



Ein EU-weites Vertragsrecht für den digitalen Binnenmarkt - Fragen und Antworten

Brüssel, 9. Dezember 2015

Ein EU-weites Vertragsrecht für den digitalen Binnenmarkt

Welches unerschlossene Potenzial bietet der grenzüberschreitende elektronische Handel in der EU?

Trotz des raschen Wachstums des elektronischen Handels werden die Möglichkeiten des digitalen Binnenmarkts von den meisten europäischen Unternehmen noch nicht voll ausgeschöpft: Im Jahr 2014 lag der Anteil des elektronischen Handels an der gesamten Handelstätigkeit in der EU bei 7,2 % gegenüber 11,6 % in den USA.

Nur 12 % der Einzelhändler **in der EU** verkaufen online an Kunden in anderen EULändern, während **mehr als dreimal so viele (37 %)** das Internet im eigenen Land als Absatzkanal nutzen.

- Unterschiede im nationalen Vertragsrecht stellen für **vier von zehn Einzelhändlern in der EU** (39 %), die derzeit online verkaufen, ein erhebliches Hindernis beim grenzüberschreitenden Handel dar. Will ein Unternehmen Produkte in einem anderen Mitgliedstaaten verkaufen, entstehen ihm für die Anpassung seiner Geschäftsbedingungen an das nationale Verbrauchervertragsrecht des anderen Mitgliedstaats einmalig Kosten in Höhe von etwa 9000 EUR.
- Gäbe es EU-weit dieselben Vorschriften für den elektronischen Handel, würden **57 % der Unternehmen in der EU**, die bereits grenzüberschreitenden Online-Handel treiben oder daran interessiert sind, diese Geschäftstätigkeit „auf jeden Fall“ oder „in gewissem Umfang“ aufnehmen bzw. weiter ausbauen.

Zudem werden den europäischen Verbrauchern auf diese Weise eine größere Produktauswahl und günstigere Preise vorenthalten. **Nur 15 %** der Verbraucher **in der EU** kaufen online in anderen EU-Ländern, während fast **dreimal so viele (44 %)** das Internet für Käufe im eigenen Land nutzen.

- Dabei spielt mangelndes Vertrauen eine Schlüsselrolle: Nur 38 % der Verbraucher in der EU haben ein sicheres Gefühl, wenn sie Produkte online in einem anderen EU-Land kaufen.
- Drei der zehn am häufigsten genannten Bedenken von Verbrauchern im Hinblick auf Online-Käufe in anderen EU-Ländern betreffen zentrale vertragsrechtliche Aspekte, zum Beispiel Nichtlieferung einer Bestellung, Lieferung eines falschen oder beschädigten Produkts und Reparatur oder Ersatz eines fehlerhaften Produkts.

In den vergangenen zwölf Monaten haben mindestens **70 Millionen Verbraucher** im Zusammenhang mit vier beliebten Arten digitaler Inhalte (Musik, Virenschutz, Spiele und Cloud-Speicherung) **ein Problem oder gar mehrere Probleme beanstandet**. Jedoch **wurde nur bei 10 % dieser Verbraucher für Abhilfe gesorgt**. Schätzungen zufolge entstand den Verbrauchern in der EU durch die nicht behobenen Probleme ein finanzieller und sonstiger Schaden von ungefähr 9-11 Mrd. EUR.

Wie passen die Vorschläge zu Verträgen im Online-Handel in die Strategie für den digitalen Binnenmarkt?

Die von der Kommission am 6. Mai 2015 angenommene [Strategie für einen digitalen Binnenmarkt](#) zielt darauf ab, das Potenzial der digitalen Wirtschaft auszuschöpfen, um mehr und zugleich stabiles Wachstum für die EU zu schaffen.

Die in der Strategie angekündigten 16 Maßnahmen sollen ineinandergreifen und dadurch Engpässe beseitigen, die die Verwirklichung eines echten Binnenmarkts behindern. Zusammen mit dem ebenfalls heute angenommenen Vorschlag zur Portabilität von Online-Inhalten sind die Vorschläge zu Verträgen im Online-Handel die ersten Ergebnisse im Rahmen der Strategie. Sie zielen darauf ab, die noch verbleibenden Hindernisse auf dem Gebiet des Vertragsrechts zu beseitigen und das unerschlossene Potenzial des grenzüberschreitenden elektronischen Handels in der EU freizusetzen.

Welche Probleme werden mit den Vorschlägen zu Verträgen im Online-Handel angegangen?

Die Unterschiede im nationalen Verbrauchervertragsrecht wurden von den im Rahmen der

Ausarbeitung der Richtlinien konsultierten Interessenträgern (darunter Unternehmen und Verbraucherverbände) als wesentliches Hemmnis für den grenzüberschreitenden Handel genannt.

Bei digitalen Inhalten weist das EU-Recht eine eindeutige Lücke auf, und auch in den Mitgliedstaaten ist dieser Bereich kaum geregelt. In einigen Mitgliedstaaten kann die Bereitstellung digitaler Inhalte unter das Kaufrecht, in anderen unter das Dienstleistungs- oder das Mietrecht fallen. Demzufolge unterscheiden sich die Abhilfen bei fehlerhaften digitalen Inhalten. Dies schafft sowohl für Unternehmen als auch für Verbraucher Rechtsunsicherheit. Nur wenige Mitgliedstaaten haben in jüngster Zeit besondere Vorschriften für Verträge über die Bereitstellung digitaler Inhalte erlassen oder mit entsprechenden Vorarbeiten begonnen. Hierdurch besteht das Risiko einer weiteren Fragmentierung der Rechtsvorschriften, wenn keine Maßnahmen auf EU-Ebene ergriffen werden.

Für Waren, insbesondere was die Verbraucherrechte bei fehlerhaften Produkten anbelangt, gelten nur minimale EU-Anforderungen. Daher sind in der Praxis nach wie vor unterschiedliche nationale Rechtsvorschriften in Kraft. Dies schafft Rechtsunsicherheit, verursacht zusätzliche Kosten für die Unternehmen und führt bei den Verbrauchern zu Vorbehalten gegenüber Einkäufen im Ausland.

Welche Lösung schlägt die Europäische Kommission vor?

Die Kommission schlägt zwei Richtlinien vor: eine Richtlinie für digitale Inhalte und eine Richtlinie für Waren. Zusammen werden sie sicherstellen, dass EU-weit dieselben zentralen Vertragsrechtsvorschriften für den Online-Warenhandel und die Bereitstellung digitaler Inhalte gelten.

Welche Vorteile bringen diese Richtlinien für die Verbraucher in der EU?

Die Verbraucher erhalten Zugang zu Angeboten von mehr Händlern aus der ganzen EU und profitieren dadurch von einer **größeren Auswahl** und **wettbewerbsfähigeren Preisen**.

Ihre Rechte werden beim Zugang zu digitalen Inhalten und beim Online-Kauf von Waren besser geschützt. Die neuen Vorschriften gelten für die Bereitstellung digitaler Inhalte gegen Geld oder gegen Überlassung von Daten (z. B. durch Registrierung bei einem Online-Dienst/sozialen Medium). Dies geht einen Großteil der Verbraucher in der EU an: In den vergangenen zwölf Monaten betrug der Anteil der Internetnutzer in der EU, die digitale Inhalte heruntergeladen oder auf diese zugegriffen haben, ohne dafür zu bezahlen, bei Sportereignissen 82 %, bei audiovisuellen Inhalten (Filme, Serien, Videoclips, Fernsehinhalte) 80 %, bei Musik 77 %, bei Spielen 76 % und bei E-Books 64 %.

Digitale Inhalte

- **Haftung des Anbieters für Mängel:** Weist der digitale Inhalt einen Defekt auf, kann der Verbraucher Abhilfe fordern. Die Haftung des Anbieters für solche Mängel gilt unbegrenzt, da digitale Inhalte – im Gegensatz zu Waren – nicht der Abnutzung unterliegen.
- **Umkehr der Beweislast:** Ist der digitale Inhalt defekt, muss nicht der Verbraucher nachweisen, dass der Defekt bereits zum Zeitpunkt der Lieferung bestand; stattdessen muss der Anbieter nachweisen, dass dies nicht der Fall war. Das ist wichtig, weil es für den Verbraucher aufgrund der besonderen Beschaffenheit digitaler Inhalte besonders schwierig sein kann, die Ursache eines Problems nachzuweisen.
- **Recht auf Beendigung des Vertrags:** Die Verbraucher erhalten das Recht, langfristige Verträge und Verträge, an denen der Anbieter größere Änderungen vornimmt, zu beenden.
- **Digitale Inhalte als Gegenleistung für die Überlassung von Daten:** Hat der Verbraucher digitale Inhalte oder Dienstleistungen gegen die Überlassung personenbezogener Daten erhalten, darf der Anbieter nach der neuen Regelung diese Daten im Fall einer Vertragsbeendigung nicht weiter nutzen.

Waren

- **Umkehr der Beweislast für zwei Jahre:** In der EU gilt bereits, dass ein Verbraucher, der für ein fehlerhaftes Produkt Abhilfe fordert, innerhalb einer bestimmten Frist nicht nachweisen muss, dass der Defekt bereits zum Zeitpunkt der Lieferung vorlag; vielmehr ist es Sache des Verkäufers, das Gegenteil zu beweisen. Derzeit ist die Frist, während der dem Verkäufer die Beweislast obliegt, von Mitgliedstaat zu Mitgliedstaat unterschiedlich; von jetzt an wird sie EU-weit auf zwei Jahre festgelegt.
- **Keine Meldepflicht:** Die Verbraucher werden ihre Rechte nicht verlieren, wenn sie dem Verkäufer einen Defekt nicht innerhalb einer bestimmten Frist melden, wie es zurzeit in einigen Mitgliedstaaten der Fall ist.
- **Geringfügige Mängel:** Ist der Verkäufer zur Reparatur oder Ersetzung eines fehlerhaften Produkts nicht in der Lage oder willens, haben die Verbraucher künftig auch bei geringfügigen Mängeln ein Recht auf Vertragsbeendigung und Kostenerstattung.

- **Gebrauchte Waren:** Bei online gekauften gebrauchten Waren können die Verbraucher künftig ihre Rechte innerhalb einer Zweijahresfrist wahrnehmen, wie dies bei neuen Waren bereits der Fall ist; die derzeit in einigen Mitgliedstaaten übliche Einjahresfrist gilt also nicht mehr.

Welche Vorteile bringen diese Richtlinien für die Unternehmen in der EU?

Unternehmen werden EU-weit nach einheitlichen Vertragsregeln online digitale Inhalte bereitstellen und Waren verkaufen können. Dies verbessert die Rechtssicherheit und schafft ein unternehmensfreundliches Umfeld.

Bei der Bereitstellung digitaler Inhalte entstehen den Unternehmen keine Kosten mehr wegen unterschiedlicher oder fehlender Regelungen in den Mitgliedstaaten. Beim Verkauf von Waren sparen die Unternehmen die Kosten für die Anpassung ihrer Geschäftsbedingungen an das nationale Verbrauchervertragsrecht des Mitgliedstaats, in den sie Waren liefern möchten.

Durch EU-weit einheitliche Vorschriften werden die vertragsrechtlichen Bedenken der Verbraucher zurückgehen. Mehr **Verbraucher** werden dazu angeregt, **erstmalig online in anderen EU-Ländern zu kaufen**, wodurch ein Markt mit bis zu **70 Millionen Personen** entsteht. Dies wird neue Märkte eröffnen und insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) von Nutzen sein, die einen Kundenstamm aufbauen müssen und häufig darauf angewiesen sind, sich über den Inlandsmarkt hinaus zu orientieren.

Wie werden diese Richtlinien zum Wirtschaftswachstum beitragen?

Durch die Beseitigung der vertragsrechtlichen Hindernisse wird der grenzüberschreitende Handel erleichtert. Schätzungen besagen:

- Mindestens **122 000 Unternehmen mehr** werden **beginnen, online in andere EU-Länder zu verkaufen**.
- **8 bis 13 Millionen Verbraucher zusätzlich** werden **anfangen, online in anderen EU-Ländern einzukaufen**.
- **Das BIP der EU** wird um **4 Mrd. EUR zulegen**.
- Durch den verstärkten Wettbewerb werden die Verbraucherpreise in der gesamten EU sinken. Dies wird zu einer Mehrung des Verbraucherwohls und einem Anstieg der Verbrauchsausgaben der privaten Haushalte in der EU um **18 Mrd. EUR** führen.

Wie werden sich die neuen Vorschriften für Verbraucher und Unternehmen praktisch auswirken?

- Ein Verbraucher zahlt für das Herunterladen eines Films, kann diesen jedoch wegen seiner schlechten Qualität nicht anschauen. Heute erhält der Verbraucher möglicherweise nur einen Rabatt für Filme, die er künftig herunterlädt. Nach der neuen Regelung kann er beim Anbieter eine andere, einwandfreie Version anfordern. Ist dies technisch nicht machbar oder lehnt der Anbieter dies ab, kann der Verbraucher eine Preisminderung oder eine vollständige Erstattung verlangen.
- Wenn heute beispielsweise ein italienischer Verbraucher feststellt, dass ein Produkt, das er vor mehr als sechs Monaten online im Ausland erworben hat, einen Defekt aufweist und er vom Hersteller eine Reparatur oder einen Ersatz wünscht, kann er aufgefordert werden, nachzuweisen, dass der Defekt bereits zum Zeitpunkt der Lieferung vorlag. Nach der neuen Regelung kann derselbe Verbraucher innerhalb der gesamten zweijährigen Gewährleistungsfrist Abhilfe fordern, ohne nachweisen zu müssen, dass der Defekt bereits zum Zeitpunkt der Lieferung vorlag.
- Ein kleines Unternehmen stellt Designer-Couchtische her und möchte diese in drei Mitgliedstaaten vertreiben. Der Eigentümer des Unternehmens will vorab wissen, wie lange er auf diesen neuen Märkten Forderungen seiner Kunden nach Reparatur oder Ersatz nachkommen müsste, falls die Tische bei der Lieferung einen Mangel aufweisen. Er holt eine Rechtsauskunft ein und erfährt, dass er im ersten seiner neuen Zielmärkte zwei Jahre für Mängel haftbar ist. Im zweiten Mitgliedstaat beträgt die Haftungsdauer drei Jahre. Im dritten Mitgliedstaat gilt eine zeitlich unbegrenzte gesetzliche Gewährleistung.
- Ein Familienbetrieb möchte handgearbeitete Hüte in zwei Mitgliedstaaten vertreiben. Der Eigentümer weiß, dass bei Verkäufen im eigenen Land die Verbraucher einen etwaigen Mangel innerhalb von zwei Monaten bei ihm melden müssen. In einem seiner neuen Zielmärkte müssen die Verbraucher einen Mangel zwar ebenfalls melden, doch innerhalb einer „angemessenen Frist“. Im zweiten Mitgliedstaat gibt es keine derartige Meldepflicht. Nach der neuen Regelung brauchen sich Unternehmen nicht länger mit diesen Unterschieden aufzuhalten: Sie können auf der Grundlage eines Kernbestands einheitlicher Vertragsregeln EU-weit digitale Inhalte bereitstellen und Waren online verkaufen.

Welchen Nutzen bietet die EU-weite Harmonisierung zentraler Vertragsrechtsvorschriften?

Die Vertragsrechtsvorschläge für den digitalen Binnenmarkt schaffen eine neue Dynamik: Deutlich verbesserte Chancen für Unternehmen stehen einem sehr hohen Verbraucherschutzniveau auf EU-Ebene gegenüber.

Vollständig harmonisierte Vorschriften sorgen für Rechtssicherheit und weniger Kosten für Unternehmen und gleichzeitig für einen besseren Verbraucherschutz.

Insgesamt wird sich das Vertrauen der Verbraucher in den Binnenmarkt festigen, und die Wirtschaft erhält neuen Schwung.

Geltende Verbrauchervertragsvorschriften in der EU

VERTRAGSRECHTSVORSCHRIFTEN	WAREN	DIGITALE INHALTE
1. Vorvertragliche Informationen	Vollständig harmonisierte EU-Vorschriften	Vollständig harmonisierte Vorschriften
2. Widerrufsrecht	Vollständig harmonisierte EU-Vorschriften	Vollständig harmonisierte Vorschriften
3. Konformität	Mindestharmonisierung EU-Vorschriften	Keine EU-Vorschriften
4. Abhilfen	Mindestharmonisierung EU-Vorschriften	Keine EU-Vorschriften
5. Lieferung	Vollständig harmonisierte Vorschriften	Keine EU-Vorschriften
6. Schadenersatz	Keine EU-Vorschriften	Keine EU-Vorschriften

Quellen

- [Flash Eurobarometer 396 „Retailers' attitudes towards cross-border trade and consumer protection“ \(2015\)](#)
- [Flash Eurobarometer 413 „Companies engaged in online activities“ \(2015\), Q. 11](#)
- [Eurostat Survey on Internet purchases by individuals \(2015\)](#)
- [Flash 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)
- [Flash Eurobarometer 411 „Cross-border access to online content“ \(2015\)](#)
- [Technischer Bericht der GFS „The Macro-economic Impact of e-Commerce in the EU Digital Single Market“ \(2015\)](#)

MEMO/15/6265

Kontakt für die Medien:

[Christian WIGAND](#) (+ 32 2 296 22 53)

[Melanie VOIN](#) (+ 32 2 295 86 59)

Kontakt für die Öffentlichkeit: [Europe Direct](#) – telefonisch unter [00 800 67 89 10 11](#) oder per [E-Mail](#)