



Europäische
Kommission

INFORMATIONSBLETT DEUTSCHLAND

DEZEMBER 2015

MODERNE REGELN FÜR ONLINE-EINKÄUFE



Worin besteht das ungenutzte Potenzial von grenzüberschreitendem E-Commerce in Deutschland?

Unternehmen

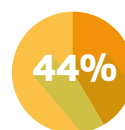
Trotz des schnellen Wachstums von E-Commerce nutzen die meisten deutschen Unternehmen den digitalen Binnenmarkt noch nicht optimal.

Nur 14% der deutschen Einzelhändler verkaufen online an Verbraucher in anderen EU-Ländern. Gleichzeitig verkaufen **fast dreimal** so viele (39%) online in ihrem eigenen Land.



Unterschiede in nationalen Vertragsgesetzgebungen sind für **einen von drei deutschen Händlern** (31%), die derzeit online verkaufen, ein bedeutendes Hindernis für grenzüberschreitende Verkäufe.

Wenn die gleichen Regeln für E-Commerce in der gesamten EU angewendet würden, **würden 44% der deutschen Unternehmen**, die entweder aktiv oder interessiert an einem grenzüberschreitenden Onlinehandel sind, „definitiv“ oder „in gewissem Rahmen“ mit grenzüberschreitenden Onlineverkäufen beginnen oder diese ausweiten.



Verbraucher

Deutschen Verbrauchern entgeht auch die Möglichkeit einer grenzüberschreitenden Produktauswahl und besserer Preise. **Nur 12%** der deutschen Verbraucher kaufen online aus anderen EU-Ländern. Gleichzeitig kaufen 66% online in ihrem eigenen Land.



Mangelndes Vertrauen spielt eine Schlüsselrolle: **Nur 30% der deutschen Verbraucher fühlen sich** beim Online-Einkauf in einem anderen EU-Staat sicher.

Drei von zehn Hauptsorgen der Verbraucher beim Onlinekauf in anderen EU-Staaten hängen mit den wichtigsten Vertragsrechten zusammen, wie etwa Nichtlieferung ihrer Bestellung, Lieferung eines falschen oder beschädigten Produkts oder Reparatur und Umtausch mangelhafter Ware.

39% der deutschen Verbraucher, die in den letzten 12 Monaten auf vier beliebte Arten **digitalen Inhalts** zugegriffen haben (Musik, Spiele, Antivirensoftware und Cloud Storage), hatten im Zusammenhang mit den Inhalten, für die sie bezahlt hatten, **mindestens ein Problem** im Hinblick auf Qualität, Zugriff oder Geschäftsbedingungen. Darüber hinaus hatten 27% mindestens ein Problem mit Inhalten, für die sie nicht mit Geld bezahlt hatten.

27%

Welche Lösung schlägt die Europäische Kommission vor?

Die Kommission schlägt zwei Richtlinien vor: eine für digitale Inhalte und eine andere für Waren. Damit wird gewährleistet, dass die wichtigsten Regeln für Vertragsrechte in der gesamten EU für Onlinekäufe von Waren und die Lieferung von digitalem Inhalt gleich sind.

Unternehmen

Wie werden diese Richtlinien das Leben für Unternehmen in Deutschland verbessern?

Unternehmen in Deutschland werden Kunden aus der gesamten EU auf Grundlage der gleichen Regeln für Vertragsrechte digitale Inhalte zur Verfügung stellen können und so auch Waren online an Kunden aus der gesamten EU verkaufen. Dies schafft rechtliche Sicherheit und eine unternehmensfreundliche Umgebung.



Wenn digitaler Inhalt zur Verfügung gestellt wird, fallen für deutsche Unternehmen keine Kosten für die rechtliche Fragmentierung an, die ohne EU-weite Richtlinien und auch dadurch entstehen, dass einige Mitgliedstaaten

bestimmte nationale Verordnungen einsetzen. Beim Verkauf von Waren sparen Unternehmen die Kosten für die Anpassung an die Regeln für Vertragsrechte jedes Mitgliedstaats, in dem sie verkaufen wollen.



Gemeinsame Regelungen in der EU mindern die auf das Vertragsrecht bezogenen Bedenken der Verbraucher. Mehr **Verbraucher** werden ermutigt, **Onlinekäufe in anderen EU-Ländern zu tätigen**, und sie bilden so einen Markt von bis zu **70 Millionen** grenzüberschreitenden Onlinekäufern. Dies öffnet neue Märkte und ist besonders von Vorteil für kleine und mittlere Unternehmen (KMU), die ihren Kundenstamm ausbauen und oft über ihren Heimatmarkt hinausgehen müssen.



Verbraucher

Wie werden diese Richtlinien das Leben der Verbraucher in Deutschland verbessern?

Verbraucher in Deutschland werden Zugang zu Angeboten von mehr Händlern in der EU haben und deshalb von einem **größeren Produktangebot** zu **wettbewerbsfähigeren Preisen profitieren**.

Verbraucher haben bestimmte Rechte mit einem hohen Schutzniveau, wenn sie auf digitale Inhalte zugreifen und Waren online kaufen. Für digitale Inhalte gelten die Regeln unabhängig davon, ob Verbraucher mit Geld zahlen oder dem Anbieter für den Zugang zum Inhalt ihre persönlichen Daten geben (z. B. bei der einfachen Registrierung).

DIGITALER INHALT:



Haftung des Anbieters bei Mängeln: Wenn der digitale Inhalt mangelhaft ist, kann der Verbraucher Abhilfe verlangen. Es gibt keine zeitliche Begrenzung für die Haftung des Anbieters für solche Mängel, denn anders als bei Waren nutzen sich digitale Inhalte nicht ab.



Umkehr der Beweislast: Wenn die digitalen Inhalte mangelhaft sind, ist es nicht die Aufgabe des Verbrauchers zu beweisen, dass der Mangel zum Lieferzeitpunkt bestand. Stattdessen muss der Anbieter beweisen, dass dies nicht der Fall war. Dies ist durch die technische Natur der digitalen Inhalte wichtig, denn dabei kann es besonders schwierig für Verbraucher sein, die Ursache für ein Problem zu beweisen.



Recht zum Beenden eines Vertrags: Verbraucher werden das Recht haben, Langzeitverträge und solche Verträge zu beenden, an denen der Anbieter wesentliche Änderungen vornimmt.

WAREN:



Umkehr der Beweislast für zwei Jahre: In Deutschland muss ein Verbraucher, der innerhalb eines Zeitraums von 6 Monaten nach Abhilfe für Mängel bei einem Produkt fragt, nicht beweisen, dass der Mangel schon zum Lieferzeitpunkt bestand; es ist Aufgabe des Verkäufers, das Gegenteil zu beweisen. Der Zeitraum, während dem der Verkäufer der Beweislast unterliegt, wird jetzt auf zwei Jahre ausgeweitet.



Kleine Fehler: Wenn der Verkäufer eine mangelhafte Ware nicht reparieren oder ersetzen kann, haben Verbraucher das Recht, den Vertrag zu beenden und ihr Geld zurückzubekommen. Das gilt auch bei kleinen Mängeln.

Gebrauchtwaren: Für online eingekaufte Gebrauchtwaren können Käufer nun innerhalb eines Zweijahreszeitraums ihre Rechte wahrnehmen, wie es auch für neue Waren gilt, anstatt des einjährigen Zeitraums, der momentan in Deutschland angewandt wird.

Wie werden diese Richtlinien zum Wirtschaftswachstum beitragen?

Der Abbau von Hindernissen im Zusammenhang mit dem Vertragsrecht wird den grenzüberschreitenden Handel erleichtern.



Es wird erwartet, dass das derzeitige **EU-BIP** durch die höhere wirtschaftliche Aktivität um **4 Mrd. EUR zunehmen wird**.



Deutschlands BIP im Besonderen soll um ungefähr **875 Mio. EUR** wachsen.



Mehr Wettbewerb wird dazu führen, dass die Verbraucherpreise in der gesamten EU sinken. Dies wird zu einer weiteren Stärkung der Verbraucherinteressen führen und den Konsum der Haushalte in der EU um schätzungsweise **18 Mrd. EUR**, gemessen am jetzigen Stand, steigern.



In **Deutschland** wird der Konsum der Haushalte durch die sinkenden Verbraucherpreise um schätzungsweise 3,2 Mrd. EUR zunehmen.

QUELLEN:

- *Flash Eurobarometer 396 'Retailers' attitudes towards cross-border trade and consumer protection' (2015)*
- *Flash Eurobarometer 413 'Companies engaged in online activities' (2015)*
- *Eurostat Survey on Internet purchases by individuals (2015)*
- *Eurobarometer 397 'Consumer attitudes towards cross-border trade and consumer protection' (2014)*
- *'Consumer surveys identifying the main cross-border obstacles to the Digital Single Market and where they matter most', GfK (2015)*
- *'Economic Study on Consumer Digital Content Products', ICF International (2015)*
- *'The Macro-economic Impact of e-Commerce in the EU Digital Single Market' (2015)*

Věra Jourová, Kommissarin für Recht, Verbraucher und Gleichstellung der Geschlechter  #VeraJourova

Generaldirektion Justiz und Verbraucher  #EU_consumer  EUJustice  EUJustice

#DigitalSingleMarket
<http://ec.europa.eu/justice/dsm>



Amt für Veröffentlichungen