

# COVID-19-UNIT

Unsere Experten schaffen Klarheit.



## AKTUELLE HERAUSFORDERUNGEN IM EU-ONLINE-GESCHÄFT

Die COVID-19-Krise hat aufgrund behördlich angeordneter Betriebsschließungen auch und vor allem den Handel vor erhebliche Herausforderungen gestellt. Viele Händler sahen sich gezwungen, ihr laufendes Geschäft bzw. ihren Vertrieb umzustellen. Bereits kurz nach Beginn der Pandemie wurden Waren und Dienstleistungen daher vielfach auch online angeboten.

Positive Erfahrungen mit dem elektronischen Handel (E-Commerce) lassen zahlreiche Unternehmen auch künftig verstärkt auf diese Form des Fernabsatzes setzen. Online-Marktplätze bergen jedoch auch einige Herausforderungen für die Händler.

### I. EU-REGELUNGEN

Auf EU-Ebene wurden die Regelungen für das Online-Geschäft zuletzt immer wieder erweitert. Im Fokus standen und stehen dabei insbesondere Verbesserungen des Verbraucherschutzes, die neben einer Erleichterung des grenzüberschreitenden Handels günstigere Preise und eine einfachere Abwicklung mit sich bringen sollen. Neben dem „klassischen“ Handel sind davon unter anderem Mobilfunkbetreiber, Strom- Wasser- und Gaslieferanten sowie Hotelbetriebe betroffen.

An Neuerungen sind unter anderem folgende Maßnahmen hervorzuheben:

- Die überarbeitete und bereits in Kraft getretene Richtlinie über Zahlungsdienste.

- Neue Vorschriften für grenzüberschreitende Paketzustelldienste.
- Neue Regelungen, um unzulässiges Geoblocking und andere Formen der Diskriminierung aufgrund des Wohnsitzes, der Staatsangehörigkeit oder der Niederlassung des Kunden innerhalb des Binnenmarktes zu stoppen.
- Überarbeitete Verbraucherschutzvorschriften, die im Mai 2020 in Kraft getreten sind.
- Neue Mehrwertsteuer-Vorschriften für den Online-Verkauf von Waren und Dienstleistungen, die 2021 in Kraft treten werden.

### II. VIELFÄLTIGE ANFORDERUNGEN IM E-COMMERCE

Der Betrieb eines Online-Handels bedingt die Einhaltung verschiedener „grenzüberschreitender“ Rechtsvorschriften. Dazu zählen neben dem Verbraucherschutz etwa das Marken- und Patentrecht, urheberrechtliche Vorschriften, das Steuerrecht und der Datenschutz. Auch Vorgaben zu Rechtsformen und Zahlungssystemen sind zu beachten.

Besonderes Augenmerk muss im E-Commerce etwa auf Allgemeinen Geschäftsbedingungen, eine Datenschutzerklärung, den Cookie-Hinweis und die konkreten Lieferbedingungen gelegt werden. Wesentlich ist außerdem, die in einem Online-Shop angebotenen Waren und Dienstleistungen in Bezug auf Produktmerkmale und Preise in geeigneter Weise und vor allem rechtskonform auszuweisen. (End-)Preise



müssen im Hinblick auf ihre Zusammensetzung klar, eindeutig und vollständig angeführt werden. Dies inkludiert die Angabe sämtlicher Steuern, von Liefergebühren und allfälliger Zusatzgebühren.

Auf der Webseite des Online-Shops muss sowohl den Kunden als auch den zuständigen Behörden ein ungehinderter direkter und dauerhafter Zugang zu den Daten des Händlers bzw. des Shop-Betreibers sowie zu weiteren rechtlich erforderlichen Informationen (AGB, Datenschutz etc.) gewährt werden.

### III. NEUE HERAUSFORDERUNGEN IM ONLINE-HANDEL

Besondere Anforderungen an die Betreiber von Online-Shops werden für den Abschluss von Online-Kaufverträgen gestellt. Diese müssen eindeutige und präzise Informationen über sämtliche (technische) Schritte bis zum Vertragsabschluss enthalten.

Seit 2019 bestehen zusätzliche besondere Informationspflichten für Verträge, die auf Online-Marktplätzen geschlossen werden. Damit soll noch mehr Transparenz gewährleistet werden. So muss der Händler den Verbraucher schon vor Zustandekommen eines „Fernabsatzvertrages“ in klarer und verständlicher Weise darüber informieren, wenn die Waren oder Dienstleistungen von Dritten (also externen Lieferanten) bezogen werden. Der Kunde hat auch das Recht zu erfahren, ob es sich bei einem solchen Dritten um einen Unternehmer handelt. Diese Mitteilung hat in Form einer Erklärung des Dritten gegenüber dem Betreiber des Online-Marktplatzes zu erfolgen. Sollte es sich beim Dritten um einen privaten Anbieter handeln, muss darüber informiert werden, dass die im Verbraucherschutz der EU verankerten Rechte keine Anwendung finden. Dem Verbraucher ist auch eine entsprechende Auskunft darüber zur Verfügung zu stellen, wie die vertraglichen Verpflichtungen zwischen dem Dritten und dem

Anbieter des Online-Marktplatzes aufgeteilt werden.

Für Cloud-Betreiber bzw. für die Anbieter von sog. „freien“ digitalen Diensten kommen ebenfalls neue Pflichten zum Tragen. So muss der Anbieter solcher Geschäfte eine Reihe klarer Informationen bereithalten, z.B. über die wichtigsten Merkmale der Dienstleistung, die Vertragsdauer und die Kündigungsbedingungen. In jedem Fall muss dem Nutzer ermöglicht werden, den Online-Vertrag innerhalb von 14 Tagen ohne Angabe von Gründen zu kündigen. Kaufabsichten von Verbrauchern bezüglich der im Internet angebotenen Waren oder Dienstleistungen werden oft stark von Kunden-Bewertungen beeinflusst. Auch dazu gibt es Änderungen. Händler, die ihren Kunden Produktbewertungen ermöglichen, müssen transparent machen, ob und wie sie sicherstellen, dass Bewertungen ausschließlich von „echten“ Verbrauchern stammen. Damit soll die Abgabe gefälschter Bewertungen oder die falsche Darstellung von Kommentaren vermieden werden.

Die neuen Rechtsvorschriften sind in den EU-Mitgliedstaaten bis 28.11.2021 umzusetzen.

### IV. GEOBLOCKING

Seit Dezember 2018 besteht ein EU-Verbot für das sog. „Geoblocking“. Darunter versteht man die Sperre oder die Beschränkung des Zugangs zu Online-Shops für bestimmte Länder oder Regionen, wie z.B. von Plattformen eines in der EU ansässigen Händlers für Kunden aus anderen Mitgliedstaaten.

So wird eine Diskriminierung aufgrund der Staatsangehörigkeit, des Wohnsitzes oder des Geschäftsstandortes von Kunden verhindert. Unzulässiges Geoblocking ist aber nicht auf Zugangssperren beschränkt. Verboten sind auch folgende Maßnahmen:

- die Weiterleitung des Kunden zu einer abweichenden Version einer Online-Plattform, „die sich von der Online-Benutzerober-



fläche, auf die der Kunde ursprünglich zugreifen wollte, bei Layout, Sprache oder anderen Merkmalen, durch die die Benutzeroberfläche speziell auf Kunden mit einer bestimmten Staatsangehörigkeit oder einem bestimmten Wohnsitz oder Ort der Niederlassung zugeschnitten ist, unterscheidet, es sei denn, der Kunde hat einer solchen Weiterleitung ausdrücklich zugestimmt“;

- die Angabe von abweichenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (wobei das Anbieten von unterschiedlichen Nettokaufpreisen in verschiedenen Mitgliedstaaten nicht untersagt wird); und
- die Anwendung von abweichenden Bedingungen in Bezug auf den Zahlungsvorgang innerhalb der EU in Zusammenhang mit dem Standort des kontoführenden Bankinstituts oder der Niederlassung des Zahlungsdienstleisters.

## V. AUSBLICK UND FAZIT

Die EU-Mitgliedstaaten sind sowohl zur Umsetzung der europarechtlichen Vorgaben zu E-Commerce und Geoblocking als auch zur Ahndung von Verstößen gegen die neuen Rechtspflichten angehalten.

Mit den jüngsten umfassenden Bestimmungen wurde auf EU-Ebene jedenfalls eine solide Basis für die weitere Entwicklung des Online-Handels geschaffen. Für den einzelnen Anbieter bringen die Regeln gleichwohl vielfältige Anforderungen mit sich, die es im Einzelnen zu bedenken und zu beachten gilt.

### **Bulgarien:**

*Cornelia Draganova*  
*Cornelia.Draganova@schindhelm.com*

### **Deutschland:**

*Henning Kohlmeier*  
*Henning.Kohlmeier@schindhelm.com*

*Sarah Schlösser*  
*Sarah.Schloesser@schindhelm.com*

### **Italien:**

*Tommaso Olivieri*  
*Tommaso.Olivieri@schindhelm.com*

### **Österreich:**

*Alexander Wöß*  
*A.Woess@scwp.com*

### **Polen:**

*Tomasz Szarek*  
*Tomasz.Szarek@sdzlegal.pl*

### **Rumänien:**

*Helge Schirkonyer*  
*Helge.Schirkonyer@schindhelm.com*

### **Spanien:**

*Claudia Cascant*  
*C.Cascant@schindhelm.com*

### **Tschechien/Slowakei:**

*Monika Wetzlerova*  
*Wetzlerova@scwp.cz*

### **Türkei:**

*Senem Güclüer*  
*Senem.Gucluer@schindhelm.com*

### **Ungarn:**

*Beatrix Fakó*  
*B.Fako@scwp.hu*