat er per Kontaktformular rechtzeitig gekündigt. Allerdings behauptet die [X GmbH], er habe nicht in gesetzlich geregelter "Elektronischer Form" z.B. per E-Mail gekündigt. Auffällig ist, dass nirgends auf der Seite eine Emailadresse angegeben wird, nicht einmal im Impressum.“

Werden bestimmte Kündigungsformen, z.B. die Kündigung auf einer bestimmten, in einer E-Mail verlinkten Webseite, verlangt, kann es zu Problemen kommen, wenn die Zusendung des Links zu lange dauert oder die verlinkte Webseite nicht aufrufbar ist.

Der Verbraucher hat bei einem Portal der [X GmbH] eine Premiummitgliedschaft abgeschlossen. Eine Kündigung per E-Mail ist nur bei einer kostenlosen Mitgliedschaft möglich, bei einer Premium-Mitgliedschaft muss über das Portal gekündigt werden. Es dauerte sehr lange bis dem Verbraucher ein Link geschickt wurde, mit welchem er über das Kundenportal kündigen konnte. Zu diesem Zeitpunkt war die Frist bereits abgelaufen.

Der Verbraucher schloss bei der [X GmbH] eine 24-Stunden-Probemitgliedschaft für [Website X] für 1 Euro ab. Der Kündigungslink funktionierte nicht.

Andere Verbraucher berichten, dass ihre Kündigung vom Anbieter ignoriert wird.

Der Verbraucher hat Abo von [Website X] bei der [X GmbH] schriftlich ordentlich und fristgerecht zum nächstmöglichen Zeitpunkt gekündigt. Anstatt einer Kündigungsbestätigung erhielt er eine Mahnung von einem Inkassobüro über offene Beiträge von 57,48 Euro für 3 Monate plus Inkassokosten von 58,60 Euro.

Inkassoforderung

Probleme mit Vertragsschluss, Widerruf und Kündigung münden oft in Inkassoforderungen.

Der Verbraucher meldete sich kostenlos auf der [Website X] an, schloss dann eine "Premium-Mitgliedschaft in Silber" ab, die er fristgerecht und nachweislich nach einem Monat bei der [X GmbH] gekündigt hat. Allerdings bekam er aber nun Mahnungen für eine angeblich abgeschlossene kostenpflichtige "Gold-Mitgliedschaft". Ein entsprechender Button wurde nie angeklickt. Inzwischen waren Schreiben vom Rechtsanwalt und vom Inkassobüro angekommen. Das Inkassobüro versendete die Mahnungen per Mail. Inhaltlich erfolgte bislang keine Stellungnahme des Anwalts bzw. Inkassobüros. Auf entsprechende Schreiben des Verbrauchers kamen nur weitere Mahnungen.

Datenschutz

Die Datenschutzprobleme werden im Kapitel 5 noch ausführlicher betrachtet. Exemplarische Verbraucherprobleme betreffen unverlangt zugeschickte Werbung, fehlende Möglichkeiten, das eigene Profil zu löschen, und Anmeldungen unter fremden Daten.

Der Verbraucher hat sich kostenlos bei [Website X] registriert und sich dann darüber beschwert, dass der Anbieter ständig mit Nachrichten und Werbung nervt, er aber kein Impressum findet, um den [Anbieter X] anzuschreiben. Seine bisherigen Versuche, auf die Werbung zu antworten, funktionierten nicht; auch per Mail hat der Anbieter nicht geantwortet. Die Website ist ohne Impressum.

Der Verbraucher hat sich bei [Website X] angemeldet, ohne etwas zu bezahlen. Daraufhin bekam er E-Mails mit dem Hinweis, er hätte Mails in seinem Posteingang. Um diese Mails zu lesen, müsse er Gebühren zahlen. Der Verbraucher konnte sich im Portal selbst nicht abmelden, und hat vergeblich mehrmals an die [X GmbH] geschrieben, dass seine Daten bei [Website X] gelöscht werden sollen.

Der über 70-jährige Verbraucher kam aus dem Urlaub und stellte unberechtigte Kontoabbuchungen fest. Er veranlasste die Rücklastschriften und erhielt Mahnungen über Kosten für die Nutzung von [Website X] und [Website Y], beides Portale der [X GmbH]. Der Verbraucher hat weder eine Auftragsbestätigung noch Information zum Widerrufsrecht noch Mahnungen erhalten.

Fake-Profile

Einige Verbraucher beschwerten sich, dass die Kontakte nicht von anderen Interessenten, sondern von Fake-Profilen kommen.

Der Verbraucher hat sich als kostenpflichtiges Mitglied auf [Website X] registriert, um entsprechende Personen aus seinem Umfeld kennen zu lernen. Kontaktiert wurde er jedoch lediglich von sogenannten Standard-Mitgliedern³², die laut Seitenbetreiber gar nicht mit dem Verbraucher in Kontakt treten können.

Der Verbraucher hat sich kostenfrei bei [Website X] angemeldet. Für den Kontakt zu anderen Mitgliedern müssen kostenpflichtige „Flirtpunkte“ gekauft werden. Seines Erachtens sind die dort schreibenden Personen zu 75 % Fakes. Als er sich beschwerte, wurde das Supportkonto gesperrt. Auf seine Frage zur Löschung des Accounts erhielt er keine Antwort.

Ein weiteres Problem tritt auf, wenn Verbraucher von kostenfreien auf kostenpflichtige Portale gelockt werden. Dazu werden Verbraucher auf Portalen, bei denen der Kontakt kostenfrei ist, von anderen Mitgliedern kontaktiert. Das andere Mitglied will nach einiger Zeit auf ein anderes Portal wechseln, bei dem der Verbraucher pro Kontakt zahlen soll.

Der Verbraucher wurde von einem Kontakt auf der [Website X] auf die [Website Y] gelockt, da der Kontakt mitteilte, er wäre nur noch auf [Website Y] erreichbar. Der Verbraucher kaufte Coins, um weiter in Kontakt zu bleiben und um anzurufen, wobei der Anruf scheiterte.

Der Verbraucher wurde auf der [Website X] kontaktiert. Der Kontakt hat ihn dann aufgefordert, ihm auf die [Website Y] zu folgen, weil es dort seriöser wäre. Der Verbraucher hat sich daraufhin auf der [Website Y] angemeldet, einem Portal bei

³² In diesem Portal ist laut den Nutzungsbedingungen sog. Standard-Mitgliedern nicht erlaubt, Kontakt zu anderen Mitgliedern zu initiieren.

dem jede Kontaktaufnahme kostet. Dort wurde er von diversen, jüngeren Damen angeschrieben, mit der Bitte sich zu melden. Diese haben zu jeder Tages- und Nachtzeit schnell geantwortet. Unabhängig davon, was er geschrieben hat, kamen die gleichen kurzen Antworten mit dem Ziel, eine Aktion vom Verbraucher zu bekommen. Als er sich nicht mehr gemeldet hat, kamen kurze Nachrichten mit der Bitte sich wieder zu melden.

5 JURISTISCHE PROBLEMFELDER

In der folgenden Tabelle sollen die häufigsten juristischen Problemfelder bei Online-Dating-Portalen dargestellt werden. Untersucht wurden die 46 Portale (Websites) der Anbieter, über die mehr als eine Beschwerde im Frühwarnnetzwerk der Verbraucherzentralen eingegangen ist. Davon ließen sich fünf Portale dem Typ Partnervermittlung, zehn Portale den Single-Börsen und 31 Websites den Erotikportalen zuordnen. Im Folgenden wird aufgezeigt, welche Befugnisse sich die Portale durch ihre AGB-Regelungen und Datenschutzbestimmungen gegenüber Verbrauchern einräumen ließen (Untersuchungszeitraum Dezember 2016 bis Februar 2017). Dabei sind die häufigsten Problemfelder in die sechs Kategorien Datenschutz, Kündigung, Widerrufsrecht, Impressum, die Verwendung von vermeintlichen Prüf- und Gütesiegeln und sonstige Verstöße geordnet.

Übersicht der rechtlich problematischen Themenbereiche bei Partnervermittlungen

Partnervermittlung	Datenschutz
Elit Teknoloji Hizmetleri İnternet A.Ş.: <ul style="list-style-type: none"> • ecift.de 	Behält sich die Weitergabe der Nutzerdaten an Dritte vor, auch ohne ausdrückliche Einwilligung
Partnervermittlung	Kündigung
Elit Teknoloji Hizmetleri İnternet A.Ş.: <ul style="list-style-type: none"> • ecift.de 	Zur Kündigung wird die Schriftform verlangt
Frontline Digital GmbH: <ul style="list-style-type: none"> • parwise.de 	Bei vor dem 30.09.2016 abgeschlossenen Verträgen wird zur Kündigung die Schriftform verlangt

Partnervermittlungen	Widerrufsrecht
PE Digital GmbH <ul style="list-style-type: none"> • parship.de • Elitepartner.de 	Der Anbieter verlangt im Falle des Widerrufs unverhältnismäßig hohen Wertersatz ³³
Affinitas GmbH <ul style="list-style-type: none"> • edarling.de 	Der Anbieter verlangt im Falle des Widerrufs unverhältnismäßig hohen Wertersatz ³⁴
Elit Teknoloji Hizmetleri İnternet A.Ş.: <ul style="list-style-type: none"> • ecift.de 	Der Anbieter verweigert Verbrauchern zum Teil die Geltendmachung ihres Widerrufsrechts ³⁵

Partnervermittlung	Impressum
Frontline Digital GmbH: <ul style="list-style-type: none"> • parwise.de 	Die Frontline Digital GmbH gibt im Impressum von parwise.de nicht alle notwendigen Informationen an

Partnervermittlung	Verwendung vermeintlicher Prüf- und Gütesiegel
Frontline Digital GmbH: <ul style="list-style-type: none"> • parwise.de 	Parwise.de verwendet Prüf- und Gütesiegel ohne diese mit Hintergrundinformationen zu versehen, so dass die Prüfkriterien nicht überprüft werden können

³³ Diese Erkenntnis ergibt sich nicht aus der Widerrufsbelehrung selbst, sondern aus den bei den Verbraucherzentralen eingegangenen Verbraucherbeschwerden.

³⁴ Diese Erkenntnis ergibt sich nicht aus der Widerrufsbelehrung selbst, sondern aus den bei den Verbraucherzentralen eingegangenen Verbraucherbeschwerden.

³⁵ Diese Erkenntnis ergibt sich nicht aus der Widerrufsbelehrung selbst, sondern aus den bei den Verbraucherzentralen eingegangenen Verbraucherbeschwerden.

Übersicht der rechtlich problematischen Themenbereiche bei Singlebörsen

Singlebörsen	Datenschutz
Be Beauty GmbH <ul style="list-style-type: none"> • edates.de 	Nutzerdaten können an Dritte weitergegeben werden und die Profile können auf anderen Portalen veröffentlicht werden, auch ohne ausdrückliche Einwilligung
Flirtcafe Online GmbH <ul style="list-style-type: none"> • flirtcafe.de 	Nutzerdaten können an Dritte weitergegeben werden, auch ohne ausdrückliche Einwilligung
Free communication GmbH: <ul style="list-style-type: none"> • single.de 	1) Die Nutzerprofile sind über Suchmaschinen abrufbar 2) Behält sich die Datenweitergabe an Dritte vor, auch ohne ausdrückliche Einwilligung
FriendScout24 GmbH: <ul style="list-style-type: none"> • friendscout24.de • lovescout24.de 	1) Nutzerdaten bei lovescout24.de werden erst 12 Monate nach der Kündigung gelöscht 2) Nutzerdaten können an Dritte weitergegeben werden und die Profile können auf anderen Portalen veröffentlicht werden (nur lovescout24.de), auch ohne ausdrückliche Einwilligung
Neu.de GmbH <ul style="list-style-type: none"> • neu.de 	1) Nutzerdaten werden erst 12 Monate nach der Kündigung gelöscht 2) Die Profile können auch ohne ausdrückliche Einwilligung auf anderen Portalen eingebunden werden
OVC Online Video Communications GmbH <ul style="list-style-type: none"> • kissnofrog.com 	1) Kündigung führt nicht zur Löschung des Profils 2) Die Profile können auch ohne ausdrückliche Einwilligung auf anderen Portalen eingebunden werden 3) Nutzerdaten können an Dritte auch ohne ausdrückliche Einwilligung weitergegeben werden 4) Die Nutzerprofile können über Suchmaschinen abgerufen werden (auch nach Kündigung) 5) Nutzer willigen ein, dass ihre Daten bei jedwedem Rechtsverstoß an Behörden weitergegeben werden dürfen

Singlebörsen	Kündigung
Be Beauty GmbH <ul style="list-style-type: none"> • edates.de 	Bei vor dem 30.09.2016 abgeschlossenen Verträge wird zur Kündigung die Schriftform verlangt
Flirtcafe Online GmbH <ul style="list-style-type: none"> • flirtcafe.de 	Bei vor dem 30.09.2016 abgeschlossenen Verträge wird zur Kündigung die Schriftform verlangt
Frontline Digital GmbH: <ul style="list-style-type: none"> • partneravenue.de • primesingles.de 	Bei vor dem 30.09.2016 abgeschlossenen Verträgen wird zur Kündigung die Schriftform verlangt

Singlebörsen	Widerrufsrecht
FriendScout24 GmbH: <ul style="list-style-type: none"> • friendscout24.de • lovescout24.de 	Einschränkung des Widerrufsrechts, da es sich um digitale Inhalte handelt (nur lovescout24.de)

Singlebörsen	Impressum
Flirtcafe Online GmbH: <ul style="list-style-type: none"> • flirtcafe.de 	Die Flirtcafe Online GmbH gibt im Impressum von flirtcafe.de nicht alle notwendigen Informationen an
Free communication GmbH: <ul style="list-style-type: none"> • single.de 	Die free communication GmbH gibt im Impressum von single.de nicht alle notwendigen Kontaktdaten an
Frontline Digital GmbH: <ul style="list-style-type: none"> • partneravenue.de • primesingles.de 	Die Frontline Digital GmbH gibt im Impressum von partneravenue.de und primesingles.de nicht alle notwendigen Kontaktdaten an
OVC Online Video Communications GmbH <ul style="list-style-type: none"> • kissnofrog.com 	Die OVC Online Video Communications GmbH gibt im Impressum von kissnofrog.com nicht alle notwendigen Kontaktdaten an

Singlebörsen	Verwendung vermeintlicher Prüf- und Gütesiegel
Frontline Digital GmbH: <ul style="list-style-type: none"> • partneravenue.de • primesingles.de 	partneravenue.de und primesingles.de verwenden Prüf- und Gütesiegel ohne diese mit Hintergrundinformationen zu versehen, so dass Prüfkriterien nicht überprüft werden können

OVC Online Video Communications GmbH <ul style="list-style-type: none"> • kissnofrog.com 	Auf dem Portal der OVC Online Video Communications GmbH werden Prüf- und Gütesiegel verwendet, ohne dass diese mit Hintergrundinformationen versehen werden, so dass die Prüfkriterien nicht überprüft werden können
Prebyte Media GmbH <ul style="list-style-type: none"> • flirt-fever.de 	Auf dem Portal der Prebyte Media GmbH werden Prüf- und Gütesiegel verwendet, ohne dass diese mit Hintergrundinformationen versehen werden, sodass die Prüfkriterien nicht überprüft werden können

Singlebörsen	Sonstige Verstöße
Be Beauty GmbH <ul style="list-style-type: none"> • edates.de 	Die Be Beauty GmbH legt in den AGB den Erfüllungsort fest, um Klagen gegen Verbraucher an ihrem Geschäftssitz zu ermöglichen
Flirtcafe Online GmbH: <ul style="list-style-type: none"> • flirtcafe.de 	1) Vertragsabschluss ab 14 Jahre möglich 2) Unwiderrufliche Berechtigung zum Bankeinzug
Frontline Digital GmbH: <ul style="list-style-type: none"> • partneravenue.de • primesingles.de 	Bei vor dem 30.09.2016 abgeschlossenen Verträgen wird zur Kündigung die Schriftform verlangt
Neu.de GmbH <ul style="list-style-type: none"> • neu.de 	Übertragung von Nutzungs- und Änderungsrechten an eingestellten Inhalten
OVC Online Video Communications GmbH <ul style="list-style-type: none"> • kissnofrog.com 	1) Eine Guthabenübertragung auf den Folgemonat ist nicht möglich 2) Auch eine Guthabenerstattung ist nicht möglich 3) Übertragung von Nutzungs- und Änderungsrechten an eingestellten Inhalten
Prebyte Media GmbH <ul style="list-style-type: none"> • flirt-fever.de 	1) Verbraucher werden die Kosten der Rechtsverteidigung auferlegt 2) Die Prebyte Media GmbH legt in den AGB den Erfüllungsort fest, um Klagen gegen Verbraucher am Geschäftssitz des Unternehmens führen zu können

Übersicht der rechtlich problematischen Themenbereiche bei Erotikportalen

Erotikportale	Datenschutz
<p>Commatis GmbH</p> <ul style="list-style-type: none"> • blondinendating.com • fickzeit.de • oldiedate.com • parkplatzkartei.com • sexkiste.com 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Profile „kontaktsuchender Kunden“ werden auch auf anderen Portalen sowie anderen Webseiten veröffentlicht und zum Teil sogar exponiert auf Werbebannern dargestellt. 2) Nutzerdaten können zu Werbezwecken an Dritte weitergegeben werden 3) Die Portale räumen sich das Recht ein, Werbung via E-Mail, Fax oder SMS zu versenden 4) Nutzerdaten werden erst 7 Jahre nach der Kündigung gelöscht
<p>Cyberservices B.V.</p> <ul style="list-style-type: none"> • affaire.com 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Nutzerdaten können an Dritte weitergegeben werden und die Profile können auf anderen Portalen veröffentlicht werden, auch ohne ausdrückliche Einwilligung 2) Verwendung von Animateuren/Fake-Profilen 3) Das Portal verschickt automatisch Nachrichten im Namen des Nutzers
<p>dateyard AG</p> <ul style="list-style-type: none"> • affaireme.de • brauchsex.com • casualkontakt.com • dating.lustprofis.de • erooty.com • fremdfirten.de • fuckmich.com • richtigwild.de • rumgepoppe.de • sexdatesheute.com • sexfreunde.net • versautenachbarin.com • wasfickt.de 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Portale verschicken automatisch Nachrichten im Namen des Nutzers 2) Nutzerdaten können an Dritte weitergegeben werden, auch ohne ausdrückliche Einwilligung
<p>flirtano GmbH</p> <ul style="list-style-type: none"> • milfs.de 	<p>Nutzerdaten können an Dritte weitergegeben werden, auch ohne ausdrückliche Einwilligung</p>
<p>FriendScout24 GmbH</p> <ul style="list-style-type: none"> • secret.de 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Die Profile können auch ohne ausdrückliche Einwilligung auf anderen Portalen eingebunden werden 2) Nutzerdaten können auch ohne ausdrückliche Einwilligung an Dritte weitergegeben werden

<p>HQ Entertainment Network GmbH & Co. KG</p> <ul style="list-style-type: none"> • date4sex.com • flirtfair.de • fremdgehen69.com / de • lustparkplatz.com • lustportal18.com • Reif6.com • reifefrauen.com • treffpunkt18.de • xdates18.com • xpartner.de 	<p>1) Die Profile können auch ohne ausdrückliche Einwilligung auf anderen Portalen eingebunden werden</p> <p>2) Verwendung von Animateuren/Fake-Profilen</p> <p>4) Portale verschicken automatisch Nachrichten im Namen des Nutzers</p> <p>5) Nutzerdaten können an Dritte auch ohne ausdrückliche Einwilligung weitergegeben werden</p>
---	--

Erotikportale	Kündigung
<p>Commatis GmbH</p> <ul style="list-style-type: none"> • blondinendating.com • fickzeit.de • oldiedate.com • parkplatzkartei.com • sexkiste.com 	<p>Zur Kündigung wird die Schriftform verlangt</p>
<p>dateyard AG</p> <ul style="list-style-type: none"> • affaireme.de • brauchsex.com • casualkontakt.com • dating.lustprofis.de • erooty.com • fremdflierten.de • fuckmich.com • richtigwild.de • rumgepoppe.de • sexdatesheute.com • sexfreunde.net • versautenachbarin.com • wasfickt.de 	<p>Zur Kündigung wird die Schriftform verlangt</p>
<p>flirtano GmbH</p> <ul style="list-style-type: none"> • milfs.de 	<p>Zur Kündigung wird die Schriftform verlangt</p>

Erotikportale	Widerrufsrecht
Cyberservices B.V. <ul style="list-style-type: none"> • affaire.com 	Einschränkung des Widerrufsrechts, da es sich um digitale Inhalte handelt.
FriendScout24 GmbH <ul style="list-style-type: none"> • secret.de 	Der Anbieter verweigert Verbrauchern zum Teil die Geltendmachung ihres Widerrufsrechts. ³⁶
HQ Entertainment Network GmbH & Co. KG <ul style="list-style-type: none"> • date4sex.com • flirtfair.de • fremdgehen69.com / de • lustparkplatz.com • lustportal18.com • Reif6.com • reifefrauen.com • treffpunkt18.de • xdates18.com • xpartner.de 	Einschränkung des Widerrufsrechts, da es sich um digitale Inhalte handelt.

Erotikportale	Impressum
flirtano GmbH <ul style="list-style-type: none"> • milfs.de 	Die flirtano GmbH gibt im Impressum von milfs.de nicht alle notwendigen Kontaktdaten an

Erotikportale	Verwendung vermeintlicher Prüf- und Gütesiegel
dateyard AG <ul style="list-style-type: none"> • affaireme.de • brauchsex.com • casualkontakt.com • dating.lustprofis.de • erooty.com • fremdflierten.de • fuckmich.com • richtigwild.de • rumgepoppe.de • sexdatesheute.com • sexfreunde.net • versautenachbarin.com • wasfickt.de 	Auf den Portalen der dateyard AG werden Prüf- und Gütesiegel verwendet, ohne dass diese mit Hintergrundinformationen versehen werden, so dass die Prüfkriterien nicht überprüft werden können

³⁶ Diese Erkenntnis ergibt sich nicht aus der Widerrufsbelehrung selbst, sondern aus den bei den Verbraucherzentralen eingegangenen Verbraucherbeschwerden.

Erotikportale	Sonstige Verstöße
Commatis GmbH <ul style="list-style-type: none"> • blondinendating.com • fickzeit.de • oldiedate.com • parkplatzkartei.com • sexkiste.com 	1) Kündigt der Verbraucher, so verfällt das gesamte Guthaben 2) Das Guthaben ist zudem nur 3 Jahre lang gültig 3) Übertragung von Nutzungs- und Änderungsrechten an eingestellten Inhalten 4) Bei Zahlungsverzug betragen die Verzugszinsen 12 Prozent
Cyberservices B.V. <ul style="list-style-type: none"> • affaire.com 	Übertragung von Nutzungs- und Änderungsrechten an eingestellten Inhalten
dateyard AG <ul style="list-style-type: none"> • affairme.de • brauchsex.com • casualkontakt.com • dating.lustprofis.de • erooty.com • fremdflierten.de • fuckmich.com • richtigwild.de • rumgepoppe.de • sexdatesheute.com • sexfreunde.net • versautenachbarin.com • wasfickt.de 	Hohe Kosten bei einzelnen Bezahlmethoden
flirtano GmbH <ul style="list-style-type: none"> • milfs.de 	1) Unwiderrufliche Berechtigung zum Bankeinzug 2) Gerichtsstandsvereinbarung 3) Eine Erstattung von Guthaben ist nicht möglich
FriendScout24 GmbH <ul style="list-style-type: none"> • secret.de 	Übertragung von Nutzungs- und Änderungsrechten an eingestellten Inhalten
HQ Entertainment Network GmbH & Co. KG <ul style="list-style-type: none"> • date4sex.com • flirtfair.de • fremdgehen69.com / de • lustparkplatz.com • lustportal18.com • Reif6.com • reifefrauen.com • treffpunkt18.de • xdates18.com • xpartner.de 	1) Übertragung von Nutzungs- und Änderungsrechten an eingestellten Inhalten 2) Der Verbraucher kann mit dem Anbieter nur per Fax oder Post Kontakt aufnehmen

Partnervermittlungsportale:

Insgesamt finden sich bei den im Rahmen dieses Marktüberblicks untersuchten Partnervermittlungsportalen die wenigsten zu beanstandenden AGB-Klauseln. Allen gemeinsam ist aber der Versuch, das Widerrufsrecht einzuschränken. Ecift.de und parwise.de stechen negativ hervor, da sie durch AGB-Klauseln zudem Kündigungs- und Datenschutzrechte einschränken möchten. Parwise.de verstößt zusätzlich gegen Informationspflichten.

Singlebörsen:

Bei allen Singlebörsen lassen sich Klauseln finden, die Datenschutzrechte einschränken sollen. Zum Teil stellen diese Klauseln aber auch klare Verstöße gegen Datenschutzgesetze dar. Das Widerrufsrecht wird dagegen nur bei zwei der zehn Portale eingeschränkt. Auch bei den Singlebörsen partneravenue.de und primesingles.de der Frontline Digital GmbH, die ebenfalls Betreiberin der Partnervermittlung parwise.de ist, finden sich Klauseln zu Kündigungseinschränkungen und Verstöße gegen Informationspflichten. Im Übrigen verstößt nur single.de gegen Informationspflichten.

Erotikportale:

Bei den Erotikportalen lassen sich die meisten zu beanstandenden AGB-Klauseln finden. Aber auch hier überwiegen Klauseln zur Einschränkung der Datenschutzrechte und auch diese stellen zum Teil klare Verstöße gegen Datenschutzgesetze dar. Zudem gibt es häufig Klauseln zur Einschränkung der Kündigungsrechte und Verstöße gegen Informationspflichten. Nur bei Erotikportalen sind Klauseln anzutreffen, welche die Einbindung und Veröffentlichung der Nutzerprofile auf anderen Portalen erlauben. Auch Klauseln zur Übertragung von Nutzungs- und Änderungsrechten der eingestellten Inhalte lassen sich nur bei Erotikportalen finden.

6 FAZIT

Online-Dating ist in der Gesellschaft mittlerweile anerkannt, viele Partnerschaften werden online geschlossen. Allerdings zeigt der vorliegende Marktüberblick, dass die Partnersuche im Internet für Verbraucher viele Fallstricke aufweist.

Verbraucher müssen sich auf die Angaben der Portalanbieter zu Nutzerzahlen verlassen. Dabei können sie in Portalen auf inaktive Accounts, Fake-Profile und Love-Scammer stoßen, was die Zahl der verfügbaren realen Partner drastisch reduziert.

Beim Online-Dating wird eine Vielzahl sensibler Daten preisgegeben. Umso wichtiger wäre es, dass die Daten der Verbraucher von den Anbietern ausreichend geschützt werden. Der Marktüberblick zeigt aber, dass sich Singlebörsen und Erotikportale in ihren Datenschutzerklärungen weitreichende Verfügungsrechte über die Daten ihrer Nutzer einräumen.

Verbraucherbeschwerden im Frühwarnnetzwerk der Verbraucherzentralen zeigen vor allem bei Partnervermittlungen Probleme mit Kündigung und Wertersatzforderungen auf. Abo-Fallen finden sich hingegen eher bei Erotikportalen. Bei diesen und bei Singlebörsen lassen sich auch viele Portale finden, die in ihren AGB angeben, dass sie Fake-Profile einsetzen, um ihren Gewinn zu erhöhen. Bei diesen ist eine weitergehende Untersuchung der Geschäftspraktiken notwendig.

Betrachtet man in einem Gesamtüberblick alle Online-Dating-Portale, so fällt auf, dass es erstaunlich viele zweifelhafte AGB Klauseln gibt. Tatsächlich gibt es kein einziges Portal, das keine bedenkliche AGB Klausel verwendet. Hier zeigt sich, dass dringend Nachholbedarf besteht und Verbraucherrechte bisher noch zu wenig beachtet werden.

7 LITERATURVERZEICHNIS

- Miosga, Julia (2017): Jeder zweite Onliner glaubt an die große Liebe via Internet. bitkom-Studie zur Nutzung von Online - Dating - Diensten Große Mehrheit der Nutzer sucht festen Partner. Unter Mitarbeit von Bastian Pauly. Bitkom. Berlin. Online verfügbar unter <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Jeder-zweite-Onliner-glaubt-an-die-grosse-Liebe-via-Internet.html>, zuletzt aktualisiert am 13.02.2017, zuletzt geprüft am 20.03.2017.
- Moucha, P., Wiechers, H., Pflitsch, D. (2016): Der Online-Dating-Markt Deutschland 2015-2016. Eine Marktuntersuchung von Singlebörsen Vergleich. metaflake. Köln.
- Singlebörsenvergleich (2017): Partnervermittlung AcademicPartner: Test und Erfahrungen. Singlebörsen-Vergleich. Online verfügbar unter <http://www.singleboersevergleich.com/academicpartner-partnersuche>, zuletzt geprüft am 26.03.2017.
- Welt Online (2016): Was taugt Online-Dating wirklich? Partnersuche im Netz. In: Welt Online, 05.10.2016.
- Pleines, Chris: Facebook Online-Dating Studie 2016. ZU-ZWEIT.de. München.
- Scherschel, Fabian A. (2016): Dating-Seite Badoo: 127 Millionen Passwort-Hashes im Netz. heise.de. Online verfügbar unter <https://www.heise.de/security/meldung/Dating-Seite-Badoo-127-Millionen-Passwort-Hashes-im-Netz-3228893.html>, zuletzt aktualisiert am 7.6.16, zuletzt geprüft am 4.5.17.
- Schirmmacher, Dennis (2015): Nach Ashley-Madison-Hack: Erbeutete Daten veröffentlicht. Online verfügbar unter <https://www.heise.de/security/meldung/Nach-Ashley-Madison-Hack-Erbeutete-Daten-veroeffentlicht-2785057.html>, zuletzt geprüft am 04.05.2017
- Schreiber, Kathrin (2016): eServices - Dating Services Report 2016. statista. Hamburg.
- Schultz, Stefan (2016): Fake-Profile in Singlebörsen. Der Mann, der hundert hübsche Frauen spielte. Online verfügbar unter <http://www.spiegel.de/wirtschaft/service/singleboersen-ein-moderator-von-fake-profilen-spricht-ueber-seinen-job-a-1113937.html>, zuletzt geprüft am 26.01.2017.
- Telegraph Reporters (2016): Ashley Madison admits tricking men with fake fembots. Online verfügbar unter <http://www.telegraph.co.uk/women/life/ashley-madison-admits-tricking-men-with-fake-fembots/>, zuletzt aktualisiert am 06.07.2016, zuletzt geprüft am 10.03.2017.
- TRIA Mediaworx UG (2017): Allgemeine Geschäftsbedingungen. Online verfügbar unter <https://x2love.de/agb.php>, zuletzt aktualisiert am 04.06.2014, zuletzt geprüft am 09.06.2017.

- Verbraucherzentrale Bayern e.V. (19.01.2017): Dating-Portal muss irreführende Werbeaussagen ändern. Marktwächterexperten mahnen love-passions.net erfolgreich ab. München, Berlin. Online verfügbar unter <http://www.marktwaechter.de/>.
- Wiechers, H., Pflitsch, D., Moucha, P. (2015): Der Online-Dating-Markt 2014-2015. Eine Marktuntersuchung von Singlebörsen Vergleich. metaflake. Köln.
- Witting, Jörg; Jäger, Martin; Assion, Simon (2016): Medienkartellrecht. Kurzbeitrag. In: AfP - Zeitschrift für Medien- und Kommunikationsrecht (1), S. 19–23, zuletzt geprüft am 26.3.17.

8 ANHANG: UNTERSUCHTE ANBIETER UND PORTALE

Folgende Anbieter und Websites wurden für den Marktüberblick untersucht. Es handelt sich dabei um die Websites, zu denen im Jahr 2016 Beschwerden ins Frühwarnnetzwerk der Verbraucherzentralen einfließen.

Anbieter	Gemeldete Websites
50plus-Treff GmbH	50plus-treff.de
Affinitas GmbH*	edarling.de
Be Beauty GmbH*	edates.de
Blackbytes Websoftware S.L.	sex-mich.com
Commatis GmbH*	blondinendating.com fickzeit.de oldiedate.com parkplatzkartei.com sexkiste.com
Cyberservices B.V.*	seitensprungarea.com
DateMe s.r.o.	erotikdating.com
dateyard AG*	affaireme.de brauchsex.com dating.lustprofis.de erooty.com fremdflierten.de fuckmich.com geheimedates.com richtigwild.de rumgepoppe.de sexdatesheute.com sexfreunde.net versautenachbarin.com wasfickt.de
Elit Teknoloji Hizmetleri İnternet A.Ş.*	ecift.de
Elite Service GmbH ³⁷	elitepartner.de

³⁷ Die Portale Elitepartner und Parship wurden im September 2016 von der zur Pro7-Sat.1-Gruppe gehörenden PE Digital gekauft. Das zu Elitepartner gehörende Portal Academic Partner wurde im Jahr

EliteMedianet GmbH	elitepartner.de
flirtano GmbH*	milfs.de
Flirtcafe Online GmbH*	flirtcafe.de
free communication GmbH*	single.de ³⁸
FriendFinder Networks Inc.*	adultfriendfinder.com sexnet.com
FriendScout24 GmbH*	friendscout24.de ³⁹ lovescout24.de secret.de
Frontline Digital GmbH*	partneravenue.de parwise.de primesingles.de
FunDorado GmbH	erotikdating.de
HQ Entertainment Network GmbH & Co. KG*	eroverein.com flirtfair.de fremdgehen69.com fremdgehen69.de lustparkplatz.com reif6.com reifefrauen.com treffpunkt18.de xdates18.com xpartner.de
Ideawise Limited	flirten.de
Ideo Labs GmbH*	click-and-date.de daily-date.de dateformore.de just-date.de only-dates.de
Interdate S.A.	c-date.de lisa18.de

2016 eingestellt. Da im Zuge der Übernahme verschiedene Umfirmierungen vorgenommen wurden, sind die Portale in der Liste unter mehreren Anbietern aufgeführt.

³⁸ Single.de wurde im August 2016 von der Freenet GmbH an die free communication GmbH verkauft.

³⁹ Das Portal FriedScout24 wurde im Laufe des Jahres 2016 in LoveScout24 umbenannt.

interyard GmbH*	dailyflirt.de secretmilfs.de seitensprungrevier.de
iworks 24 GmbH	saiffair.de
Minepa Media S.L., Debcon Debitorenmanagement und Consulting GmbH	authentic-german-fuckstories.com
netforge GmbH & Co. KG	firststaffair.de
networksys Co. Ltd	kiss-friends.com
NEU.DE GmbH*	neu.de
OVC Online Video Communications GmbH*	kissnofrog.com
Parship GmbH	parship.de
Paysite System Sextermedia	sextermedia.com
PE Digital GmbH*	academicpartner.de elitepartner.de parship.de
Pinoxy s.r.o.	ilikeyou.com
Prebyte Media GmbH*	flirt-fever.de
PrimeConn GmbH	single-chat.net
Tinder, Inc.	gotinder.com
TRIA Mediaworx UG	x2love.de
Unister GmbH	partnersuche.de
Wire 7 Ltd	Big7.com
Zoosk, Inc.	zoosk.com

Zu den mit einem * gekennzeichneten Anbieter liegen mehr als eine Beschwerde vor, weshalb sie im Rahmen der rechtlichen Überprüfung untersucht wurden.

IMPRESSUM

Herausgeber

Verbraucherzentrale Bayern e. V.
Vorstand Marion Zinkeler
Mozartstraße 9
80336 München
Tel. (089) 55 27 94-0
Fax: (089) 53 75 53
E-Mail: info@vzbayern.de

Autoren: Susanne Baumer, Christian Geißler

Titellillustration: ©kentoh - stock.adobe.com

Stand: Oktober 2017 (2)

© Verbraucherzentrale Bayern e. V.

Gefördert durch:



Bundesministerium
der Justiz und
für Verbraucherschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

verbraucherzentrale