Das wachsende Phänomen der

SUBSCRIPTION ECONOMY

Eingehende Analyse
der verschiedenen Abonnementdienste
aus Verbrauchersicht

30 JAHRE ANNI
Verbraucherzentrale Südtirol
Centro Tutela Consumatori Utenti

Finanziato dal MIMIT
D.D. 12 maggio 2025

Das wachsende Phänomen der „Subscription Economy“

Eingehende Analyse der verschiedenen Abonnementdienste aus Verbrauchersicht

Zusammenfassung

Die Abonnementwirtschaft stellt eine der bedeutendsten Veränderungen in den wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Verbrauchern und Firmen der letzten Jahre dar, doch ihre Entwicklung besteht nicht in der Schaffung völlig neuer Produkte, sondern vielmehr in der Umgestaltung der Art und Weise, wie bereits existierende Güter den Verbrauchern zur Verfügung gestellt werden.
Sie bietet sowohl Unternehmen als auch Verbrauchern neue Möglichkeiten und fördert Innovation, Flexibilität und den Zugang zu immer fortschrittlicheren Dienstleistungen.
Damit sich dieses Modell nachhaltig entwickeln kann, ist es jedoch unerlässlich, dass die technologische Innovation mit einem hohen Maß an vertraglicher Transparenz und einem wirksamen Schutz der Verbraucherrechte einhergeht.
Die von der Verbraucherzentrale Südtirol (VZS) zwischen April und Juli 2026 durchgeführte Untersuchung zeigt ein insgesamt positives Bild, das durch Anbieter geprägt ist, die effiziente digitale Instrumente und allgemein zugängliche Bedingungen bereitstellen. Es besteht jedoch weiterhin Verbesserungsbedarf, insbesondere hinsichtlich der Einfachheit der Kündigungsverfahren, der Klarheit der Mitteilungen zu automatischen Verlängerungen und der vollständigen Verständlichkeit der kommerziellen Angebote, ihrer Preiserhöhungen und Änderungen. Auch in Bezug auf die außergerichtlichen Streitbeilegungsverfahren (ADR-Verfahren) herrscht noch Informationsbedarf. Der Bericht schließt mit Vorschlägen für gesetzliche Regelungen.
In einem Umfeld, in dem die Zahl der Abonnementdienste weiter zunehmen wird, wird der Verbraucher zunehmend aufgefordert sein, eine aktive Rolle zu übernehmen, indem er seine Bedürfnisse sorgfältig abwägt, seine eingegangenen finanziellen Verpflichtungen überwacht und die gesetzlich vorgesehenen Schutzinstrumente kennt.

Inhalt

Zusammenfassung....2
Einleitung....5
Warum nehmen Abonnements weiter zu?....6
Kapitel 1 – Die Abonnementwirtschaft aus Verbrauchersicht: Erkenntnisse aus der wissenschaftlichen Literatur....7
1.1 Über das Wirtschaftsmodell hinaus: Die Rolle des Verbraucherverhaltens....7
1.2 Die „Fear of Missing Out“ und das Marketing des exklusiven Zugangs....7
1.3 Die Unterschätzung der Ausgaben und die „kognitive Belastung“ durch Abonnements....8
1.4 Das Problem der Kündigung von Abonnements....8
1.5 Der Kontexteffekt: Wenn sich die Wahrnehmung des Produkts verändert....9
1.6 Verbraucherbewertungen....9
1.7 Die Auswirkungen auf den Verbraucherschutz....10
Kapitel 2 – Die Subscription Economy: Marktentwicklung und Auswirkungen auf die Verbraucher 11
2.1 Von der Besitzwirtschaft zur Zugangswirtschaft....11
2.2 Die Gründe für den Erfolg des Abonnementmodells....11
2.3 Die kritischen Punkte der Subscription Economy....12
2.4 Der rechtliche Rahmen....12
2.5 Die Bedeutung der Vertragstransparenz....13
Kapitel 3 – Methodik der Untersuchung....14
3.1 Zweck der Untersuchung....14
3.2 Auswahlkriterien für die analysierten Dienste....14
3.3 Verwendete Quellen....15
3.4 Analyseparameter....15
3.5 Grenzen der Untersuchung....17
3.6 Kriterien zur Interpretation des Berichts....17
Kapitel 4 – Die Ergebnisse der Untersuchung: Gemeinsame Trends und kritische Punkte der Subscription Economy....19
4.1 Ein Markt, der durch immer ähnlicher werdende Vertragsmodelle gekennzeichnet ist....19
4.2 Der Vertragsabschluss: ein schneller und intuitiver Prozess....19
4.3 Die zunehmende Vielfalt der Angebote....20
4.4 Die automatische Verlängerung als Marktregel....20
4.5 Die Kündigung: Der wichtigste Punkt....21
4.6 Kundenservice und Beschwerdemanagement....21
4.7 Die Frage der leihweise zur Verfügung gestellten Geräte....22
4.8 Vom Streaming zu „kostenpflichtigen“ Funktionen: Die neuen Grenzen der Subscription Economy....23
4.9 Abschließende Überlegungen....23
Kapitel 5 – Vergleichende Analyse der Abonnementdienste....24
5.1 Video-Streaming-Plattformen....24
Netflix....24
Amazon Prime....25
DAZN....25
Sky....26

NOW....26
Disney+....26
5.1.1 Vergleichende Überlegungen....27
5.2 Musik-Streaming-Dienste....27
Spotify....28
Apple Music....28
YouTube Music....28
5.2.1 Vergleichende Überlegungen....29
5.3 Software-Abonnements und Instrumente der künstlichen Intelligenz....29
Microsoft 365....30
ChatGPT Plus....30
5.3.1 Vergleichende Überlegungen....31
5.4 Mautdienste....31
Telepass....31
UnipolMove....32
MooneyGo....32
5.4.1 Die Verpflichtung zur Rückgabe des Geräts: der kritische Punkt....33
5.4.2 Kundenservice und Beschwerdeverfahren....33
5.4.3 Vergleichende Überlegungen....34
5.5 Logistikdienste im Abonnement....34
5.5.1 Die Merkmale des Modells....35
5.5.2 Transparenz der wirtschaftlichen Bedingungen....35
5.5.3 Automatische Verlängerung und Verwaltung des Abonnements....35
5.5.4 Kundenservice und Beschwerden....36
5.5.5 Vergleichende Überlegungen....36
5.6 Neue Grenzen der Subscription Economy: Wenn auch Waren zu Dienstleistungen werden. 37
5.6.1 Die Abonnementwirtschaft der Zukunft....38
Kapitel 6 – Empfehlungen und Perspektiven: Auf dem Weg zu einer transparenteren Abonnementwirtschaft....39
6.1 Die wichtigsten Erkenntnisse aus der Untersuchung....39
6.2 Best practises....39
6.3 Verbesserungsbedarf....40
6.4 Die Rolle des Verbrauchers....41
6.5 Leitfaden für Verbraucher....41
6.6 Ein Blick in die Zukunft....42
Kapitel 7 – Regulierungsvorschläge....44

Einleitung

In den letzten Jahren hat der Markt für Abonnementdienste ein beispielloses Wachstum erlebt und die Art und Weise, wie Verbraucher und Unternehmen mit dem Kauf von Waren und Dienstleistungen umgehen, tiefgreifend verändert. War das Abonnementmodell anfangs auf wenige Branchen wie Zeitschriften, Pay-TV oder bestimmte professionelle Dienstleistungen beschränkt, so betrifft es heute immer mehr Bereiche des täglichen Lebens: Video- und Musik-Streaming-Plattformen, Software und Anwendungen für die Arbeit, Tools der künstlichen Intelligenz, Mautdienste, Logistik, Mobilität, Versicherungen bis hin zu innovativen Modellen in der Optik- und Automobilbranche.

Dieses Phänomen, das mittlerweile als **„Subscription Economy“** bekannt ist, steht für den Übergang von einer auf Besitz basierenden Wirtschaft hin zu einer zunehmend auf Zugang ausgerichteten Wirtschaft. Der Verbraucher erwirbt ein Produkt oder eine Dienstleistung nämlich nicht mehr unbedingt endgültig, sondern zahlt eine regelmäßige Gebühr, um diese so lange nutzen zu können, wie sein Abonnement aktiv ist. Dieses Modell bietet unbestreitbare Vorteile, wie die Möglichkeit, auf stets aktuelle Dienste zuzugreifen, eine größere Flexibilität und in der Regel geringe Anschaffungskosten. Gleichzeitig bringt es jedoch neue Herausforderungen mit sich, die im Hinblick auf den Verbraucherschutz besondere Aufmerksamkeit erfordern.

Die zunehmende Verbreitung von Abonnements hat in der Tat zu einer wachsenden Komplexität bei der Verwaltung der Vertragsbeziehungen geführt. Die kommerziellen Angebote werden immer vielschichtiger, mit unterschiedlichen Servicestufen, zeitlich begrenzten Sonderaktionen, kostenlosen Probezeiten, Rabatten für bestimmte Nutzergruppen und automatischen Verlängerungen, was es schwierig machen kann, zu erkennen, welche Lösung tatsächlich die günstigste ist. Hinzu kommen Kündigungsverfahren, die häufig komplexer sind als der Vertragsabschluss, unterschiedliche Verfahren zur Bearbeitung von Beschwerden, Verpflichtungen zur Rückgabe von Geräten, die leihweise zur Verfügung gestellt wurden, sowie Vertragsbedingungen, die sich von Anbieter zu Anbieter erheblich unterscheiden.

Gerade die Phase der Kündigung stellt einen der kritischsten Aspekte dar. In den meisten Fällen heben die Websites der wichtigsten Anbieter nämlich Schaltflächen wie „Abonnieren“, „Jetzt aktivieren“ oder „Angebot entdecken“ deutlich hervorgehoben, während der Weg zur Beendigung des Vertragsverhältnisses in der Regel mehrere Schritte, den Zugang zum Kundenbereich und eine vorherige Kenntnis der in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen vorgesehenen Verfahren erfordert – und das, obwohl seit dem 19. Juni 2026 die Einbindung einer speziellen Kündigungsschaltfläche (oder einer entsprechenden digitalen Funktion) auf Websites und in Apps, die Waren oder Dienstleistungen online an Verbraucher verkaufen, vorgeschrieben ist[1] .

Ein weiterer wichtiger Aspekt betrifft automatische Verlängerungen. Artikel 65-bis des Verbraucherschutzgesetzes sieht spezifische Informationspflichten für den Unternehmer bei befristeten Verträgen mit automatischer Verlängerungsklausel vor: dem Verbraucher muss mindestens dreißig Tage vor Ablauf des Vertrags eine Mitteilung zugesandt werden, damit dieser in voller Kenntnis der Sachlage entscheiden kann, ob er das Vertragsverhältnis fortsetzen möchte oder nicht. In der Praxis kommt es jedoch häufig vor, dass solche Mitteilungen nicht deutlich erkennbar sind oder über Kanäle übermittelt werden, die leicht übersehen werden können, wie z. B. Benachrichtigungen im persönlichen Kundenbereich oder E-Mails, die leicht mit Werbemitteilungen verwechselt werden können. Aus diesem Grund ist es immer ratsam, sich das

1 Artikel 54-bis des Verbrauchergesetzbuches

Verlängerungsdatum des eigenen Abonnements zu notieren und regelmäßig alle vom Anbieter erhaltenen Mitteilungen zu überprüfen.
Auch bei der Abwicklung von Kundendienstanfragen und Beschwerden gibt es erhebliche Unterschiede zwischen den verschiedenen Anbietern. Einige stellen zahlreiche Kontaktkanäle zur Verfügung – darunter zertifizierte E-Mail, Einschreiben, telefonischen Kundendienst, Chat, persönliche Service-Schalter und geschlossene Kundenbereiche –, während andere ausschließlich digitale Kanäle bevorzugen. Die vorherige Kenntnis der Modalitäten zur Ausübung der eigenen Rechte ist ein grundlegender Aspekt, um eventuelle Beanstandungen in Bezug auf ungerechtfertigte Abbuchungen, Störungen des Dienstes, einseitige Änderungen der Vertragsbedingungen oder Probleme bei der Beendigung des Vertragsverhältnisses anzugehen.
Besondere Aufmerksamkeit verdient zudem die Bereitstellung von Geräten im Rahmen eines Leihvertrags. Mautdienste wie Telepass, UnipolMove oder MooneyGo sowie bestimmte Fernseh- oder Internetangebote, bei denen Decoder oder andere Geräte bereitgestellt werden, verpflichten den Verbraucher zur Rückgabe der Geräte innerhalb festgelegter Fristen. Die Nichteinhaltung kann zur Verhängung von Vertragsstrafen oder zur Anlastung des Gerätewerts führen, weshalb es umso wichtiger ist, die sich aus dem Vertrag ergebenden Verpflichtungen genau zu kennen.
Die Entwicklung der „Subscription Economy“ betrifft zudem Bereiche, die bis vor wenigen Jahren nicht im Abonnements verfügbar waren. Neben digitalen Diensten entstehen innovative Modelle, die beispielsweise den Optikbereich betreffen – mit Programmen, die es ermöglichen, regelmäßig neue Brillen zu erhalten – oder die Automobilbranche, in der bestimmte Fahrzeugfunktionen nur gegen Zahlung einer wiederkehrenden Gebühr freigeschaltet werden können. Es handelt sich um Geschäftsmodelle, die nicht nur wirtschaftliche, sondern auch ethische Fragen aufwerfen, insbesondere wenn sie Funktionen betreffen, die bereits in dem vom Verbraucher erworbenen Produkt vorhanden sind.

Warum nehmen Abonnements weiter zu?

Die Dynamiken, die die „Subscription Economy“ prägen, lassen sich nicht ausschließlich durch eine wirtschaftliche Analyse erfassen. Verschiedene Studien zeigen nämlich, dass Abonnementmodelle auch von psychologischen und verhaltensbezogenen Faktoren beeinflusst werden.
Eine 2024 von A. Shaji George[2] veröffentlichte Studie, die sich mit den psychologischen Kosten eines Überangebots an Abonnementdiensten befasst, zeigt, dass ein erheblicher Anteil der Verbraucher Dienste aktiv hält, die sie nur selten nutzen oder sogar ganz vergessen haben. Die Studie führt dieses Phänomen auf eine Kombination aus automatischer Verlängerung, der Angst, etwas zu verpassen (Fear of Missing Out – FOMO), und Marketingstrategien zurück, die den exklusiven Zugang zu Inhalten oder Funktionen betonen, die Abonnenten vorbehalten sind.
Vor diesem Hintergrund soll der vorliegende Bericht eine vergleichende Analyse der wichtigsten auf dem Markt verfügbaren Abonnementdienste bieten und dabei deren Vertragsbedingungen, Anmelde- und Kündigungsmodalitäten, Verlängerungssysteme, Support- und Beschwerdemechanismen sowie die aus Sicht des Verbraucherschutzes relevantesten Aspekte untersuchen. Ziel ist es, einen klaren und aktuellen Überblick über die Praktiken der wichtigsten Anbieter zu geben, die Unterschiede zwischen den verschiedenen Dienstleistungsmodellen aufzuzeigen und den Verbrauchern nützliche Informationen an die Hand zu geben, damit sie fundiertere Entscheidungen treffen und ihre Vertragsbeziehungen korrekt verwalten können.

2 Unsubscribe From Anxiety: The Psychological Costs of Subscription Service Overload, Dr. A.Shaji George, Partners Universal International Innovation Journal (PUIIJ), 2024
https://puiij.com/index.php/research/article/view/141/112

Kapitel 1 – Die Abonnementwirtschaft aus Verbrauchersicht: Erkenntnisse aus der wissenschaftlichen Literatur

1.1 Über das Wirtschaftsmodell hinaus: Die Rolle des Verbraucherverhaltens

Die Abonnementwirtschaft wird im Allgemeinen als ein Wirtschaftsmodell beschrieben, das auf wiederkehrenden Zahlungen für den kontinuierlichen Zugang zu Gütern und Dienstleistungen basiert. Diese Definition ist zwar korrekt, reicht jedoch nicht aus, um den Erfolg dieses Modells zu erklären oder den Grund dafür, warum es sich weiterhin auf immer neue Branchen ausweitet.
In den letzten Jahren haben zahlreiche Studien nämlich gezeigt, dass die Verbreitung von Abonnements nicht ausschließlich von wirtschaftlichen oder technologischen Faktoren abhängt, sondern stark von psychologischen und verhaltensbezogenen Elementen beeinflusst wird, die sich auf die Entscheidungen der Verbraucher auswirken.
Die Entscheidung für einen Abonnementdienst stellt nämlich eine andere Wahl dar als der traditionelle Kauf einer Ware. Der Verbraucher bewertet nicht nur den Preis oder die Qualität des Produkts, sondern geht eine dauerhafte Beziehung mit dem Anbieter ein, die durch regelmäßige Zahlungen, automatische Verlängerungen und ständige Aktualisierungen des Dienstes gekennzeichnet ist – oft handelt es sich dabei um exklusive Angebote, für die es auf dem Markt keine Alternativen gibt.
Um die Chancen und Herausforderungen der Subscription Economy vollständig zu verstehen, ist es daher notwendig, auch zu analysieren, wie Verbraucher diese Vertragsmodelle wahrnehmen und welche Mechanismen ihre Entscheidungen beeinflussen.

1.2 Die „Fear of Missing Out“ und das Marketing des exklusiven Zugangs

Eines der in der wissenschaftlichen Literatur häufiguntersuchten Phänomene betrifft die sogenannte „Fear of Missing Out“ (FOMO), ein Begriff, der die Angst bezeichnet, von als relevant erachteten Erlebnissen ausgeschlossen zu werden oder Chancen zu verpassen, die anderen Verbrauchern zur Verfügung stehen.
Im Kontext der Subscription Economy kommt diesem Mechanismus besondere Bedeutung zu.
Viele Dienste bauen ihre Werbekommunikation nämlich auf der Idee des exklusiven Zugangs auf und bieten Inhalte, die Abonnenten vorbehalten sind, Premium-Funktionen, zeitlich begrenzte Angebote oder Vorteile, die Nutzern, die sich für kostenlose oder gelegentliche Angebote entscheiden, nicht zur Verfügung stehen.
Laut einer 2024 von A. Shaji George veröffentlichten Studie geben etwa 80 % der Verbraucher an, Formen von FOMO zu erleben, die durch die ständige Konfrontation mit Werbebotschaften und

Inhalten in den sozialen Medien ausgelöst werden, welche Dienste bewerben, die ausschließlich im Abonnement erhältlich sind.
Dieses Phänomen trägt dazu bei, dass das Abonnementmodell aus kommerzieller Sicht besonders effektiv ist, da der Verbraucher dazu neigt, nicht nur den Wert der Dienstleistung zu bewerten, sondern auch das wahrgenommene Risiko, von als erstrebenswert erachteten Vorteilen ausgeschlossen zu werden.

1.3 Die Unterschätzung der Ausgaben und die „kognitive Belastung“ durch Abonnements

Ein zweiter Aspekt, der sich aus der Untersuchung ergab, betrifft die Schwierigkeit der Verbraucher, die **Gesamtkosten** wiederkehrender Zahlungen richtig einzuschätzen.
Im Gegensatz zum herkömmlichen Kauf, bei dem der Preis in einer einzigen Zahlung entrichtet wird, verteilt die regelmäßige Zahlung die Ausgaben in der Regel über einen längeren Zeitraum und macht sie dadurch weniger offensichtlich.
Die Studie von George (2024) zeigt, dass viele Verbraucher den Gesamtbetrag, den sie für Abonnements ausgeben, erheblich unterschätzen und dabei Ausgaben angeben, die um **mehr als hundert Dollar pro Monat** unter den tatsächlich angefallenen Beträgen liegen. Dieses Phänomen wird auf die sogenannte „kognitive Belastung“ zurückgeführt, d. h. auf den kognitive Aufwand, der durch das gleichzeitige Vorhandensein zahlreicher kleiner automatischer Zahlungen entsteht, die weniger wahrnehmbar sind als ein einmaliger Kauf in gleicher Höhe.
Dieser Aspekt gewinnt unter dem Gesichtspunkt des Verbraucherschutzes besondere Bedeutung.
Die Anhäufung zahlreicher Abonnements mit geringen Einzelkosten kann nämlich zu hohen Gesamtkosten führen, die vom Nutzer oft nicht vollständig wahrgenommen werden.
Daraus ergibt sich die Wichtigkeit, wiederkehrende Abbuchungen regelmäßig zu überprüfen und die tatsächliche Nutzung der abonnierten Dienste zu kontrollieren.
In diesem Sinne wäre eine Vorschrift, die den Anbieter verpflichtet, bei Vertragsabschluss die jährlichen Kosten des angebotenen Dienstes anzugeben, für die Verbraucher sicherlich hilfreich, um den Überblick über ihre Ausgaben nicht zu verlieren.

1.4 Das Problem der Kündigung von Abonnements

Zu den wichtigsten Ergebnissen der Fachliteratur gehört auch das Thema der Schwierigkeiten, auf die Verbraucher bei der Beendigung von Vertragsverhältnissen stoßen.
Die Studie von George (2024) zeigt, dass etwa 60 % der Befragten angaben, Schwierigkeiten bei dem Versuch gehabt zu haben, wiederkehrende Zahlungen für Abonnements zu beenden, die nur selten genutzt werden oder nicht mehr benötigt werden. Darüber hinaus sind mehr als 70 % der Befragten der Meinung, dass die Kündigungsverfahren bewusst komplexer gestaltet sind als die Vertragsabschlussverfahren, während mehr als 80 % angeben, dass sie sich leichter für einen anderen Anbieter entscheiden würden, wenn einfachere und schnellere Kündigungsmöglichkeiten zur Verfügung stünden.

Auch wenn sich diese Ergebnisse nicht automatisch auf alle auf dem Markt tätigen Anbieter übertragen lassen, verdeutlichen diese Daten eine weit verbreitete Wahrnehmung unter den Verbrauchern und bestätigen die Bedeutung von Transparenz bei den Kündigungsverfahren.
Dieser Aspekt gewinnt auch angesichts der jüngsten europäischen Regulierungsinitiativen zur Bekämpfung sogenannter manipulativer Praktiken (Dark Patterns) in digitalen Benutzeroberflächen besondere Bedeutung.
Die allgemeine Meinung der Verbraucher zu diesem Thema wird durch die Zahlen einer im Juli 2026 von der VZS durchgeführten Untersuchung bestätigt: Von insgesamt 90 überprüften E-Commerce-Unternehmen hatten nur 25 % (23 Unternehmen) die Kündigungsschaltfläche implementiert, wobei bei vier davon die Anmeldung bei Website oder Plattform erforderlich war, um kündigen zu können.

1.5 Der Kontexteffekt: Wenn sich die Wahrnehmung des Produkts verändert

Ein zweiter, besonders interessanter Forschungsansatz betrifft die Art und Weise, wie das Abonnementmodell die Wahrnehmung von Waren und Dienstleistungen durch die Verbraucher verändert. Die 2022 veröffentlichte Studie von Hyehyeon Baek und Kilsun Kim[3] geht von der sogenannten Kontexteffekt-Theorie aus, wonach die Präferenzen der Verbraucher nicht unveränderlich sind, sondern durch den Kontext beeinflusst werden, in dem das Produkt präsentiert wird.
Auf die Abonnementwirtschaft angewendet, legt diese Theorie nahe, dass das Abonnementmodell nicht unbedingt das Produkt an sich verändert, sondern die Art und Weise, wie es wahrgenommen wird.
Eine Software, ein Auto, eine Brille oder ein Musikdienst können nämlich einen anderen Wert annehmen, wenn sie als fortlaufende Dienstleistung statt als einmalig erwerbbares Gut angeboten werden.
Den Autoren zufolge führt die Änderung des Vertriebsmodells somit zu einer veränderten Wahrnehmung seitens der Verbraucher und beeinflusst deren Kaufabsichten.

1.6 Verbraucherbewertungen

Die gleiche Studie hebt zudem eine Unterscheidung zwischen zwei verschiedenen Arten hervor, wie Verbraucher eine Dienstleistung bewerten.
Utilitaristische Motivationen beziehen sich auf den praktischen Nutzen des Produkts, seine Funktionalität und die Fähigkeit, konkrete Bedürfnisse zu befriedigen.
Hedonistische Motivationen hingegen stehen im Zusammenhang mit Vergnügen, Unterhaltung, persönlicher Erfahrung und emotionaler Befriedigung.

3 An Exploratory Study of Consumers' Perceptions of Product Types and Factors Affecting Purchase Intentions in the Subscription Economy: 99 Subscription Business Cases, Hyehyeon Baek and Kilsun Kim, College of Business, Sogang University of Seoul, 2022
https://www.mdpi.com/2076-328X/12/6/179

Die Forschungsergebnisse zeigen, dass im Rahmen der Subscription Economy utilitaristische Motivationen weiterhin den wichtigsten Faktor darstellen, der die Kaufabsicht beeinflusst. Das Abonnementmodell kann jedoch die Wahrnehmung des Produkts selbst verändern und selbst Produkte, die traditionell als rein funktional gelten, **attraktiver erscheinen lassen**.
Dies trägt dazu bei, den Erfolg von Modellen zu erklären, die in sehr unterschiedlichen Branchen angewendet werden, von Software über Kfz-Dienstleistungen bis hin zu Brillen und Mobilitätsdiensten.

1.7 Die Auswirkungen auf den Verbraucherschutz

Die Erkenntnisse aus der wissenschaftlichen Literatur lassen einige Überlegungen zu, die auch unter dem Gesichtspunkt des Verbraucherschutzes nützlich sind.
Erstens zeigt sich, dass der Erfolg der „Subscription Economy“ nicht nur von der Qualität der angebotenen Dienstleistungen abhängt, sondern auch von der Fähigkeit der Anbieter, einfache, personalisierte und psychologisch fesselnde Konsumerlebnisse zu gestalten.
Zweitens wird deutlich, dass ein hohes Maß an vertraglicher Transparenz gewährleistet werden muss, damit der Verbraucher die Funktionsweise automatischer Verlängerungen, die tatsächlichen Kosten der Dienstleistung und die Modalitäten zur Beendigung des Vertragsverhältnisses klar nachvollziehen kann.
Schließlich macht die zunehmende Verbreitung von Abonnementmodellen es immer wichtiger, eine Kultur des bewussten Konsums zu fördern, in der die Entscheidung für einen Dienst nicht ausschließlich von emotionalen Faktoren oder aus der Werbung abgeleiteten Faktoren geleitet wird, sondern von einer überlegten Bewertung des tatsächlichen Nutzens des Dienstes und der wirtschaftlichen Tragbarkeit der eingegangenen Verpflichtung.
Die in der Fachliteratur dargelegten Überlegungen bilden daher einen nützlichen Interpretationsrahmen, um die Merkmale der in den folgenden Kapiteln analysierten Dienste zu verstehen und die Chancen und Herausforderungen der Subscription Economy bewusster einzuschätzen.

Kapitel 2 – Die Subscription Economy: Marktentwicklung und Auswirkungen auf die Verbraucher

2.1 Von der Besitzwirtschaft zur Zugangswirtschaft

In den letzten zwei Jahrzehnten hat das Konzept des Konsums einen tiefgreifenden Wandel erfahren. Während der Markt lange Zeit vorwiegend auf dem Verkauf von Gütern und Dienstleistungen gegen eine einmalige Zahlung beruhte, zieht es heute eine wachsende Zahl von Unternehmen vor, ihre Produkte im Rahmen von Abonnementmodellen anzubieten, die die Zahlung eines regelmäßigen Entgelts, in der Regel monatlich oder jährlich, vorsehen.
Dieses Wirtschaftsmodell, das als „Subscription Economy“ bezeichnet wird, basiert auf der Idee, dass der Wert nicht mehr so sehr im Besitz der Ware liegt, sondern vielmehr in der Möglichkeit, kontinuierlich darauf zugreifen zu können. Das Abonnement garantiert dem Verbraucher die Nutzung einer Dienstleistung während der gesamten Vertragslaufzeit, während der Anbieter von wiederkehrenden Einnahmen und einer stärkeren Kundenbindung profitiert.
Dieses Phänomen betraf zunächst einige spezifische Märkte, wie beispielsweise den Pay-TV- und den Verlagsmarkt, hat sich aber nach und nach auf zahlreiche andere Branchen ausgeweitet. Heute können Verbraucher Abonnements für audiovisuelle Streaming-Plattformen, Musikdienste, professionelle Software, Produktivitätswerkzeuge, KI-basierte Anwendungen, elektronische Mautdienste, Mobilität, Logistik, IT-Sicherheit und sogar für Güter abschließen, die traditionell als Eigentum erworben werden, wie beispielsweise Brillen oder bestimmte Fahrzeugfunktionen.
Dieser Wandel spiegelt eine umfassendere Veränderung der Konsumgewohnheiten wider, die durch die Digitalisierung, die Verbreitung elektronischer Zahlungsmethoden und die zunehmende Verfügbarkeit von über das Internet zugänglichen Diensten begünstigt wird.

2.2 Die Gründe für den Erfolg des Abonnementmodells

Aus Sicht der Unternehmen stellt das Abonnementmodell ein besonders wirksames Instrument dar, um wirtschaftliche Stabilität und vorhersehbare Einnahmen zu gewährleisten. Im Gegensatz zum traditionellen Verkauf endet die Beziehung zum Kunden nämlich nicht mit dem Erstkauf, sondern setzt sich im Laufe der Zeit durch wiederkehrende Zahlungen fort.
Dies ermöglicht es den Unternehmen, Investitionen genauer zu planen, neue Dienste zu entwickeln und dauerhafte Beziehungen zu ihren Kunden aufzubauen. Darüber hinaus ermöglicht die Verfügbarkeit von Daten zur Nutzung der Dienste die Personalisierung der kommerziellen Angebote und die Bereitstellung differenzierter Tarife, die auf die Bedürfnisse der verschiedenen Nutzer zugeschnitten sind.
Aus Sicht des Verbrauchers bieten Abonnements zahlreiche Vorteile. Die Anschaffungskosten sind in der Regel gering und ermöglichen den sofortigen Zugang zu Diensten, die in der Vergangenheit höhere Investitionen erfordert hätten. Updates sind oft im Preis inbegriffen, ebenso wie technischer Support und die Einführung neuer Funktionen.

Die große Auswahl an Tarifmodellen ermöglicht es zudem, das Serviceniveau zu wählen, das den eigenen Bedürfnissen am besten entspricht, mit speziellen Angeboten für Studierende, Familien, Berufstätige oder Unternehmen.

2.3 Die kritischen Punkte der Subscription Economy

Neben den Vorteilen weist das Abonnementmodell jedoch auch einige kritische Punkte auf, die sich direkt auf die Verbraucherrechte auswirken.
Der erste betrifft die zunehmende Fragmentierung der Angebote. Viele Anbieter bieten zahlreiche Tarifmodelle an, die sich hinsichtlich Preis, Servicequalität, Anzahl der gleichzeitig nutzbaren Nutzer, Vorhandensein von Werbung, Zusatzfunktionen und Vertragsdauer unterscheiden. Diese Vielzahl an Optionen macht es oft schwierig, unmittelbare Vergleiche anzustellen und die tatsächlich günstigste Lösung zu finden.
Weitere Probleme ergeben sich aus der hohen Häufigkeit, mit der die wirtschaftlichen Bedingungen im Laufe der Zeit geändert werden. Die Preise für Abonnements können steigen, die enthaltenen Leistungen können angepasst und die Vertragsbedingungen einseitig aktualisiert werden, wobei die Einhaltung der in den geltenden Rechtsvorschriften vorgesehenen Informationspflichten gewährleistet sein muss.
So erhöhte beispielsweise Netflix zwischen 2017 und 2024 die Preise für seine Abonnements in Italien ohne dafür einen vertraglich „wirksamen“ Grund anzugeben. Dies veranlasste die Verbraucherschutzorganisation „Movimento Consumatori“, eine Sammelklage auf Unterlassung einzureichen, die vom Gericht in Rom mit Urteil vom 1. April 2026 angenommen wurde. Das Gericht erklärte jene Klauseln für missbräuchlich, die es Netflix Italia ermöglichten, die Preise für die Basis, Standard- und Premium-Abonnements im oben genannten Zeitraum ohne triftigen Grund zu erhöhen, der hingegen gemäß dem Verbrauchergesetzbuch im Vertrag hätte angegeben werden müssen.
Besonders komplex ist zudem die Handhabung automatischer Verlängerungen. Obwohl dieser Mechanismus mittlerweile bei fast allen digitalen Diensten die Regel ist, kann er das Risiko mit sich bringen, dass dem Verbraucher weiterhin Kosten für nicht mehr genutzte Dienste entstehen, insbesondere wenn er das Verlängerungsdatum vergisst oder die vom Anbieter versandten Mitteilungen nicht beachtet.
Auch die Modalitäten zur Beendigung des Vertrags stellen aus verbraucherschutzrechtlicher Sicht einen besonders wichtigen Aspekt dar. Während der Abschluss eines Abonnements in der Regel einfach, unmittelbar und durch Werbekampagnen und Sonderangebote stark gefördert wird, kann das Kündigungsverfahren zahlreiche Schritte, Authentifizierungen und zusätzliche Überprüfungen erfordern, wodurch das Verfahren weniger unmittelbar wird.

2.4 Der rechtliche Rahmen

Im italienischen Kontext werden Abonnementdienste hauptsächlich durch das Verbrauchergesetzbuch geregelt, das den Anbietern spezifische Transparenz- und Informationspflichten auferlegt.
Vor Vertragsabschluss muss der Verbraucher klare Informationen über den Preis, die Laufzeit des Abonnements, die Verlängerungsmodalitäten, die Bedingungen für den Rücktritt, etwaige

Einschränkungen des Dienstes und die verfügbaren Möglichkeiten zur Einreichung von Beschwerden erhalten.
Von besonderer Bedeutung ist Artikel 65-bis des Verbraucherschutzgesetzes, der befristete Verträge mit automatischer Verlängerung regelt. Die Vorschrift sieht vor, dass der Unternehmer den Verbraucher mindestens dreißig Tage vor Ablauf des Vertrags über die Frist informiert, innerhalb derer das Kündigungsrecht ausgeübt werden kann. Erfolgt diese Mitteilung nicht, behält der Verbraucher die Möglichkeit, bis zum nächsten Vertragsablauf kostenlos zu kündigen.
Neben den nationalen Rechtsvorschriften finden auch die später umgesetzten europäischen Bestimmungen zu Fernabsatzverträgen, digitalen Diensten und Verbraucherschutz Anwendung, die immer höhere Standards hinsichtlich Transparenz und Fairness in den Beziehungen zwischen Gewerbetreibenden und Verbrauchern vorschreiben.

2.5 Die Bedeutung der Vertragstransparenz

Eines der Elemente, die die Qualität des Verbrauchererlebnisses am stärksten beeinflussen, ist die Transparenz der Vertragsinformationen.
Die Allgemeinen Abonnementbedingungen regeln grundlegende Aspekte des Vertragsverhältnisses, wie die Vertragslaufzeit, die Zahlungsmodalitäten, die Gründe für eine Aussetzung des Dienstes, die Beschwerdeverfahren, die Modalitäten für die Rückgabe etwaiger Geräte und die Instrumente zur Streitbeilegung.
Die Möglichkeit, diese Informationen leicht zu finden, ist ein wichtiger Indikator dafür, wie viel Aufmerksamkeit der Anbieter dem Schutz seiner Kunden widmet. Ebenso stellt die Einfachheit der Kündigungsverfahren einen wichtigen Maßstab für die geschäftliche Fairness des Anbieters dar.
Aus diesen Gründen beschränkt sich der vorliegende Bericht nicht darauf, die Kosten oder die kommerziellen Merkmale der wichtigsten Abonnementdienste zu analysieren, sondern berücksichtigt den gesamten Lebenszyklus des Vertragsverhältnisses: vom Vertragsabschluss über die laufende Abwicklung des Dienstes bis hin zur Beendigung des Vertrags und den dem Verbraucher zustehenden Schutzinstrumenten.

Kapitel 3 – Methodik der Untersuchung

3.1 Zweck der Untersuchung

Die folgende Untersuchung zielt darauf ab, die wichtigsten auf dem Markt angebotenen Abonnementdienste miteinander zu vergleichen und deren Vertragsbedingungen hinsichtlich Transparenz, Zugänglichkeit der Informationen und Verbraucherschutz zu analysieren.
Die Analyse konzentriert sich nicht ausschließlich auf die wirtschaftlichen Aspekte der Angebote, sondern berücksichtigt das gesamte Vertragsverhältnis zwischen Anbieter und Verbraucher: von der Unterzeichnung des Abonnements bis zu dessen Beendigung, einschließlich der Abwicklung der automatischen Verlängerung, des Kundensupports und etwaiger Beschwerdeverfahren.
Durch die vergleichende Analyse der Abschlussmodalitäten, der Verlängerungssysteme, der Kündigungsverfahren, der Supportkanäle und der von den verschiedenen Anbietern vorgesehenen Beschwerdewege soll der Bericht zu einem bewussteren Kaufverhalten beitragen und eine fundiertere Nutzung von Abonnementdiensten fördern.
Ziel ist es, einen Überblick über den Markt der „Subscription Economy“ zu bieten und dabei sowohl die von den Anbietern angewandten bewährten Praktiken als auch die Elemente hervorzuheben, die für die Nutzer Schwierigkeiten oder Probleme verursachen können.

3.2 Auswahlkriterien für die analysierten Dienste

Es wurden einige der wichtigsten Abonnementdienste untersucht, die bei italienischen Verbrauchern am weitesten verbreitet sind und verschiedenen Wirtschaftssektoren angehören.

Die Stichprobe umfasst Dienste aus folgenden Bereichen:

- Video-Streaming
- Fernsehunterhaltung
- digitale Musik
- Software und Produktivität
- KI-Tools
- elektronische Mauterhebung
- Logistik und Versand
- sonstige Dienstleistungen, die durch eine dauerhafte Kundenbeziehung gekennzeichnet sind

Die Entscheidung, derart unterschiedliche Kategorien zu analysieren, beruht auf dem Bestreben zu prüfen, ob die Anbieter – obwohl sie in unterschiedlichen Märkten tätig sind – ähnliche Vertragsmodalitäten anwenden oder ob es erhebliche Unterschiede in der Gestaltung der Kundenbeziehung gibt.

3.3 Verwendete Quellen

Die in diesem Bericht enthaltenen Informationen wurden durch die Auswertung der von den Anbietern zur Verfügung gestellten offiziellen Unterlagen zusammengestellt.

Insbesondere wurden dabei folgende Aspekte analysiert:

- die Allgemeinen Geschäftsbedingungen
- die wirtschaftlichen Bedingungen der Angebote
- die Abschnitte mit den häufig gestellten Fragen (FAQ)
- die Informationsseiten zu Verlängerungen und Kündigungen
- die Informationen zum Widerrufsrecht
- die Modalitäten des Kundensupports
- die vorgesehenen Verfahren zur Einreichung von Beschwerden
- etwaige Hinweise auf Verfahren zur alternativen Streitbeilegung (ADR).

Die Analyse wurde unter Berücksichtigung der zum Zeitpunkt der Erhebung öffentlich zugänglichen Informationen durchgeführt. Es sei daran erinnert, dass die Vertragsbedingungen von den Anbietern im Laufe der Zeit geändert werden können; daher ist der Verbraucher stets verpflichtet, vor Vertragsabschluss oder -beendigung die aktuellen Bedingungen zu überprüfen.

3.4 Analyseparameter

Um einen einheitlichen Vergleich zwischen Anbietern aus unterschiedlichen Branchen zu gewährleisten, wurde ein Erhebungsbogen mit einer Reihe gemeinsamer Indikatoren erstellt.

Zu den wichtigsten analysierten Aspekten gehören:

Ablauf des Vertragsabschlusses

Es wurde die Einfachheit des Verfahrens zum Abschluss des Vertrags bewertet, wobei die Anzahl der erforderlichen Schritte, die Klarheit der vorvertraglichen Informationen und die Transparenz bei der Darstellung der verfügbaren Angebote überprüft wurden.

Struktur der kommerziellen Angebote

Für jeden Anbieter wurden die Anzahl der verfügbaren Tarife, das Vorhandensein differenzierter Tarife für verschiedene Nutzergruppen, Premium-Optionen sowie eventuelle Aktionszeiträume oder kostenlose Probezeiten analysiert.

Vertragsdauer

Die Untersuchung berücksichtigte die Laufzeit des Abonnements, wobei zwischen monatlichen, jährlichen und anderen Vertragsarten sowie dem Vorhandensein etwaiger zeitlicher Bindungen unterschieden wurde.

Automatische Verlängerung

Besonderes Augenmerk wurde auf die Mechanismen der automatischen Verlängerung gelegt, wobei geprüft wurde, ob der Anbieter klare Informationen über die Modalitäten der Verlängerung und die Verfahren zu deren Verhinderung bereitstellt.
Zudem wurde geprüft, ob dem Verbraucher vor Ablauf des Vertrags entsprechende Vorabmitteilungen zukommen.

Kündigungsmodalitäten

Eines der zentralen Elemente der Untersuchung betrifft die Leichtigkeit, mit der der Verbraucher das Vertragsverhältnis beenden kann.

Für jeden Anbieter wurden dabei folgende Punkte untersucht:

- der für die Kündigung erforderliche Ablauf
- die Möglichkeit, die Kündigung direkt online vorzunehmen
- die Notwendigkeit, sich im Kundenbereich anzumelden
- die eventuelle Verwendung spezieller Formulare
- das Vorhandensein von Einschränkungen oder besonders komplexen Verfahren

Die Analyse berücksichtigt zudem die Sichtbarkeit der Informationen zur Vertragskündigung und deren Auffindbarkeit auf den Websites der Anbieter.

Kundenservice

Für jeden Dienst wurde die Verfügbarkeit der verschiedenen Supportkanäle überprüft, die den Verbrauchern zur Verfügung stehen.

Berücksichtigt wurden unter anderem:

- Telefon
- E-Mail
- PEC
- Chat
- Online-Formulare
- Schalter vor Ort
- Kundenbereich auf der Webseite des Anbieters (mit Login)
- Kundensupport über die mobile App

Die Anzahl der verfügbaren Kanäle ist ein wichtiger Indikator für die Erreichbarkeit des Kundendienstes.

Beschwerden

Die Untersuchung befasste sich mit den Möglichkeiten, wie Verbraucher eine formelle Beschwerde gegen den Dienstleister einreichen können.

Bewertet wurden das Vorhandensein spezieller Verfahren, die Klarheit der Informationen und die vom Anbieter zur Bearbeitung von Beanstandungen bereitgestellten Instrumente.

Alternative Streitbeilegung

Soweit vorgesehen, wurde die Möglichkeit geprüft, auf ADR-Verfahren (Alternative Dispute Resolution) zurückzugreifen, die es ermöglichen, Streitigkeiten zwischen Verbrauchern und Anbietern ohne Einschaltung der Justiz beizulegen. Diese Verfahren sind in den Bereichen Telekommunikation, Strom und Gas, Bank- und Finanzdienstleistungen sowie bei zivil- und handelsrechtlichen Mediationen obligatorisch.

Rückgabe von Geräten

Bei Dienstleistungen, die die Bereitstellung von Geräten im Rahmen eines Leihvertrags vorsehen, wurden das Vorliegen von Rückgabeverpflichtungen, die vorgesehenen Modalitäten sowie etwaige finanzielle Folgen im Falle einer Nichtrückgabe geprüft.

Die Auswahl der Analyseparameter orientierte sich nicht nur an vertraglichen Aspekten, sondern auch an den wichtigsten kritischen Punkten, die in der wissenschaftlichen Literatur hervorgehoben wurden, wie beispielsweise die automatische Verlängerung, die Einfachheit der Kündigungsverfahren, die Transparenz der wirtschaftlichen Bedingungen und die Rolle von Verhaltensmechanismen bei den Entscheidungen der Verbraucher.

3.5 Grenzen der Untersuchung

Die Untersuchung wurde auf der Grundlage der von den einzelnen Anbietern zur Verfügung gestellten Unterlagen und öffentlich zugänglicher Informationen durchgeführt.
Es wurden weder Überprüfungen durch den direkten Abschluss aller analysierten Dienste noch praktische Tests zur Nutzung der Kündigungsverfahren oder der Beschwerdebearbeitung durchgeführt. Folglich gibt der Bericht in erster Linie einen Überblick über die von den Anbietern bereitgestellten Informations- und Vertragsbedingungen. Darüber hinaus können sich die Geschäfts- und Vertragsbedingungen im Laufe der Zeit ändern; daher könnten sich einige Informationen nach Abschluss dieser Untersuchung ändern.

3.6 Kriterien zur Interpretation des Berichts

In den folgenden Kapiteln wird jeder Dienst einzeln nach einer einheitlichen Struktur analysiert, um einen unmittelbaren Vergleich zwischen den Anbietern zu ermöglichen.

Für jedes Abonnement werden folgende Aspekte untersucht:

- die Merkmale des Angebots
- die Modalitäten des Vertragsabschlusses

- die Funktionsweise der Verlängerung
- die Kündigungsmodalitäten
- die Support-Möglichkeiten
- die Modalitäten für die Einreichung von Beschwerden
- etwaige Verpflichtungen des Verbrauchers
- die aus Sicht des Verbraucherschutzes besonders relevanten Aspekte

Der gewählte Ansatz zielt nicht darauf ab, pauschale Urteile über die kommerzielle Qualität der Dienstleistungen zu fällen, sondern den Verbrauchern einen Vergleich der Vertragsbedingungen und der wichtigsten vorgesehenen Schutzmaßnahmen zu bieten, um fundiertere Kaufentscheidungen und ein größeres Bewusstsein bei der Verwaltung von Abonnements zu fördern.

Kapitel 4 – Die Ergebnisse der Untersuchung: Gemeinsame Trends und kritische Punkte der Subscription Economy

4.1 Ein Markt, der durch immer ähnlicher werdende Vertragsmodelle gekennzeichnet ist

Die Analyse der erfassten Dienste zeigt, dass die Subscription Economy einen hohen Reifegrad erreicht hat. Obwohl sie in sehr unterschiedlichen Branchen tätig sind – vom Video-Streaming über digitale Musik, professionelle Software und KI-Tools bis hin zu Maut- und Logistikdiensten – wenden die wichtigsten Anbieter immer einheitlichere Vertragsmodelle an.

Nahezu alle analysierten Dienste basieren nämlich auf einigen gemeinsamen Elementen:

- vollständig digitales Abonnement;
- regelmäßige Zahlung per Kreditkarte, Bankkonto oder andere elektronische Zahlungsmittel;
- automatische Verlängerung des Abonnements;
- Möglichkeit, den Tarif während der Vertragslaufzeit zu ändern;
- Vertragsverwaltung über einen persönlichen Online-Bereich;
- schrittweise Reduzierung der menschlichen Interaktion in den Phasen des Kaufs und des Kundensupports.

Diese Standardisierung trägt dazu bei, den Zugang zu den Dienstleistungen zu vereinfachen, überträgt dem Verbraucher jedoch gleichzeitig eine größere Verantwortung bei der Verwaltung seines Vertragsverhältnisses.
Während früher der Erwerb einer Dienstleistung oft die Einbeziehung eines Vermittlers oder den Besuch einer physischen Filiale erforderte, wird heute ein Großteil der Vorgänge selbstständig über Websites und mobile Anwendungen abgewickelt.

4.2 Der Vertragsabschluss: ein schneller und intuitiver Prozess

Einer der Aspekte, der besonders deutlich hervorsticht, betrifft die Einfachheit der Anmeldeverfahren.
Alle untersuchten Dienste widmen der Werbung für die verfügbaren Angebote viel Platz und heben die Vorteile des Vertragsabschlusses durch leicht erkennbare Schaltflächen wie „Abonnieren“, „Jetzt aktivieren“, „Sofort starten“, „Kostenlos testen“ oder ähnliche Formulierungen hervor.
Die wesentlichen Informationen zu Preis und Hauptmerkmalen des Dienstes sind in der Regel gut sichtbar und auf den ersten Bildschirm-Ansichten des Kaufprozesses platziert.

In vielen Fällen dauert der Vertragsabschluss nur wenige Minuten und kann vollständig online abgewickelt werden, ohne dass Unterlagen in Papierform oder Kontakt mit dem Kundenservice erforderlich sind.
Diese Einfachheit stellt sicherlich einen Vorteil für den Verbraucher dar, trägt aber auch dazu bei, impulsive oder unüberlegte Käufe zu begünstigen, insbesondere bei zeitlich begrenzten Sonderangeboten, Einstiegsrabatten oder kostenlosen Testphasen.
Die Vielzahl der verfügbaren Tarifmodelle macht es zudem erforderlich, besonders genau auf die Merkmale des gewählten Tarifs zu achten und die Entscheidung nicht ausschließlich vom Preis oder den am stärksten beworbenen Angeboten abhängig zu machen.

4.3 Die zunehmende Vielfalt der Angebote

Eines der bedeutendsten Phänomene, das sich aus der Untersuchung ergab, ist die zunehmende **Segmentierung der kommerziellen Angebote**.
Anbieter von Abonnementdiensten tendieren nämlich dazu, ihr Angebot durch zahlreiche Servicestufen zu differenzieren, die darauf ausgelegt sind, unterschiedliche Bedürfnisse und verfügbare Kaufkraft zu bedienen.
Im Bereich des audiovisuellen Streamings ist es beispielsweise mittlerweile üblich, Tarife zu finden, die sich durch folgende Merkmale unterscheiden:

- verfügbaren Videoqualität
- Vorhandensein oder Fehlen von Werbung
- Anzahl der gleichzeitig nutzbaren Geräte
- Möglichkeit zum Offline-Download
- zusätzliche Funktionen, die Premium-Nutzern vorbehalten sind

Ähnliche Unterschiede finden sich bei Musikdiensten, professioneller Software und auf künstlicher Intelligenz basierenden Tools.
Einerseits erweitert diese Vielfalt an Angeboten die Auswahlmöglichkeiten der Verbraucher; andererseits erschwert sie den Vergleich der Dienste und das Verständnis dafür, welches Abonnement tatsächlich den eigenen Bedürfnissen entspricht.
Eine unüberlegte Entscheidung kann nämlich dazu führen, dass man für nicht genutzte Funktionen bezahlt oder umgekehrt einen Tarif abschließt, der den eigenen Bedürfnissen nicht gerecht wird.

4.4 Die automatische Verlängerung als Marktregel

Zu den Elementen, die fast allen analysierten Diensten gemeinsam sind, gehört die automatische Verlängerung.
Dieser Mechanismus ermöglicht es, dass der Vertrag nach Ablauf der ursprünglich vorgesehenen Laufzeit ohne Unterbrechung fortgesetzt wird, indem der Betrag automatisch über die mit dem Kundenkonto verknüpfte Zahlungsmethode abgebucht wird.
Aus Sicht der Unternehmen bietet die automatische Verlängerung zweifellos Vorteile, da sie unbeabsichtigte Unterbrechungen des Dienstes verhindert und die Kontinuität der Nutzung gewährleistet.

Allerdings stellt sie auch eine der Hauptursachen für Probleme bei den Verbrauchern dar.
Laut George (2024) geben etwa 70 % der Verbraucher an, selten genutzte oder völlig vergessene Abonnements aufrechtzuerhalten, während die monatlichen Ausgaben gerade wegen der automatischen wiederkehrenden Zahlungen im Durchschnitt um mehr als hundert Dollar zu niedrig eingeschätzt werden.
Der kumulative Effekt zahlreicher kleiner Abonnements kann somit zu erheblichen jährlichen Ausgaben führen, die oft höher sind, als vom Verbraucher wahrgenommen wird.
Die Untersuchung bestätigt daher, wie wichtig es ist, die Verlängerungstermine im Auge zu behalten und die Liste der aktiven Abonnements regelmäßig zu überprüfen.

4.5 Die Kündigung: Der wichtigste Punkt

Der Aspekt, der mehr als jeder andere Beachtung verdient, betrifft die Modalitäten zur Beendigung des Vertragsverhältnisses.
Wie bereits festgestellt, ist die Schaltfläche zum Kündigen bei keinem der untersuchten Dienste so deutlich hervorgehoben wie die Verfahren zum Abschluss eines Abonnements.
Es ist kein Zufall, dass dieselbe oben genannte Studie hervorhebt, dass etwa 60 % der Nutzer angeben, Schwierigkeiten bei der Kündigung von Abonnements gehabt zu haben, und über 70 % der Meinung sind, dass die Verfahren von den Anbietern absichtlich kompliziert gestaltet werden.

In der Regel muss der Verbraucher:

- sich in seinen persönlichen Bereich einloggen
- sich mit seinen Zugangsdaten anmelden
- den Bereich für Abonnements aufrufen
- die Funktion zur Vertragsverwaltung auswählen
- seine Absicht zur Kündigung des Dienstes bestätigen
- etwaige weitere vom System geforderte Schritte ausführen

In den meisten Fällen lassen sich diese Verfahren zwar vollständig online durchführen, erfordern jedoch mehr Zeit und Aufmerksamkeit als der Abschluss eines Abonnements.
Die Untersuchung zeigt daher eine erhebliche Asymmetrie zwischen der Einfachheit des Vertragsabschlusses und der Kündigung des Vertragsverhältnisses auf – ein Phänomen, das einen Großteil der Subscription Economy durchgängig kennzeichnet.
Daher ist es besonders wichtig, dass sich der Verbraucher bereits zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses mit den Kündigungsverfahren vertraut macht.

4.6 Kundenservice und Beschwerdemanagement

Die von den Anbietern angebotenen Kundendienstleistungen sind sehr unterschiedlich.

Einige Anbieter stellen eine Vielzahl von Kanälen zur Verfügung, darunter:

- Telefon
- E-Mail
- PEC
- Online-Chat
- Webformulare
- persönliche Bereiche auf der Webseite
- eigene mobile Apps
- Standorte vor Ort

Andere hingegen bevorzugen einen fast ausschließlich digitalen Ansatz und beschränken die Möglichkeiten des direkten Kontakts.
Die Vielfalt der verfügbaren Kanäle gewinnt besonders bei technischen Problemen, Beanstandungen von Abrechnungen oder Anfragen zur Klärung der Vertragsbedingungen an Bedeutung.
Auch die Beschwerdeverfahren weisen von Anbieter zu Anbieter erhebliche Unterschiede auf.
Für den Verbraucher ist es daher von entscheidender Bedeutung, im Voraus zu prüfen, welche Mittel tatsächlich zur Verfügung stehen und welche Verfahren zur Einreichung etwaiger Beanstandungen zu nutzen sind.

4.7 Die Frage der leihweise zur Verfügung gestellten Geräte

Einige Dienste unterscheiden sich von anderen dadurch, dass dem Kunden physische Geräte zur Nutzung überlassen werden.
Dies gilt beispielsweise für elektronische Mautdienste oder bestimmte Fernsehangebote, bei denen Geräte, Decoder oder sonstige für die Nutzung des Dienstes erforderliche Vorrichtungen bereitgestellt werden.
In diesen Fällen geht die Kündigung des Abonnements nicht zwangsläufig mit dem Ende aller Verpflichtungen des Verbrauchers einher.
Die Rückgabe des Geräts innerhalb der im Vertrag vorgesehenen Fristen stellt nämlich eine wesentliche Verpflichtung dar. Die Nichteinhaltung der vom Anbieter angegebenen Modalitäten kann die Verhängung von Vertragsstrafen oder die Berechnung zusätzlicher Beträge zur Folge haben.
Dies ist ein Aspekt, der von den Nutzern oft unterschätzt wird, der jedoch auch noch Monate nach Beendigung des Vertragsverhältnisses zu Streitigkeiten führen kann.
Häufig besteht ein Ungleichgewicht zwischen der Lieferung des Produkts durch den Anbieter an den Verbraucher im Rahmen eines Leihvertrags und der entsprechenden Rückgabe des Geräts bei Kündigung. Im ersten Fall hat der Verbraucher fast immer die Möglichkeit, sich das Produkt bequem nach Hause liefern zu lassen, während die Rückgabe oft komplexer ist und sich auf die eigenständige Abgabe an Abgabestellen oder Geschäfte beschränkt, die kilometerweit entfernt oder sogar in einer anderen Stadt liegen.

4.8 Vom Streaming zu „kostenpflichtigen“ Funktionen: Die neuen Grenzen der Subscription Economy

Die Untersuchung bestätigt zudem, dass sich das Abonnementmodell zunehmend auf Branchen ausweitet, die traditionell nichts mit diesem Geschäftsmodell zu tun hatten.
Neben digitalen Diensten entstehen zunehmend Modelle, bei denen wiederkehrende Zahlungen für den Zugang zu Gütern oder Funktionen anfallen, die früher einmalig erworben wurden.
Besonders aussagekräftig ist das Beispiel von **Fahrzeugfunktionen**, die per Abonnement oder gegen Aufpreis aktiviert werden können, sowie das von **Brillen, die im Rahmen mehrjähriger Mitgliedschaftsprogramme bereitgestellt werden**.
Diese Modelle werfen neue Fragen zum Verhältnis zwischen Eigentum und Nutzung von Gütern auf.
Immer häufiger erwirbt der Verbraucher ein Produkt nicht im herkömmlichen Sinne, sondern erhält das Recht auf Zugang zu bestimmten Funktionen für die Dauer, in der sein Vertragsverhältnis besteht.
Die „Subscription Economy“ stellt somit nicht nur eine andere Zahlungsweise dar, sondern einen strukturellen Wandel in der Art und Weise, wie Güter und Dienstleistungen entworfen, vertrieben und konsumiert werden.

4.9 Abschließende Überlegungen

Die Querschnittsanalyse zeigt ein Gesamtbild, das durch einen hohen Digitalisierungsgrad, eine starke Verbreitung automatischer Vertragsverlängerungen und eine zunehmende Komplexität der kommerziellen Angebote gekennzeichnet ist.
Die Subscription Economy bietet zweifellos Vorteile in Bezug auf Flexibilität, Zugänglichkeit und Innovation, erfordert vom Verbraucher jedoch ein höheres Maß an Aufmerksamkeit als in der Vergangenheit.
Verlängerungen im Blick behalten, die Kündigungsverfahren kennen, die Vertragsbedingungen überprüfen und die Unterlagen zu den abgeschlossenen Abonnements korrekt aufbewahren sind heute wesentliche Maßnahmen für einen bewussten Umgang mit dem eigenen Konsum.
In den folgenden Kapiteln werden die einzelnen erfassten Dienste im Detail analysiert, wobei ihre vertraglichen Merkmale, die Modalitäten der Kundenbetreuung und die aus Sicht des Verbraucherschutzes besonders relevanten Aspekte hervorgehoben werden.

Kapitel 5 – Vergleichende Analyse der Abonnementdienste

5.1 Video-Streaming-Plattformen

Das Video-Streaming ist der Sektor, der mehr als jeder andere zur Verbreitung der „Subscription Economy“ in der breiten Öffentlichkeit beigetragen hat. Die Möglichkeit, über ein einfaches Monats- oder Jahresabonnement auf Filme, Fernsehserien, Sportveranstaltungen und On-Demand-Inhalte zuzugreifen, hat die traditionellen Modelle des Kaufs oder der Ausleihe audiovisueller Inhalte nach und nach abgelöst.
Die Analyse der wichtigsten auf dem italienischen Markt tätigen Plattformen zeigt ein insgesamt einheitliches Bild, in dem alle Anbieter Vertragsmodelle anwenden, die auf automatischer Verlängerung und der digitalen Abwicklung der gesamten Kundenbeziehung basieren. Es zeigen sich jedoch erhebliche Unterschiede hinsichtlich der Kündigungsmodalitäten, der Ausgestaltung des Kundendiensts und der Reklamationsmöglichkeiten sowie einiger spezifischer Verpflichtungen, die in den einzelnen Verträgen vorgesehen sind.

Netflix

Netflix stellt eines der etabliertesten Modelle der „Subscription Economy“ dar. Das Angebot gliedert sich in mehrere Abonnementstufen, die sich hinsichtlich der Videoqualität, der Anzahl der nutzbaren Geräte und der verfügbaren Funktionen unterscheiden.
Das Abonnement hat in der Regel eine monatliche Laufzeit, und die Gebühr wird automatisch am selben Tag jedes Monats abgebucht, an dem der Dienst abonniert wurde. Dieser Mechanismus gewährleistet eine kontinuierliche Nutzung, erfordert jedoch vom Verbraucher eine sorgfältige Überwachung der Fristen, da das Vertragsverhältnis ohne Kündigung automatisch fortgesetzt wird.
Das Verfahren zur Kündigung des Vertrags ist relativ einfach und lässt sich in wenigen Schritten über den persönlichen Bereich abschließen. Wie sich jedoch aus der Untersuchung ergab, gibt es auf der Website keine Kündigungsschaltfläche, die auf der Startseite sofort sichtbar ist: Der Nutzer muss sich zunächst anmelden und den Bereich zur Abonnementverwaltung aufrufen.
Was den Kundenservice betrifft, stellt Netflix verschiedene Kanäle zur Verfügung, darunter einen Online-Chat, telefonischen Support und Hilfe über das eigene Hilfezentrum. Im Falle von Streitigkeiten kann der Verbraucher eine Beschwerde direkt beim Unternehmen einreichen und, falls erforderlich, anschließend auf Instrumente der alternativen Streitbeilegung (ADR) zurückgreifen.
Insgesamt bietet Netflix ein recht unkompliziertes Vertragsverhältnis, das sich durch leicht einsehbare Bedingungen und nicht besonders komplexe Kündigungsverfahren auszeichnet, wobei jedoch eine gewisse Asymmetrie zwischen der Einfachheit des Vertragsabschlusses und der Kündigung besteht.

Amazon Prime

Amazon Prime weist einige Besonderheiten auf, die es von den anderen untersuchten Streaming-Diensten unterscheiden.
Das Abonnement beschränkt sich nämlich nicht auf die Nutzung audiovisueller Inhalte über Prime Video, sondern umfasst ein vielschichtiges Dienstleistungsangebot, darunter Expressversand, spezielle Angebote, Cloud-Speicherplatz, digitale Inhalte und weitere Vorteile, die den Abonnenten vorbehalten sind.
Dieser „Multiservice“-Charakter erschwert die Beurteilung des tatsächlichen Verhältnisses zwischen Kosten und Nutzen, da der Wert des Abonnements stark davon abhängt, inwieweit der jeweilige Verbraucher die verschiedenen verfügbaren Funktionen nutzt.
Zu den positivsten Aspekten, die sich aus der Untersuchung ergaben, gehört die besondere Einfachheit des Kündigungsverfahrens. Amazon ermöglicht nämlich die Kündigung direkt über den persönlichen Bereich und gewährt unter bestimmten Umständen sogar die Rückerstattung bereits gezahlter Beiträge, wenn die Verlängerung erst kürzlich erfolgte und die Vorteile des Abonnements noch nicht genutzt wurden.
Beachtenswert ist zudem die Möglichkeit, einige Tage vor der automatischen Verlängerung eine Erinnerung zu erhalten – ein Instrument, das dazu beitragen kann, das Risiko ungewollter Verlängerungen zu verringern.
Der Kundenservice ist eine der Stärken des Dienstes: Der Verbraucher kann Amazon per Chat, E-Mail oder Telefon kontaktieren, während etwaige Streitigkeiten zunächst über interne Verfahren und anschließend über ADR-Stellen geklärt werden können.

DAZN

Im Bereich des Sport-Streamings hat DAZN ein stark auf Flexibilität ausgerichtetes Angebotsmodell eingeführt, das verschiedene Abonnementstufen und zahlreiche Werbeaktionen im Laufe des Jahres umfasst.
Die Analyse zeigt ein relativ einfaches Kündigungsverfahren, obwohl während des Vorgangs verschiedene Bildschirme eingeblendet werden, die darauf abzielen, den Kunden davon zu überzeugen, sein Abonnement aufrechtzuerhalten, indem die Inhalte, die ihm entgehen würden, aufgezeigt oder alternative Angebote vorgeschlagen werden. Diese Bildschirme sind als regelrechte „Dark Patterns“ anzusehen, deren Ziel es ist, die FOMO („fear of missing out“, also die Angst, etwas zu verpassen) der Nutzer auszunutzen, um sie davon zu überzeugen, zahlende Kunden zu bleiben.
Es handelt sich um eine in der Branche mittlerweile weit verbreitete Geschäftspraxis, die die Ausübung einer Kündigung zwar nicht verhindert, den Abschluss des Verfahrens jedoch verzögern kann.
Was den Kundenservice betrifft, bietet DAZN eine Vielzahl von Kontaktmöglichkeiten an, darunter einen automatisierten Chat, Support per E-Mail, WhatsApp, Telefon und über soziale Netzwerke. Auch die Rechtsbehelfsmöglichkeiten sind vielfältig und sehen zunächst eine direkte Beschwerde beim Anbieter und anschließend die Inanspruchnahme der gesetzlich vorgesehenen Schlichtungsverfahren vor.

Sky

Sky ist unter den untersuchten Diensten derjenige mit der komplexesten Vertragsstruktur.
Im Gegensatz zu rein digitalen Plattformen sehen einige Angebote die Bereitstellung von Set-Top-Boxen oder anderen Geräten im Leihverkehr vor, die bei Beendigung des Vertrags innerhalb der festgelegten Fristen zurückgegeben werden müssen.
Dies führt zu einer zusätzlichen Verpflichtung für den Verbraucher, der nicht nur auf die Kündigung achten muss, sondern auch auf die ordnungsgemäße Rückgabe der Geräte (persönlich bei autorisierten Sky-Vertriebsstellen), um die Erhebung von Strafgebühren oder anderen Kosten zu vermeiden. Dies führt zu einem Ungleichgewicht gegenüber der ersten Lieferung des Geräts, die hingegen bequem nach Hause erfolgen kann, was die Kündigung des Vertrags für den Verbraucher faktisch erschwert.
Die Modalitäten des Kundendienstes sind zudem besonders vielfältig und umfassen zertifizierte E-Mail (PEC), Telefon, Chat, den persönlichen Kundenbereich und Einschreiben. Auch die Streitbeilegung erscheint gut strukturiert und sieht eine vorläufige Beschwerde beim Anbieter sowie anschließend die Inanspruchnahme von Schlichtungsverfahren vor.
Was den Rücktritt betrifft, sieht der Vertrag im Falle einer vorzeitigen Kündigung in der Regel eine Kündigungsfrist von dreißig Tagen vor, weshalb es ratsam ist, die Mitteilung der Kündigung sorgfältig zu planen.

NOW

NOW stellt ein Zwischenmodell zwischen den traditionellen Streaming-Plattformen und den Fernsehangeboten von Sky dar.
Einer der positivsten Aspekte, der sich aus der Untersuchung ergab, betrifft die Sichtbarkeit der Kündigungsfunktion im persönlichen Bereich, wo die entsprechende Schaltfläche nach dem Einloggen leicht zu finden ist. Wie DAZN nutzt auch NOW bei der Kündigung sogenannte „Dark Patterns“, um zu versuchen, seine Kunden zu halten.
Auch die Support-Möglichkeiten scheinen dank FAQs, automatisierten Chat-Systemen und Live-Mitarbeitern besonders gut ausgebaut zu sein.
Der Dienst verlängert sich automatisch monatlich, kann jedoch bis zu vierundzwanzig Stunden vor der nächsten Verlängerung gekündigt werden, was dem Verbraucher einen recht großzügigen Spielraum lässt.

Disney+

Disney+ zeichnet sich durch eine einfache und leicht verständliche Vertragsstruktur aus.
Das Angebot gliedert sich hauptsächlich in verschiedene Servicestufen, die sich durch das Vorhandensein oder Fehlen von Werbung sowie durch die unterschiedliche Anzahl der gleichzeitig nutzbaren Geräte unterscheiden.
Das Kündigungsverfahren ist intuitiv und erfolgt über den persönlichen Bereich des Nutzers. Auch die Supportkanäle sind vielfältig und umfassen Chat, Telefon, E-Mail und Online-Formulare.

Das Abonnement verlängert sich automatisch am Ende jedes Abrechnungszeitraums, sofern der Verbraucher nicht zuvor gekündigt hat.

5.1.1 Vergleichende Überlegungen

Die Analyse der wichtigsten Streaming-Plattformen zeigt eine hohe Einheitlichkeit der Vertragsbedingungen.
Alle Anbieter sehen eine automatische Verlängerung des Abonnements vor und verlangen den Zugriff auf den persönlichen Bereich, um die Kündigung des Dienstes vorzunehmen. Keiner hebt auf den Startseiten der Website eine Schaltfläche für die Kündigung hervor, die ebenso gut sichtbar ist wie die Schaltfläche zum Abschluss eines Abonnements.
Unterschiede zeigen sich vor allem in der Abwicklung des Kundensupports, in der Vielfalt der Beschwerdewege und im Vorhandensein zusätzlicher Verpflichtungen, wie beispielsweise der Rückgabe von Geräten im Fall von Sky.
Aus Sicht des Verbraucherschutzes ist ein allgemeines Augenmerk auf die Transparenz der Vertragsbedingungen zu beobachten; es besteht jedoch weiterhin Verbesserungsbedarf hinsichtlich der Einfachheit der Kündigungsverfahren und der Sichtbarkeit der Informationen zur Beendigung des Vertragsverhältnisses.
Was die Beschwerdemöglichkeiten betrifft, so hält sich der Großteil der untersuchten Anbieter an die gesetzliche Verpflichtung, die Verbraucher über die Möglichkeit der Inanspruchnahme von ADR (Alternative Dispute Resolution) als Instrument zur Streitbeilegung zu informieren. Unter ihnen gibt es einige, die diesem Thema eine ganze Seite ihrer Website widmen, und andere, die nur wenige Zeilen darauf verwenden.

5.2 Musik-Streaming-Dienste

Nach der audiovisuellen Unterhaltungsbranche stellt der Bereich des Musik-Streamings eines der typischsten Beispiele für die „Subscription Economy“ dar. Der Kauf von CDs, digitalen Alben und einzelnen Titeln wurde nach und nach durch ein Modell ersetzt, das gegen Zahlung einer regelmäßigen Gebühr den Zugang zu Katalogen mit Dutzenden Millionen von Songs ermöglicht.
Aus Verbrauchersicht hat dieser Wandel das Verhältnis zwischen Nutzern und Musikinhalten tiefgreifend verändert. Der Verbraucher erwirbt nicht mehr das Eigentum an der gekauften Musik, sondern das Recht, sie anzuhören, solange das Abonnement aktiv ist. Bei Beendigung des Vertrags entfallen die Premium-Funktionen und der Zugriff auf heruntergeladene Inhalte für das Offline-Hören, wobei Playlists und persönliche Musikbibliotheken jedoch oft weiterhin sichtbar bleiben.
Die Untersuchung hat die wichtigsten Anbieter auf dem Markt unter die Lupe genommen und dabei eine bemerkenswerte Einheitlichkeit der Vertragsbedingungen und der Modalitäten im Umgang mit den Kunden aufgezeigt.

Spotify

Spotify ist der wichtigste Akteur auf dem Musik-Streaming-Markt und stellt eines der bedeutendsten Beispiele für die Zugangsökonomie dar.
Das kommerzielle Angebot gliedert sich in zahlreiche Tarife, die auf unterschiedliche Bedürfnisse zugeschnitten sind: die Tarife „Individual“, „Duo“, „Family“ und „Student“ sowie die Möglichkeit, den Dienst kostenlos mit Werbeeinblendungen zu nutzen.
Diese Gliederung ermöglicht eine gute Anpassung des Angebots an die individuellen Bedürfnisse, erfordert jedoch vom Verbraucher eine sorgfältige Abwägung, welcher Tarif tatsächlich seinen Anforderungen entspricht, um Kosten für nicht genutzte Funktionen zu vermeiden.
Das Premium-Abonnement verlängert sich automatisch, bis es gekündigt wird. Die Kündigung kann vollständig online über den Bereich für das persönliche Konto vorgenommen werden und ist mit keinen besonderen Schwierigkeiten verbunden.
Der Nutzer kann den Premium-Dienst bis zum Ablauf des bereits bezahlten Zeitraums weiterhin nutzen; danach wechselt das Konto automatisch zur kostenlosen Version zurück, wobei Playlists und Musikbibliothek erhalten bleiben, die Vorteile für Abonnenten wie werbefreies Hören, höhere Audioqualität und das Herunterladen von Inhalten jedoch entfallen.
Was den Kundensupport betrifft, setzt Spotify vorrangig auf digitale Tools und stellt ein umfangreiches Online-Hilfezentrum, Kontaktformulare sowie spezielle Kanäle in den sozialen Medien zur Verfügung. Die Vertragsunterlagen sind leicht auffindbar und beschreiben die Abwicklung des Abonnements ausreichend klar.

Apple Music

Apple Music weist ein Vertragsmodell auf, das im Wesentlichen dem von Spotify ähnelt, welches jedoch stärker in das Ökosystem der Apple-Geräte integriert ist.
Auch hier kann der Verbraucher zwischen verschiedenen Abonnementarten wählen, die für Einzelnutzer, Familien und Studenten bestimmt sind.
Das Abonnement wird über den Apple-Account verwaltet, und die automatische Verlängerung ist die übliche Art der Vertragsfortführung.
Eine Besonderheit betrifft die Abwicklung der Kündigung, die direkt über die Einstellungen des Apple-Kontos oder über die auf dem verwendeten Gerät installierte App erfolgt. Dieses Verfahren ist zwar für regelmäßige Nutzer des Apple-Ökosystems relativ einfach, könnte sich jedoch für diejenigen, die andere Geräte verwenden, als weniger intuitiv erweisen.
Wie bei anderen Musikdiensten verliert der Verbraucher bei Beendigung des Abonnements die Möglichkeit, Inhalte anzuhören, die ausschließlich über den Abonnementdienst zur Verfügung gestellt werden.

YouTube Music

YouTube Music verfolgt ein Geschäftsmodell, das eng mit dem Google-Ökosystem verknüpft ist.

Das Premium-Angebot verzichtet auf Werbung, ermöglicht die Wiedergabe im Hintergrund und das Herunterladen von Inhalten zum Offline-Hören.
Die Verwaltung des Abonnements erfolgt über das eigene Google-Konto, und alle Vorgänge, vom Abschluss bis zur Kündigung, können online durchgeführt werden.
Auch in diesem Fall erfolgt die Verlängerung automatisch, und der Verbraucher behält bis zum Ablauf des bereits bezahlten Zeitraums Zugang zu den Premium-Funktionen.
Der Kundensupport erfolgt überwiegend digital und stützt sich auf die Google-Hilfe, ergänzt durch spezielle Support-Formulare und Kontaktmöglichkeiten.

5.2.1 Vergleichende Überlegungen

Die Analyse der wichtigsten Musikplattformen zeigt eine weitgehende Übereinstimmung der von den verschiedenen Anbietern angewandten Vertragsbedingungen.

Alle sehen Folgendes vor:

- automatische Verlängerung
- eine vollständig digitale Verwaltung des Abonnements
- die Möglichkeit, den Tarif zu ändern
- Kündigung über den persönlichen Bereich
- Verlust der Premium-Funktionen nach Ablauf des Abonnements

Aus Sicht des Verbraucherschutzes zeigen sich ähnliche Probleme wie bereits im Bereich des Video-Streamings.
Insbesondere macht der Wechsel von der Premium- zur kostenlosen Version die Wahrnehmung der Beendigung des Vertragsverhältnisses weniger offensichtlich: Playlists, gespeicherte Alben und die persönliche Mediathek bleiben nämlich sichtbar, während das Recht, die Inhalte in den zuvor verfügbaren Modi anzuhören, entfällt.
Dies ist ein perfektes Beispiel für den Übergang von der Besitzwirtschaft zur Zugangswirtschaft:
Der Verbraucher behält die Struktur seiner Musiksammlung bei, verliert jedoch das Recht, die Inhalte zu nutzen, bis er sein Abonnement wieder aktiviert.
Was die Möglichkeit betrifft, eine Dienstleistungsstörung zu beanstanden, halten sich die untersuchten Anbieter an die gesetzliche Verpflichtung, die Verbraucher über die Möglichkeit zu informieren, alternative Streitbeilegungsverfahren (ADR) als Mittel zur Beilegung von Streitigkeiten zu nutzen.

5.3 Software-Abonnements und Instrumente der künstlichen Intelligenz

Zu den Branchen, die in den letzten Jahren das schnellste Wachstum verzeichneten, gehört der Bereich der Software, die nach dem „Software as a Service“-Modell (SaaS) vertrieben wird, zu dem kürzlich auch Dienste auf Basis generativer künstlicher Intelligenz hinzukamen.

Das charakteristische Merkmal dieser Dienste besteht darin, dass der Verbraucher nicht mehr eine dauerhafte Lizenz für das Programm erwirbt, sondern das Recht, es für die gesamte Dauer des Abonnements zu nutzen.
Laut Baek und Kim (2022) verändert das Abonnementmodell den Konsumkontext und damit auch die Wahrnehmung des Produkts durch den Nutzer.
Die Entwicklung von Microsoft Office hin zu Microsoft 365 stellt wahrscheinlich das symbolträchtigste Beispiel für diesen Wandel dar.

Microsoft 365

Microsoft hat das Modell der unbefristeten Lizenzen schrittweise zugunsten eines Abonnementmodells aufgegeben, das kontinuierliche Updates, Cloud-Speicherplatz, Dienste für die Zusammenarbeit und Support umfasst.
Aus vertraglicher Sicht kann das Abonnement eine monatliche oder jährliche Laufzeit haben und wird automatisch verlängert, sofern es nicht gekündigt wird.
Die Verwaltung des Vertrags erfolgt über das Microsoft-Konto, über das man den Tarif ändern, die Zahlungsmethode aktualisieren oder die automatische Verlängerung deaktivieren kann.
Der aus verbraucherrechtlicher Sicht wichtigste Aspekt betrifft die Auswirkungen der Kündigung des Abonnements.
Nach Ablauf des Abonnements hat der Verbraucher zwar weiterhin Zugriff auf seine Dokumente, viele Anwendungen wechseln jedoch in den schreibgeschützten Modus, sodass Dateien erst nach einer erneuten Aktivierung des Dienstes oder dem Erwerb einer anderen Lizenz wieder bearbeitet werden können.
Dies ist eines der bedeutendsten Beispiele für die „Zugangsökonomie“: Der Inhalt bleibt Eigentum des Nutzers, doch das zur Bearbeitung erforderliche Tool hängt vom Fortbestehen des Vertragsverhältnisses ab.

ChatGPT Plus

Künstliche-Intelligenz-Tools stellen die jüngste Entwicklung der Abonnementwirtschaft dar.
Das Abonnement ermöglicht den Zugriff auf erweiterte Funktionen, leistungsstärkere Modelle, höhere Nutzungslimits und exklusive Tools im Vergleich zur kostenlosen Version.
Der Vertrag wird vollständig online über das persönliche Konto verwaltet, und die Verlängerung erfolgt automatisch.
Das Kündigungsverfahren erfolgt vollständig digital und ermöglicht es, die Verlängerung zu unterbrechen, wobei der Dienst bis zum Ende des bereits bezahlten Zeitraums weiter genutzt werden kann.
Auch in diesem Fall behält der Verbraucher sein Konto und den Verlauf der Unterhaltungen, verliert jedoch den Zugriff auf die Funktionen, die Premium-Nutzern vorbehalten sind.

5.3.1 Vergleichende Überlegungen

Software und Dienste im Bereich der künstlichen Intelligenz weisen gemeinsame Merkmale auf, die sie von anderen Bereichen der Subscription Economy unterscheiden.
Der wichtigste Punkt betrifft die starke Abhängigkeit des Verbrauchers vom Dienst.
Bei Produktivitätssoftware kann die Kündigung des Abonnements direkte Auswirkungen auf die Möglichkeit haben, an den eigenen Dokumenten zu arbeiten.
Bei KI-Tools hingegen betrifft der Verlust hauptsächlich erweiterte Funktionen und höhere Leistung.
In beiden Fällen wird der Übergang vom Konzept des endgültigen Kaufs hin zur vorübergehenden Nutzung eines digitalen Dienstes besonders deutlich.
Aus Sicht des Verbraucherschutzes erscheint es daher von grundlegender Bedeutung, dass die Anbieter die Nutzer von Beginn an klar über die konkreten Auswirkungen der Kündigung des Abonnements und über die Einschränkungen informieren, die sich aus dem Verlust des Zugangs zu den Premium-Funktionen ergeben.
Was die Beschwerdemöglichkeiten betrifft, so kommen die oben genannten Anbieter ihrer gesetzlichen Verpflichtung nach, die Verbraucher über die Möglichkeit der Inanspruchnahme von ADR (Alternative Dispute Resolution) als Instrument zur Streitbeilegung zu informieren.

5.4 Mautdienste

Der Bereich der elektronischen Mauterhebung stellt eines der interessantesten Beispiele für die Entwicklung der „Subscription Economy“ dar, da er eine digitale Dienstleistung mit der Bereitstellung eines physischen Geräts für den Verbraucher verbindet, das für die Nutzung der angebotenen Leistungen erforderlich ist.
Im Gegensatz zu Streaming-Plattformen oder Software bezieht sich das Vertragsverhältnis bei elektronischen Mautdiensten nicht ausschließlich auf den Zugang zu einer digitalen Plattform, sondern umfasst auch die Verwaltung eines im Fahrzeug installierten elektronischen Geräts. Dieser Umstand bringt zusätzliche Verpflichtungen für den Verbraucher mit sich, die auch nach Beendigung des Abonnements bestehen bleiben.
Die Untersuchung befasste sich mit den wichtigsten Anbietern auf dem italienischen Markt – Telepass, UnipolMove und MooneyGo – und zeigte eine hohe Einheitlichkeit in der Funktionsweise des Dienstes auf, aber auch erhebliche Unterschiede bei den Kundendienstverfahren, der Abwicklung von Kündigungen und den Folgen einer nicht erfolgten Rückgabe des Geräts.

Telepass

Telepass ist der traditionsreichste Dienst auf dem italienischen Markt und nimmt nach wie vor eine führende Position im Bereich der elektronischen Mauterhebung ein.
Im Laufe der Jahre hat sich der Dienst schrittweise weiterentwickelt und sich von einem einfachen System zur automatischen Zahlung von Autobahnmautgebühren zu einer integrierten Plattform für

zahlreiche Mobilitätsdienste gewandelt. Neben der Mautzahlung kann das Abonnement nämlich auch Partnerparkplätze, Fähren, die Zufahrt zu mautpflichtigen Stadtgebieten und weitere mobilitätsbezogene Dienste umfassen.
Vertraglich gesehen verlängert sich das Abonnement automatisch, bis der Verbraucher seinen Kündigungswunsch mitteilt.
Die Vertragsverwaltung kann über verschiedene Kanäle erfolgen: über den persönlichen Bereich auf der Website, über eine mobile App, über vertraglich gebundene Standorte, über den telefonischen Kundendienst und über weitere dem Nutzer zur Verfügung gestellte Instrumente.
Einer der wichtigsten Aspekte betrifft das Telepass-Gerät, das kostenlos zur Nutzung überlassen wird. Bei Beendigung des Vertrags ist der Verbraucher verpflichtet, das Gerät gemäß den vom Anbieter angegebenen Modalitäten zurückzugeben.
Die Nichteinhaltung dieser Verpflichtung kann zur Verhängung einer in den Vertragsbedingungen vorgesehenen Vertragsstrafe sowie zur eventuellen Anlastung des Wertes des Geräts führen.
Aus Sicht des Verbraucherschutzes ist es daher von grundlegender Bedeutung, sich nicht auf die Mitteilung der Kündigung zu beschränken, sondern Fristen, Modalitäten und den Nachweis der erfolgten Rückgabe des Geräts sorgfältig zu prüfen.

UnipolMove

UnipolMove ist der Hauptkonkurrent von Telepass und bietet ein im Wesentlichen ähnliches Vertragsmodell an.
Auch in diesem Fall basiert der Dienst auf der Aushändigung eines elektronischen Geräts, das im Fahrzeug installiert werden muss und für den Betrieb des elektronischen Mautsystems erforderlich ist.
Das Abonnement wird hauptsächlich über digitale Kanäle verwaltet und verlängert sich automatisch, sofern der Kunde nicht kündigt.
In den Vertragsunterlagen werden die Kündigungsbedingungen und die bei der Rückgabe des Geräts zu befolgenden Verfahren klar beschrieben.
Der wichtigste Punkt betrifft erneut die Verpflichtungen nach Beendigung des Vertrags.
Der Verbraucher muss das Gerät nämlich innerhalb der in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen vorgesehenen Fristen zurückgeben, um so die Anwendung der bei Nichtrückgabe vorgesehenen Vertragsstrafen zu vermeiden.
Der Kundenservice ist gut strukturiert und umfasst telefonische Kanäle, digitale Tools, E-Mail sowie weitere Kontaktmöglichkeiten zur Bearbeitung von Kundenanfragen.

MooneyGo

Auch MooneyGo verfolgt ein Dienstleistungsmodell, das auf der Ausgabe eines elektronischen Geräts zur automatischen Mautzahlung basiert.
Aus vertraglicher Sicht funktioniert das System im Wesentlichen ähnlich wie bei den anderen Anbietern der Branche.
Der Vertragsabschluss erfolgt überwiegend online, die Verlängerung erfolgt automatisch und die Verwaltung des Abonnements erfolgt über den persönlichen Kundenbereich.

Bei Beendigung des Vertragsverhältnisses besteht die Verpflichtung, das Gerät innerhalb der im Vertrag festgelegten Fristen zurückzugeben.
Auch in diesem Fall kann die Nichtrückgabe zur Anlastung zusätzlicher Kosten führen.
Der Verbraucher tut gut daran, nicht nur der Kündigung besondere Aufmerksamkeit zu widmen, sondern auch der ordnungsgemäßen Erfüllung aller im Vertrag vorgesehenen Verpflichtungen.

5.4.1 Die Verpflichtung zur Rückgabe des Geräts: der kritische Punkt

Unter allen untersuchten Dienstleistungen sind die elektronischen Mautdienste die einzigen, bei denen die Beendigung des Vertragsverhältnisses nicht automatisch mit dem Ende der Verpflichtungen des Verbrauchers einhergeht.
Die Rückgabe des Geräts stellt nämlich einen wesentlichen Schritt bei der Beendigung des Vertrags dar.
Die Untersuchung zeigt, dass alle Anbieter spezifische finanzielle Konsequenzen vorsehen, falls das Gerät nicht innerhalb der festgelegten Fristen zurückgegeben wird.
Es handelt sich dabei um Beträge, die zwar nicht besonders hoch sind, aber dennoch zu Streitigkeiten zwischen Verbraucher und Anbieter führen können.

Aus diesem Grund ist es ratsam:

- sorgfältig zu prüfen, innerhalb welcher Frist das Gerät zurückgegeben werden muss
- ausschließlich die vom Anbieter angegebenen Rückgabemodalitäten zu nutzen
- die Unterlagen aufzubewahren, die die erfolgte Rückgabe belegen
- anschließend zu überprüfen, ob keine weiteren Abbuchungen erfolgen

Eine unachtsame Abwicklung dieser Phase ist einer der Hauptgründe für Beschwerden im Bereich der elektronischen Mauterhebung.

5.4.2 Kundenservice und Beschwerdeverfahren

Was den Kundenservice betrifft, ist ein allgemein hohes Qualitätsniveau festzustellen.
Alle Betreiber stellen nämlich eine Vielzahl von Kanälen zur Verfügung, über die der Verbraucher Informationen anfordern oder eventuelle Unregelmäßigkeiten melden kann.

Zu den am häufigsten genutzten Kanälen gehören:

- der persönliche Bereich auf der Webseite
- mobile Apps
- telefonischer Kundendienst
- E-Mail
- PEC
- Online-Formulare
- Vertragspartner vor Ort

Die Vielzahl der Kanäle erleichtert die Bearbeitung der häufigsten Probleme, wie z. B. Abrechnungsfehler, fehlende Erfassung von Datenübertragungen, Austausch von Geräten oder Anfragen zur Klärung der Vertragsbedingungen.
Auch im Hinblick auf Beschwerden sehen die Anbieter formalisierte Verfahren vor, die es dem Verbraucher ermöglichen, eventuelle Mängel zu beanstanden, bevor er auf Instrumente der alternativen Streitbeilegung zurückgreift.

5.4.3 Vergleichende Überlegungen

Die Analyse der elektronischen Mautdienste zeigt einen mittlerweile ausgereiften Markt, auf dem die wichtigsten Betreiber sehr ähnliche Vertragsmodelle anwenden.
Die Unterschiede betreffen vor allem die zusätzlichen kommerziellen Angebote und einige organisatorische Aspekte des Kundendienstes, während die allgemeine Funktionsweise des Vertragsverhältnisses im Wesentlichen einheitlich erscheint.
Aus Verbrauchersicht betrifft der Hauptkritikpunkt weniger das Vertragsabschluss- oder Kündigungsverfahren als vielmehr die Verpflichtungen nach Beendigung des Vertrags.
Die Rückgabe des Geräts ist nämlich ein Aspekt, der diese Dienste grundlegend von den anderen in diesem Bericht analysierten Abonnementmodellen unterscheidet.
Die Untersuchung zeigt zudem, dass der Verbraucher besonders auf die Mitteilungen des Anbieters achten, die Unterlagen zur Rückgabe des Geräts aufbewahren und die Abbuchungen nach Beendigung des Vertragsverhältnisses überprüfen muss.
Insgesamt stellen die elektronischen Mautdienste ein Beispiel für eine „hybride“ Subscription Economy dar, in der digitale Komponenten und materielle Verpflichtungen nebeneinander bestehen. Gerade dieses Merkmal macht es besonders wichtig, sich vor dem Abschluss des Abonnements umfassend über die Vertragsbedingungen zu informieren.
Was die Beschwerdemöglichkeiten betrifft, so kommen die in diesem Kapitel genannten Anbieter ihrer gesetzlichen Verpflichtung nach, die Verbraucher über die Möglichkeit der Inanspruchnahme von ADR (Alternative Dispute Resolution) als Instrument zur Streitbeilegung zu informieren.

5.5 Logistikdienste im Abonnement

In den letzten Jahren hat sich das Modell der „Subscription Economy“ zunehmend auch auf den Logistik- und Versandsektor ausgeweitet und Dienste hervorgebracht, die es Verbrauchern ermöglichen, gegen Zahlung einer regelmäßigen Gebühr Zugang zu einer Reihe von Vorteilen zu erhalten, die normalerweise einzeln erworben werden müssen.
Dies ist eine bedeutende Entwicklung, da der Wert des Abonnements nicht mehr ausschließlich im Kauf einer Ware oder in der Nutzung digitaler Inhalte liegt, sondern im kontinuierlichen Zugang zu Dienstleistungen, die alltägliche Aktivitäten vereinfachen, wie z. B. schnelle Sendungen, kostenlose Lieferungen, Retourenabwicklung, Versandversicherungen und weitere Zusatzleistungen.
Die folgende allgemeine Analyse der Logistikdienstleistungen stützt sich weitgehend auf die Merkmale des meistabonnierten und bekanntesten Produkts dieser Kategorie, nämlich Amazon Prime, und zeigt auf, dass sich die Branche im Vergleich zu anderen Bereichen der Subscription

Economy noch in einer Entwicklungsphase befindet, jedoch bereits vertragliche Merkmale aufweist, die denen digitaler Plattformen sehr ähnlich sind.

5.5.1 Die Merkmale des Modells

Abonnement-Logistikdienste weisen einige grundlegende Gemeinsamkeiten auf. Der Abschluss erfolgt fast ausschließlich über digitale Plattformen, während die Zahlung der Gebühr über elektronische Zahlungsmittel erfolgt und sich der Vertrag bei Ablauf der Vertragslaufzeit automatisch verlängert.
Das Abonnement ermöglicht in der Regel günstigere Konditionen als die gelegentliche Nutzung des Dienstes und „belohnt“ Verbraucher, die regelmäßig Sendungen verschicken oder die angebotenen Dienste des Anbieters regelmäßig in Anspruch nehmen.
Aus geschäftlicher Sicht bietet das Modell einen offensichtlichen Vorteil für den Anbieter, der so Kunden binden und seine Einnahmen genauer prognostizieren kann.
Für den Verbraucher hingegen hängt die wirtschaftliche Vorteilhaftigkeit stark von der Häufigkeit der Inanspruchnahme des Dienstes ab.
Wer nur sporadisch Sendungen verschickt, könnte in der Tat keinen ausreichenden wirtschaftlichen Nutzen daraus ziehen, um die Zahlung der regelmäßigen Gebühr zu rechtfertigen.

5.5.2 Transparenz der wirtschaftlichen Bedingungen

Einer der wichtigsten Aspekte, der sich aus der Analyse ergab, betrifft die Notwendigkeit, den tatsächlichen Inhalt des Abonnements sorgfältig zu prüfen.
In den Angeboten wird häufig mit kostenlosen Sendungen, exklusiven Rabatten oder Vorzugsleistungen geworben, doch können diese Vorteile Einschränkungen hinsichtlich des Gewichts der Pakete, der erreichbaren Ziele, der Zustellarten oder der maximalen Nutzungshäufigkeit unterliegen.

Aus diesem Grund sollte der Verbraucher im Voraus prüfen:

- welche Leistungen tatsächlich in der Grundgebühr enthalten sind
- welche Leistungen hingegen zusätzliche Zahlungen erfordern
- etwaige territoriale Einschränkungen
- die im Vertrag vorgesehenen Ausschlüsse
- die Bedingungen für Rücksendungen oder internationale Sendungen

Eine oberflächliche Lektüre der Angebote könnte nämlich Erwartungen wecken, die nicht vollständig mit den tatsächlich im Abonnement enthaltenen Leistungen übereinstimmen.

5.5.3 Automatische Verlängerung und Verwaltung des Abonnements

Auch im Logistikbereich ist die automatische Verlängerung die allgemeine Regel.
Nach Ablauf der Vertragslaufzeit wird der Dienst automatisch fortgesetzt, sofern der Verbraucher nichts Gegenteiliges mitteilt.
Die Untersuchung zeigt, dass die Verfahren zur Verwaltung des Abonnements im Allgemeinen einfach und über den persönlichen Kundenbereich zugänglich sind.
Ein bereits in den vorangegangenen Kapiteln hervorgehobener Aspekt bleibt jedoch bestehen: Das Verfahren zum Abschluss eines Abonnements ist in der Regel unkomplizierter als das zur Kündigung des Vertrags.
Obwohl die Kündigung online erfolgen kann, muss der Verbraucher dennoch auf seinen persönlichen Bereich zugreifen, den Abschnitt für Abonnements aufrufen und ausdrücklich bestätigen, dass er keine Verlängerung wünscht.

5.5.4 Kundenservice und Beschwerden

Logistikdienstleister messen dem Kundenservice angesichts der Art der angebotenen Dienstleistungen besondere Bedeutung bei.

Die häufigsten Probleme betreffen nämlich:

- Lieferverzögerungen
- Verlust von Paketen
- Beschädigungen
- Fehler bei der Rechnungsstellung
- Schwierigkeiten bei der Abwicklung von Rücksendungen
- Reklamationen bezüglich der im Abonnement enthaltenen Leistungen

Aus diesem Grund stellen die Anbieter in der Regel verschiedene Kontaktmöglichkeiten zur Verfügung, darunter Telefon, E-Mail, Online-Formulare, Chat und persönliche Online-Bereiche.
Das Vorhandensein formalisierter Verfahren zur Bearbeitung von Beschwerden ist ein besonders wichtiger Aspekt, da es dem Verbraucher ermöglicht, eventuelle Leistungsmängel zeitnah zu dokumentieren und, sofern vorgesehen, Rückerstattungen oder Entschädigungen zu beantragen.

5.5.5 Vergleichende Überlegungen

Im Vergleich zu Streaming-Diensten oder Software-Abonnements weist der Logistiksektor eine wesentliche Besonderheit auf: Der Wert des Abonnements hängt in noch größerem Maße von den individuellen Gewohnheiten des Verbrauchers ab.
Die tatsächliche wirtschaftliche Vorteilhaftigkeit kann nämlich von Person zu Person erheblich variieren.
Für einen Nutzer, der häufig Sendungen verschickt, können die Einsparungen durch die im Abonnement enthaltenen Vergünstigungen erheblich sein.
Im Gegensatz dazu besteht für diejenigen, die den Dienst nur gelegentlich nutzen, die Gefahr, dass sich die Zahlung der Abonnementgebühr zu einer Fixkostenposition entwickelt, die nicht durch einen entsprechenden wirtschaftlichen Nutzen ausgeglichen wird.

Aus Sicht des Verbraucherschutzes zeigt sich daher einmal mehr, wie wichtig es ist, den eigenen Nutzungsbedarf im Voraus abzuschätzen und sich nicht ausschließlich von Werbeangeboten oder anfänglichen Rabatten beeinflussen zu lassen.
Was die Beschwerdemöglichkeiten betrifft, so wurde in dem wenigen analysierten Bereich der Logistikbranche festgestellt, dass die gesetzliche Verpflichtung zur Information der Verbraucher über die Möglichkeit der Nutzung von ADR (Alternative Dispute Resolution) als Instrument zur Streitbeilegung eingehalten wird.

5.6 Neue Grenzen der Subscription Economy: Wenn auch Waren zu Dienstleistungen werden

Die Ausweitung der Subscription Economy betrifft nicht mehr nur digitale Inhalte oder Online-Dienste.
In den letzten Jahren entstehen nämlich Geschäftsmodelle, die die Logik des Abonnements auch auf Güter anwenden, die traditionell als Eigentum erworben werden, und so Konzepte schaffen, die das Verhältnis zwischen Verbraucher und Produkt tiefgreifend verändern.
Die Untersuchung hat zwei besonders aussagekräftige Fälle berücksichtigt: Brillen im Abonnement und Fahrzeugfunktionen, die gegen eine regelmäßige Gebühr freigeschaltet werden können.
Es handelt sich um Beispiele, die zwar noch Nischenmärkte darstellen, aber dennoch Aufschluss darüber geben, in welche Richtung sich das Wirtschaftsmodell des Zugangs entwickelt.

Brillen im Abonnement

Eine der innovativsten Entwicklungen sind Kundenbindungsprogramme, die es ermöglichen, gegen Zahlung einer monatlichen Gebühr regelmäßig neue Brillen zu erhalten.
Genau das besagt die Studie von Baek und Kim (2022). Das Produkt ändert sich nicht, sondern die Art und Weise, wie es verkauft wird. Das ist die Theorie des Kontexteffekts.
Bei diesem Modell kauft der Verbraucher nicht einfach nur eine Brille, sondern abonniert einen Service, der neben den Produkten eine Reihe zusätzlicher Leistungen umfasst, wie Sehtests, Wartung, persönliche Betreuung und planmäßige Austauschaktionen.
Aus wirtschaftlicher Sicht lässt sich nur schwer eindeutig feststellen, ob solche Modelle im Vergleich zum herkömmlichen Kauf günstiger sind.

Ob sich der Kauf lohnt, hängt nämlich von zahlreichen individuellen Faktoren ab:

- die Häufigkeit, mit der die Brille ausgetauscht wird
- die Entwicklung der Sehbedürfnisse
- die Inanspruchnahme von Zusatzleistungen
- Interesse an den Vorteilen für Mitglieder

Für die Firma hingegen liegt der Vorteil auf der Hand: Das Modell ermöglicht es, eine dauerhafte Beziehung zum Kunden aufzubauen und langfristig konstante Einnahmen zu planen.
Während die Nutzung der bereits erwähnten Abonnementdienste – die alle überwiegend online erfolgen – den Verbrauch senkt und Verschwendung vermeidet, ist es in diesem speziellen Fall

genau umgekehrt. Dieser regelmäßige und wiederholte Austausch von Brillen macht sie fast zu „Einweg-Artikeln“ mit erheblichen Auswirkungen auf die Umwelt – ein Aspekt, der ebenfalls berücksichtigt und keinesfalls vernachlässigt werden sollte.

Kostenpflichtige Fahrzeugfunktionen

Noch weiter geht das Phänomen der Fahrzeugfunktionen, die ausschließlich im Abonnement verfügbar sind.
Einige Hersteller haben begonnen, Dienste anzubieten, die es ermöglichen, durch wiederkehrende Zahlungen Funktionen zu aktivieren, die technisch bereits im Fahrzeug vorhanden sind.
Es handelt sich um eine Veränderung, die aus Verbrauchersicht eine breite Debatte auslösen dürfte.
Traditionell war der Kauf eines Autos mit der uneingeschränkten Nutzung der im Fahrzeug installierten Funktionen verbunden. Bei den neuen Geschäftsmodellen hingegen können bestimmte Funktionen so lange deaktiviert bleiben, bis eine zusätzliche Gebühr entrichtet wird.
Aus rechtlicher Sicht sind solche Praktiken im Allgemeinen zulässig, sofern sie zum Zeitpunkt des Kaufs angemessen erläutert werden.
Dennoch werfen sie wichtige Fragen hinsichtlich fairer Geschäftspraktiken und der Wahrnehmung des Werts der erworbenen Ware auf.
Viele Verbraucher könnten es nämlich als wenig intuitiv empfinden, eine regelmäßige Zahlung leisten zu müssen, um Funktionen zu nutzen, die bereits im Auto vorhanden sind.

5.6.1 Die Abonnementwirtschaft der Zukunft

Die analysierten Fälle zeigen, dass die Abonnementwirtschaft zunehmend die Grenzen digitaler Dienste überschreitet.
Immer häufiger erwirbt der Verbraucher kein Produkt, sondern ein Nutzungsrecht, das nur so lange besteht, wie das Vertragsverhältnis aktiv ist.
Dieser Wandel bringt neue Chancen, aber auch neue Herausforderungen mit sich.
Einerseits steigt das Angebot an personalisierten Diensten, kontinuierlichen Updates und flexibleren Zahlungsmodellen.
Andererseits wächst die Notwendigkeit, die abgeschlossenen Verträge sorgfältig zu überwachen, die Auswirkungen ihrer Kündigung zu verstehen und die tatsächliche wirtschaftliche Vorteilhaftigkeit der angebotenen Modelle langfristig zu bewerten.
Die Entwicklung der Subscription Economy scheint sich daher fortzusetzen und immer mehr Wirtschaftsbereiche zu erfassen. In diesem Zusammenhang werden die Transparenz der Informationen, die Einfachheit der Vertragsabläufe und die uneingeschränkte Aufklärung der Verbraucher zunehmend zentrale Elemente sein, um ein Gleichgewicht zwischen Innovation und Rechtsschutz zu gewährleisten.

Kapitel 6 – Empfehlungen und Perspektiven: Auf dem Weg zu einer transparenteren Abonnementwirtschaft

6.1 Die wichtigsten Erkenntnisse aus der Untersuchung

Die vergleichende Analyse der wichtigsten Abonnementdienste zeigt, dass die Subscription Economy mittlerweile ein etabliertes Modell darstellt, das eine wachsende Zahl von Wirtschaftssektoren erfassen wird.
Die Verbreitung von Modellen auf Basis wiederkehrender Zahlungen hat das Verhältnis zwischen Verbraucher und Anbieter tiefgreifend verändert und das, was einst ein gelegentlicher Kauf war, in eine dauerhafte Beziehung verwandelt.
In vielerlei Hinsicht hat dieser Wandel konkrete Vorteile mit sich gebracht.

Die Verbraucher haben Zugang zu ständig aktualisierten Diensten, können aus zahlreichen Angebotsarten wählen, ihren Tarif relativ einfach anpassen und von im Allgemeinen geringen Anfangskosten profitieren.
Neben diesen Vorteilen zeigen sich jedoch einige kritische Punkte, die den meisten der untersuchten Anbieter gemeinsam sind.

Zu den wichtigsten zählen:

- die im Vergleich zu den Vertragsabschlussverfahren unzureichende Darstellung der Kündigungsverfahren;
- die systematische Anwendung automatischer Vertragsverlängerungen;
- die zunehmende Komplexität der kommerziellen Angebote;
- die Schwierigkeit, verschiedene Tarifmodelle miteinander zu vergleichen;
- das Vorhandensein wenig bekannter vertraglicher Verpflichtungen, wie beispielsweise die Rückgabe von leihweise zur Verfügung gestellten Geräten;
- eine allgemeine Tendenz, den Verbraucher im Ökosystem des Dienstes zu halten.

Keines dieser Elemente stellt für sich genommen einen Verstoß gegen die geltenden Rechtsvorschriften dar.

Sie stellen jedoch Aspekte dar, die von den Verbrauchern und den für die Überwachung des ordnungsgemäßen Marktgeschehens zuständigen Behörden besondere Beachtung verdienen.

6.2 Best practises

Die Untersuchung hat auch zahlreiche positive Aspekte aufgezeigt.

Nahezu alle Anbieter stellen heute Folgendes zur Verfügung:

- leicht einsehbare Vertragsbedingungen
- persönliche Bereiche zur Verwaltung des Abonnements
- die Möglichkeit, den Tarif zu ändern
- sichere Zahlungssysteme
- digitale Supportkanäle
- formalisierte Beschwerdeverfahren
- Informationen zu alternativen Streitbeilegungs-Verfahren (ADR-Verfahren)

Im Vergleich zur Vergangenheit ist zudem ein zunehmendes Augenmerk auf die Transparenz der vorvertraglichen Informationen zu beobachten.
Viele Anbieter erläutern klar und deutlich die Kosten der Dienstleistung, die Häufigkeit der Abbuchungen und die wichtigsten Merkmale der Angebote.
Auch die Möglichkeit, die meisten Vorgänge direkt online abzuwickeln, stellt für den Verbraucher eine wichtige Vereinfachung dar.

6.3 Verbesserungsbedarf

Neben den positiven Aspekten identifiziert die Untersuchung einige Bereiche, in denen eine weitere Verbesserung der Geschäftspraktiken wünschenswert wäre.

Größeres Gleichgewicht zwischen Vertragsabschluss und Kündigung

Der erste betrifft die Symmetrie zwischen den Verfahren für den Vertragsabschluss und denen für die Kündigung.

Während der Abschluss eines Vertrags in der Regel nur wenige Minuten und eine begrenzte Anzahl von Schritten erfordert, ist die Kündigung des Vertrags oft weniger intuitiv.
Eine deutlichere Hervorhebung der Funktionen zur Verwaltung des Abonnements würde dazu beitragen, das Vertrauen der Verbraucher zu stärken und die Wahrnehmung der Fairness des Anbieters zu verbessern.
Die bereits erwähnte Einführung von Artikel 54-bis des Verbraucherschutzgesetzes, der die Einbindung einer speziellen Kündigungsschaltfläche (oder einer entsprechenden digitalen Funktion) auf Websites und in Apps vorschreibt, die Waren oder Dienstleistungen online an Verbraucher verkaufen, ist ein erster Schritt zur Erreichung der Symmetrie zwischen den beiden Verfahren.

Noch klarere Informationen zu Vertragsverlängerungen

Obwohl die Anbieter die gesetzlich vorgeschriebenen Informationspflichten im Allgemeinen einhalten, wäre es sinnvoll, die Mitteilungen zu automatischen Verlängerungen noch deutlicher zu gestalten.
Auffälligere Erinnerungen, rechtzeitige Benachrichtigungen und prägnante Informationen zum Datum der nächsten Abbuchung könnten dazu beitragen, die Zahl ungewollter Vertragsverlängerungen zu verringern.

Größere Vereinfachung der Angebote

Die große Auswahl an verfügbaren Tarifen stellt zwar zweifellos einen Wettbewerbsvorteil dar, kann jedoch auch Verwirrung stiften.
Eine einheitlichere Darstellung der wichtigsten Merkmale der verschiedenen Abonnements würde den Vergleich der Angebote erleichtern und fundiertere Entscheidungen fördern.

Ausbau der Support-Instrumente

Der digitale Kundensupport ist mittlerweile der Marktstandard.
Dennoch besteht weiterhin die Notwendigkeit, in komplexeren Fällen ein angemessenes Maß an menschlicher Unterstützung zu gewährleisten, um zu vermeiden, dass der Verbraucher ausschließlich mit automatisierten Systemen interagieren muss, und um ihn durch die verschiedenen, mitunter heiklen Schritte zu begleiten, die zum Abschluss eines Abonnements, zu dessen Kündigung oder zu einer Beschwerde wegen einer Störung führen.

Informationen zu ADR-Verfahren

Auch wenn alle Anbieter auf ihren Websites Informationen zu ADR-Verfahren veröffentlichen, erweisen sich diese bei einigen von ihnen als veraltet, unvollständig oder beziehen sich auf noch nicht umgesetzte Vorschriften. Da ADR-Verfahren ein sehr wichtiges Instrument zur gütlichen Beilegung von Streitigkeiten darstellen, sollten die Anbieter diesem Aspekt in seiner Gesamtheit (also den Verfahren selbst sowie den Informationen) viel mehr Aufmerksamkeit widmen.

6.4 Die Rolle des Verbrauchers

Der Verbraucherschutz hängt nicht ausschließlich von der Korrektheit der Anbieter ab.
Auch das Verhalten der Nutzer spielt eine entscheidende Rolle bei der Verwaltung von Abonnements.
Die große Einfachheit, mit der man heute neue Dienste abonnieren kann, macht es in der Tat notwendig, ein größeres Bewusstsein für die wirtschaftlichen Folgen zu entwickeln, die sich aus der Häufung wiederkehrender Zahlungen ergeben.
Jedes neue Abonnement, auch wenn es nur geringe monatliche Kosten verursacht, trägt dazu bei, die gesamten Fixkosten der Familie zu erhöhen.
Aus diesem Grund ist es ratsam, die aktiven Abonnements regelmäßig zu überprüfen und deren tatsächliche Nutzung sowie konkreten Nutzen zu bewerten.

6.5 Leitfaden für Verbraucher

Aus der durchgeführten Analyse ergeben sich einige einfache Verhaltensregeln, die zu einem bewussteren Umgang mit Abonnementdiensten beitragen können.

Vor Vertragsabschluss empfiehlt es sich:

- die Angebote mehrerer Anbieter zu vergleichen, sofern verfügbar;
- die wichtigsten Vertragsbedingungen zu lesen;
- die Gesamtkosten (pro Jahr) des Abonnements zu überprüfen und die Beträge zu addieren, falls zeitgleich mehrere Abonnements bestehen, um die Auswirkungen auf das Familienbudget zu ermitteln;
- die Vertragslaufzeit zu prüfen;
- zu klären, ob eine automatische Verlängerung vorgesehen ist oder nicht;
- sich von Anfang an über das Kündigungsverfahren zu informieren und dabei besonders auf eventuelle Verpflichtungen in Bezug auf die Geräte zu achten (siehe auch unten);
- zu prüfen, ob der gewählte Tarif tatsächlich den eigenen Bedürfnissen entspricht;
- genau zu prüfen, ob nach Ende des Abonnements Teile des Dienstes noch nutzbar bleiben oder nicht (z.B. ob mit der Software im Abo erstelle Dateien noch geöffnet werden können, oder die Filme des Streaming-Anbieters verfügbar bleiben oder nicht).

Während der Vertragslaufzeit ist es ratsam:
- die Unterlagen zum Vertragsabschluss aufzubewahren;
- die regelmäßigen Abbuchungen zu überwachen;
- die vom Anbieter gesendeten Mitteilungen zu prüfen;
- eventuelle Änderungen der Vertragsbedingungen zu überprüfen.

Im Falle einer Kündigung ist es hingegen ratsam:
- die Kündigung rechtzeitig vor der Vertragsverlängerung einzureichen;
- die Kündigungsbestätigung aufzubewahren;
- zu überprüfen, ob die Abbuchungen eingestellt wurden;
- eventuell leihweise erhaltene Geräte unverzüglich zurückzugeben;
- den Nachweis über die Rückgabe aufzubewahren.

Wenn etwas nicht funktioniert: die Beschwerde
Der erste Schritt ist eine schriftliche Beschwerde, die auf nachverfolgbarem Wege an den Kundendienst des Dienstleisters gesendet wird und in der das aufgetretene Problem detailliert beschrieben wird. Im Vertrag sind die Kanäle aufgeführt, die der Dienstleister für die Entgegennahme von Beschwerden zur Verfügung stellt. Sollte diese erste Beschwerde nicht zu einer Lösung führen, besteht die Möglichkeit, auf Instrumente der alternativen Streitbeilegung (ADR) zurückzugreifen, die oft eine schnellere und kostengünstigere Lösung darstellen als ein Gerichtsverfahren.

Rat und Hilfe finden Sie bei einer Verbraucherorganisation Ihres Vertrauens (die Liste der anerkannten italienischen Verbraucherschutzorganisationen ist auf der Website https://tuttoconsumatori.mise.gov.it/associazioni/ricercaassociazioni verfügbar).

6.6 Ein Blick in die Zukunft

Die Entwicklung der Subscription Economy wird sich voraussichtlich fortsetz en.
Immer mehr Branchen setzen auf Modelle, die auf einem dauerhaften Zugang basieren, anstatt auf dem endgültigen Kauf der Ware oder Dienstleistung.

Neben den mittlerweile etablierten Bereichen – Streaming, Musik, Software und elektronische Maut – entstehen neue Modelle in den Bereichen Automobil, Gesundheitswesen, Wellness, Hausautomation, Mobilität, Haushaltsgeräte und zahlreichen anderen Bereichen des täglichen Lebens.
Diese Entwicklung macht die Rolle der Information und Aufklärung der Verbraucher noch wichtiger. Nur eine umfassende Kenntnis der Vertragsbedingungen, der gesetzlich anerkannten Rechte und der Modalitäten zur Verwaltung von Abonnements ermöglicht es, die Chancen dieses Wirtschaftsmodells zu nutzen und gleichzeitig mögliche negative Auswirkungen zu begrenzen.

Kapitel 7 – Regulierungsvorschläge

Um einen angemessenen Verbraucherschutz innerhalb der Abonnementwirtschaft zu gewährleisten, sollten einige Rechtsvorschriften geändert oder neu eingeführt werden.

- **Verpflichtung zur Angabe der „jährlichen Kosten“ in der Werbung**
  Da viele Verbraucher mehrere kostenpflichtige Abonnements gleichzeitig nutzen, und da diese Kosten oft „unterschätzt“ werden, wird es als notwendig erachtet, dass jede Werbung für ein Produkt oder eine Dienstleistung auch die jährlichen Gesamtkosten des Abonnements angibt und nicht nur die monatlichen und/oder die rabattierten Kosten. So erleichtert man den Verbrauchern die Kontrolle der Gesamtkosten.

- **Geräte im Leihverkehr: Rückgabe analog zur Lieferung**
  Angesichts der Diskrepanz zwischen den Liefermodalitäten an den Verbraucher (in der Regel kostenlos nach Hause) und der Rückgabe der Geräte im Falle einer Kündigung (die aufwendig sein und Wege oder Kosten für die Rücksendung an den Anbieter mit sich bringen kann) wird es als sinnvoll erachtet, den Anbieter zu verpflichten, die Rückgabebedingungen denen der Lieferung anzugleichen.

- **Verbot der Funktionssperre bei physischen Geräten**
  Einige Anbieter haben begonnen, den Zugriff auf bereits in den verschiedenen Geräten vorhandene Funktionen einzuschränken, die nur durch den Abschluss eines entsprechenden Abonnements freigeschaltet werden können. So verlangt beispielsweise ein bekannter Automobilhersteller Zahlungen (es handelt sich um Mikrotransaktionen) für die Aktivierung der Fernstartfunktion des Motors, des Fernlichtassistenten sowie des Einparkhilfesystems. All diese Funktionen sind bereits im Fahrzeug vorhanden, bleiben jedoch gesperrt, wenn nicht entsprechend bezahlt werden – ein Konzept, das sich mit dem Begriff „Hardware as a Service“ zusammenfassen lässt. Es wird als sinnvoll erachtet, solche Praktiken (d. h. die Sperrung des Zugangs zu Funktionen, die bereits in physischen Gegenständen vorhanden sind, und deren Freigabe nur gegen einmalige Zahlungen oder Abonnements) zu verbieten und diese in die bereits bestehende „schwarze Liste“ unlauterer Geschäftspraktiken des Verbraucherschutzgesetzes aufzunehmen.

- **Laufende Vertragsänderungen**
  Angesichts des sich derzeit entwickelnden Rechtsstreits um die Preiserhöhungen bei Netflix-Abonnements wird es als sinnvoll erachtet, strengere Vorschriften hinsichtlich des „ius variandi“ in Abonnementverträgen einzuführen, beispielsweise durch die Bereitstellung einer Whitelist von Fällen, die einen „berechtigten Grund“ darstellen können, und durch das Verbot von Änderungen, insbesondere von Preisänderungen, in allen übrigen Fällen.

Anhang:
Tabelle mit den Details der Überprüfung