



Brüssel, den 11. Dezember 2015
(OR. en)

15261/15

2015/0287 (COD)
2015/0288 (COD)

JUSTCIV 292
CONSUM 223

ÜBERMITTLUNGSVERMERK

Absender:	Herr Jordi AYET PUIGARNAU, Direktor, im Auftrag des Generalsekretärs der Europäischen Kommission
Eingangsdatum:	11. Dezember 2015
Empfänger:	Herr Jeppe TRANHOLM-MIKKELSEN, Generalsekretär des Rates der Europäischen Union
Nr. Komm.dok.:	COM(2015) 633 final
Betr.:	MITTEILUNG DER KOMMISSION AN DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT, DEN RAT UND DEN EUROPÄISCHEN WIRTSCHAFTS- UND SOZIALAUSSCHUSS Ein modernes Vertragsrecht für Europa - Das Potenzial des elektronischen Handels freisetzen

Die Delegationen erhalten in der Anlage das Dokument COM(2015) 633 final.

Anl.: COM(2015) 633 final



Brüssel, den 9.12.2015
COM(2015) 633 final

**MITTEILUNG DER KOMMISSION AN DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT, DEN
RAT UND DEN EUROPÄISCHEN WIRTSCHAFTS- UND SOZIALAUSSCHUSS**

**Ein modernes Vertragsrecht für Europa - Das Potenzial des elektronischen Handels
freisetzen**

1. KONTEXT

In der gesamten Einzelhandelsbranche ist der europäische Markt für den elektronischen Handel in den vergangenen Jahren rasant gewachsen. Er stellt eine der wichtigsten Triebfedern für das gesamte Wachstum in der Europäischen Union dar. Er verfügt aber auch über erhebliches Potenzial, das noch nicht erschlossen wurde. Statt die Chancen, die der elektronische Handel bietet, in vollem Umfang zu nutzen, sind Unternehmen und Verbraucher zu häufig auf ihre eigenen nationalen Märkte beschränkt.

Die wichtigsten Zahlen

Der elektronische Handel als wichtiger Antriebsfaktor für das Wachstum: Der Wert des elektronischen Einzelhandels stieg 2014 innerhalb der EU im Vergleich zum Vorjahr um 13,4 % und erreichte insgesamt 370 Mrd. EUR.¹ Der Umsatz, den Unternehmen im elektronischen Einzelhandel als Bestandteil des gesamten Einzelhandelsumsatzes generierten, stieg von 2009 bis 2014 um 85 %². Dies zeigt, dass der Einzelhandel online viel schneller wächst als offline.

Bislang unerschlossenes Wachstumspotenzial des elektronischen Handels: Der Anteil des elektronischen Handel am gesamten Einzelhandelssektor ist in Europa weiterhin bedeutend niedriger als in den USA: 2014 betrug der Anteil des elektronischen Handels am gesamten europäischen Einzelhandel 7,2 %, in den USA waren es 11,6 %.³ Im selben Jahr verkauften nur 12 % der Einzelhändler in der EU online Produkte an Verbraucher in anderen EU-Ländern, innerhalb der Inlandsmärkte hingegen waren es dreimal so viele (37 %)⁴. Nur 15 % der Verbraucher tätigten Online-Käufe in anderen EU-Ländern, während etwa dreimal so viele (44 %) in ihrem eigenen Land Online-Käufe tätigten.⁵

Vor diesem Hintergrund nahm die Europäische Kommission die „Strategie für einen digitalen Binnenmarkt“⁶ an und machte damit die Schaffung eines digitalen Binnenmarktes zu einer der wichtigsten Prioritäten, um für zusätzliches Wachstum in Europa zu sorgen. Die Strategie für einen digitalen Binnenmarkt geht auf alle wesentlichen Hindernisse für die Entwicklung eines grenzüberschreitenden elektronischen Handels in der EU ein. Durch das gemeinsame Angehen dieser Hindernisse und die Verbesserung der Situation für Unternehmen und

¹ European B2C E-Commerce Report 2015. E-Commerce Europe. Ohne Bulgarien, Zypern, Kroatien, Litauen, Luxemburg, Malta, Slowenien und die Slowakei, für die keine Daten vorliegen. <http://www.ecommerce-europe.eu/> S. 29 - Alle in dieser Mitteilung enthaltenen Zahlen sind ebenfalls in der Arbeitsunterlage der Kommissionsdienststellen enthalten, welche die Folgenabschätzung zu den Vorschlägen für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte der Bereitstellung digitaler Inhalte und für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte des Online-Warenhandels und anderer Formen des Fernabsatzes von Waren enthält, SWD(2015) 275.

² Eurostat, E-Commerce durch Unternehmen: Zusammenfassung der EU-Aggregate (NACE Rev. 2 Tätigkeit)

³ <http://www.retailresearch.org/onlineretailing.php>

⁴ Flash Eurobarometer 396 (2014) „Retailers’ attitudes towards cross-border trade and consumer protection“ (2015), S. 27.

⁵ Eurostat, Erhebung zur IKT-Nutzung in Haushalten und durch Einzelpersonen (2014), isoc_ec_ibuy

⁶ Mitteilung der Kommission „Strategie für einen digitalen Binnenmarkt für Europa“ COM(2015) 192 final, abrufbar unter: http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market/index_de.htm.

Verbraucher werden der digitale Binnenmarkt und die gesamte EU-Wirtschaft den erwarteten positiven Impuls erhalten.

Die Lücke zwischen Nachfrage und Angebot kann verringert werden. Unternehmen in der EU werden ihre Wettbewerbsfähigkeit steigern können, wenn es für sie einfacher wird, auch in anderen als nur ihren eigenen oder einigen benachbarten nationalen Märkten zu verkaufen. Ein erhöhtes Angebot wird den Wettbewerb zudem stärken. Auf diese Weise erhalten Verbraucher eine breitere Auswahl an Produkten zu wettbewerbsfähigeren Preisen. Erhalten Verbraucher einheitliche Rechte und ein hohes Verbraucherschutzniveau, wird dies ihr Vertrauen in Auslandskäufe steigern.

2. EIN ERSTER UND BEDEUTENDER SCHRITT, UM DAS POTENZIAL DES ELEKTRONISCHEN HANDELS FREIZUSETZEN

Eines der drei Hauptziele der Strategie für einen digitalen Binnenmarkt ist es, einen *„besseren Zugang für Verbraucher und Unternehmen zu digitalen Waren und Dienstleistungen in ganz Europa“ sicherzustellen*. Als eines der Hindernisse für den grenzüberschreitenden elektronischen Handel wurden im Rahmen der Strategie Unterschiede im Vertragsrecht der Mitgliedstaaten ermittelt.

Um die geeigneten Bedingungen für einen blühenden grenzüberschreitenden elektronischen Handel bereitzustellen, wurden in der Strategie für einen digitalen Binnenmarkt folglich Gesetzgebungsvorschläge für einfache und wirkungsvolle grenzüberschreitende Vertragsbestimmungen für Verbraucher und Unternehmen angekündigt, mit denen die Vertragsbestimmungen für die Bereitstellung digitaler Inhalte und für den Online-Warenhandel harmonisiert werden.

Wie die Kommission in ihrem Arbeitsprogramm für 2015 ankündigte, nimmt sie heute (i) einen Vorschlag für eine Richtlinie über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte der Bereitstellung digitaler Inhalte und (ii) einen Vorschlag für eine Richtlinie über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte des Online-Warenhandels⁷ und anderer Formen des Fernabsatzes von Waren an.⁸ Neben dem Vorschlag für eine Verordnung zur Gewährleistung der grenzüberschreitenden Portabilität von Online-Inhaltediensten im Binnenmarkt gehören diese

⁷ Für die Zwecke dieser Mitteilung ist die Bezeichnung „Online-Warenhandel“ als „Online-Warenhandel und andere Formen des Fernabsatzes von Waren“ zu verstehen. Hingegen ist die Bezeichnung „Offline-Warenhandel“ als „direkter persönlicher Verkauf“ zu verstehen.

⁸ Die wichtigsten Aspekte sowohl der Bereitstellung digitaler Inhalte als auch des Online-Warenhandels basieren auf der Richtlinie über den Verbrauchsgüterkauf und sie sind daher so weit wie möglich aufeinander abgestimmt. Die Kommission hat jedoch beschlossen, zwei getrennte Rechtsakte anzunehmen, da wegen der Besonderheiten digitaler Inhalte verschiedene Regeln anders zu gestalten sind als bei Sachgütern. Darüber hinaus wird durch die schnelle technologische und kommerzielle Entwicklung der digitalen Inhalte eine Überprüfung der Anwendbarkeit dieser Richtlinie erforderlich sein. Daher wird es die Umsetzung und Anwendung der Bestimmungen zu digitalen Inhalten sowie ihre Überprüfung vereinfachen, wenn diese Bestimmungen in einen einzigen Rechtsakt, die Richtlinie über die Bereitstellung digitaler Inhalte, aufgenommen werden.

beiden Vorschläge zu den ersten Gesetzesinitiativen, die im Rahmen der Strategie für einen digitalen Binnenmarkt verabschiedet werden.

Insbesondere werden durch die beiden Richtlinien die wesentlichen, zwingenden Rechte und Pflichten der Parteien eines Vertrages über die Bereitstellung digitaler Inhalte und eines Vertrages über einen Online-Warenhandel vollständig und gezielt harmonisiert.⁹ Durch folgende Faktoren werden sie zu einem schnelleren Wachstum des digitalen Binnenmarktes beitragen:

- **Senkung von Kosten, die sich aus Unterschieden im Vertragsrecht ergeben:** Die grundlegenden Bestimmungen des Verbrauchervertragsrechts, die gegenwärtig zwischen den Mitgliedstaaten abweichen, schaffen Hindernisse für den grenzüberschreitenden Handel mit digitalen Inhalten und Sachgütern. Durch die aktuellen Vorschläge wird gewährleistet, dass diese Bestimmungen in allen Mitgliedstaaten gleich sein werden. EU-weit geltende Bestimmungen werden eine entstehende Rechtsfragmentierung auf dem Gebiet der digitalen Inhalte verhindern¹⁰ und die bestehende Rechtsfragmentierung bezüglich Sachgütern beseitigen.¹¹ Darüber hinaus werden Unternehmen beim grenzüberschreitenden Handel nicht mehr gezwungen sein, ihre Verträge an unterschiedliche Bestimmungen anzupassen. Zusätzliche Kosten werden somit vermieden.
- **Schaffung von Rechtssicherheit für Unternehmen:** Im Gegensatz zu heute, da sie mit einem komplexen Rechtsrahmen konfrontiert sind, werden Unternehmen in der Lage sein, Verbrauchern in der gesamten EU digitale Inhalte online bereitzustellen bzw. Waren online anzubieten, wobei die Bereitstellung und der Verkauf auf den einheitlichen Bestimmungen des Verbrauchervertragsrechts basieren werden, die in den vorgeschlagenen Richtlinien festgelegt sind. Dies wird die Rechtssicherheit erhöhen und ein unternehmensfreundliches rechtliches Umfeld schaffen, das sich insbesondere für KMU positiv auswirken wird.
- **Erschließung der Vorteile des grenzüberschreitenden Online-Handels für Verbraucher in der EU:** Die Unklarheit bezüglich ihrer grundlegenden vertraglichen Rechte ist ein wesentlicher Grund für das mangelnde Vertrauen der Verbraucher in grenzüberschreitende Online-Käufe. Die Verbraucher werden EU-weit über klar formulierte, vollständig harmonisierte Rechte verfügen und daher beim Zugriff auf

⁹ Zum Beispiel die Übereinstimmung mit dem Vertrag, die Rangfolge der Rechtsbehelfe und ihre Wahrnehmung, das Recht der Verbraucher auf Beendigung des Vertrags.

¹⁰ Einzelne Mitgliedstaaten (UK, NL) haben kürzlich spezielle zwingende Vorschriften für Verträge über die Bereitstellung digitaler Inhalte erlassen bzw. begonnen, diese zu erarbeiten (IE). Diese derzeit entstehenden nationalen Rechtsvorschriften weichen bezüglich Anwendungsbereich und Inhalt voneinander ab.

¹¹ Es gibt nur eine Mindestharmonisierung zum Konzept der Übereinstimmung mit dem Vertrag und zu Abhilfen im Falle nicht-konformer Güter (gemäß der Richtlinie über den Verbrauchsgüterkauf und Garantien für Verbrauchsgüter). Da es sich dabei um Mindestanforderungen handelt, haben die Mitgliedstaaten die Möglichkeit, diese auszuweiten und weitere Anforderungen zugunsten der Verbraucher zu stellen. Viele Mitgliedstaaten haben von dieser Möglichkeit bei verschiedenen Punkten und in unterschiedlichem Ausmaß Gebrauch gemacht.

digitale Inhalte und beim Kauf in anderen EU-Ländern selbstbewusster agieren können. Das Verbraucherschutzniveau innerhalb der EU wird zudem insgesamt wesentlich erhöht werden. Dies betrifft beim Online-Warenhandel insbesondere die Verlängerung des Zeitraums der Umkehrung der Beweislast auf zwei Jahre bei Mängeln, angepasst an die gesetzliche Gewährleistungsfrist von zwei Jahren. Mit Ausnahme von zwei Mitgliedstaaten, wo das Niveau unverändert bleibt, wird dies den Verbraucherschutz für alle europäischen Verbraucher stärken. Es wird das Vertrauen der Verbraucher in grenzüberschreitende Online-Käufe stärken und es ihnen leichter machen, ihre Rechte auch wahrzunehmen.¹²

- **Verringerung der Nachteile, die Verbrauchern aufgrund fehlerhafter digitaler Inhalte entstehen:** Im Gegensatz zu heute, da es keine EU-weiten spezifischen Vertragsbestimmungen für die Bereitstellung digitaler Inhalte gibt, werden Verbraucher bei Problemen mit digitalen Inhalten über klar formulierte und speziell auf digitale Inhalte abgestimmte Rechte verfügen. Dadurch wird ihnen ermöglicht, Abhilfe zu verlangen und somit die Nachteile zu verringern, die ihnen bisher beim Erwerb digitaler Inhalte, die sich als fehlerhaft erweisen, entstehen. In Anbetracht dieses sich technologisch und kommerziell rasch entwickelnden Marktes sind die EU-Bestimmungen technologisch neutral und zukunftssicher; somit werden sie für alle relevanten Arten digitaler Inhalte gleiche Rahmenbedingungen schaffen.
- **Insgesamt ausgewogene Berücksichtigung der Interessen von Verbrauchern und Unternehmen:** Durch das Aufgreifen von Markttrends und eine ausgewogene Berücksichtigung der unterschiedlichen Interessen werden durch die zwei Richtlinien sowohl für die Verbraucher als auch für die Unternehmen Vorteile erzielt und es werden die geeigneten Bedingungen für einen wirtschaftlichen Gesamtnutzen geschaffen.

Den Alltag verbessern...

Die Richtlinien werden für den Alltag von Unternehmen ebenso wie von Verbrauchern in Europa konkrete Verbesserungen bringen. Heute müssen Unternehmen, die am grenzüberschreitenden Handel teilnehmen, Zeit und Geld investieren, um sich über ausländisches Verbrauchervertragsrecht zu informieren und ihre Verträge entsprechend anzupassen. So variiert z. B. bisher der Zeitraum, in dem ein Händler für Defekte eines PCs haftbar ist, abhängig vom jeweiligen Mitgliedsstaat von zwei Jahren bis zur gesamten Lebensdauer des PCs. In Zukunft werden die nationalen Gesetze über derartige vertragliche Abhilfen innerhalb der EU einheitlich sein: Der eingesparte Zeit- und Kostenaufwand kann für die Entwicklung neuer Produkte oder den Verkauf zu wettbewerbsfähigeren Preisen genutzt werden.

¹² Diese erweiterte Umkehrung der Beweislast könnte zudem, im Einklang mit dem am 2. Dezember 2015 verabschiedeten Gesetzgebungspaket der Europäischen Kommission zur Kreislaufwirtschaft, zu erhöhter Qualität und zu langlebigeren Gütern beitragen.

Verbraucher werden in der Lage sein, in anderen EU-Ländern so einfach und vertrauensvoll online einzukaufen und auf digitale Inhalte zuzugreifen wie in ihrem eigenen Land. Verbraucher, die Güter von einem Händler in einem anderen Mitgliedstaat kaufen, werden in Zukunft im gleichen Umfang wie durch ihr nationales Recht geschützt sein. Derzeit erhalten Verbraucher, wenn sie einen bezahlten Film wegen schlechter Videoqualität nicht online ansehen können, als Ausgleich häufig nur einen Nachlass auf zukünftige Filme, deren Qualität möglicherweise ebenso schlecht ist. In Zukunft werden sie das Recht auf die Behebung des Problems, auf eine Preissenkung oder auf die Beendigung des Vertrags bei voller Kostenerstattung haben.

...und makroökonomische Vorteile erzielen

Würden die mit dem Vertragsrecht verbundenen Hindernisse aufgehoben, würden sich etwa 122 000 zusätzliche Unternehmen am grenzüberschreitenden Online-Handel beteiligen. Der grenzüberschreitende Handel in der EU könnte um ca. 1 Mrd. EUR anwachsen. Mehr Wettbewerb im Online-Einzelhandel wird in allen Mitgliedstaaten zu sinkenden Verkaufspreisen führen (durchschnittlich -0,25 % auf EU-Ebene), was den Verbrauch der privaten Haushalte in der EU direkt um ca. 18 Mrd. EUR erhöhen wird. Darüber hinaus wird das größere Angebot an Gütern und Dienstleistungen zu einer Stärkung der Verbraucherinteressen beitragen. Zwischen 7,8 und 13 Millionen weitere Verbraucher würden beginnen, online in anderen EU-Ländern einzukaufen. Der durchschnittliche Betrag, der jährlich von jedem Käufer für Online-Einkäufe im EU-Ausland aufgewendet wird, würde ebenfalls um 40 EUR steigen. Das reale BIP der EU insgesamt wird sich voraussichtlich um etwa 4 Mrd. EUR pro Jahr erhöhen.¹³

Diese Vorschläge betreffen ausschließlich Klauseln für Verträge zwischen Unternehmen und Verbrauchern. Es wird festgestellt, dass KMU – als schwächere Parteien mit geringerer Verhandlungsmacht – insbesondere bei der Nutzung digitaler Inhalte ebenfalls vor Probleme gestellt sind, die aus dem Vertragsrecht erwachsen. Unter besonderer Berücksichtigung der von Interessenträgern und Mitgliedstaaten vorgebrachten Standpunkte hat die Kommission jedoch beschlossen, diese Problematik im Rahmen anderer Initiativen der Strategie für einen digitalen Binnenmarkt anzugehen.

Damit der Nutzen des digitalen Binnenmarktes voll zum Tragen kommt, sind beide Vorschläge dieses Pakets erforderlich, um das ganze Potenzial des elektronischen Handels auszuschöpfen. Die Kommission muss gleichzeitig im Bereich der Sachgüter und der digitalen Inhalte tätig werden. Diese Richtlinien werden durch die anderen im Rahmen der Strategie für den digitalen Binnenmarkt vorgesehenen Maßnahmen ergänzt, unter anderem durch die Initiativen betreffend die Mehrwert-Besteuerung, die Entwicklung hochwertiger Dienstleistungen für die grenzüberschreitende Paketzustellung und die Modernisierung des

¹³ „The macro-economic impact of e-commerce in the EU Digital Single Market“, Cardona M., N. Duch-Brown, J. Francois, B. Martens, F. Yang (2015), Digital Economy Working Paper, IPTS-JRC.

Urheberrechts. Weitere das Verbraucherrecht betreffende Initiativen wie die in der Strategie für einen digitalen Binnenmarkt angekündigten Initiativen zur Abschaffung des Geoblockings und die Überprüfung der Verordnung über die Zusammenarbeit im Verbraucherschutz¹⁴ sowie die Inbetriebnahme der Plattform für die Online-Streitbeilegung¹⁵ werden den grenzüberschreitenden Handel weiter fördern und für weitere wichtige Probleme, denen sich Unternehmen und Verbraucher gegenübersehen, z. B. die Notwendigkeit eines wirkungsvollen Rechtsschutzes beim grenzüberschreitenden Handel, Lösungen bieten.

3. AUS FRÜHEREN ERFAHRUNGEN LERNEN – EIN LÖSUNGS- UND ZIELGERICHTETER ANSATZ

Indem die Kommission Lehren aus früheren Erfahrungen und aus der Konsultation von Interessenträgern berücksichtigt, bieten ihre Vorschläge eine ehrgeizige, aber realistische Lösungsoption zur Beseitigung von mit dem Vertragsrecht verbundenen Hindernissen und begünstigen somit die Freisetzung des mit dem EU-weiten elektronischen Handel verbundenen Potenzials.

Die Vorschläge bieten das richtige Maß an Regelungstiefe.

Erstens gehen die Vorschläge auf konkrete Probleme ein, die von den Interessenträgern und den Mitgliedstaaten angeführt wurden. Die Kommission hat sich bemüht, ein breites und ausgewogenes Meinungsspektrum abzudecken. Durch umfangreiche, öffentliche und zielgerichtete Konsultationen hat die Kommission eine breite Beteiligung während des gesamten Vorbereitungsprozesses für die Vorschläge sichergestellt. Somit erhielten alle relevanten Parteien (Unternehmen, Verbraucher, nationale Behörden, Rechtsanwälte und Vertreter der Wissenschaft) zahlreiche Gelegenheiten, ihre Standpunkte vorzubringen.

Zweitens berücksichtigen die Vorschläge insbesondere Erkenntnisse, die bei früheren Bemühungen zur Angleichung des Vertragsrechts gewonnen wurden. Folglich konzentriert sich die Kommission auf eine gezielte, vollständige Harmonisierung der zwingenden verbraucherrechtlichen Vorschriften, um konkrete und wesentliche Hindernisse für den grenzüberschreitenden Handel auszuräumen und, wie auch vom Europäischen Parlament gefordert¹⁶, die dringend notwendigen Vorschriften im Online-Bereich zu schaffen. Zudem sind Richtlinien im Gegensatz zu Verordnungen angemessenere Instrumente, da sie den Mitgliedstaaten den Freiraum bieten, die Vorschriften in Abstimmung mit ihrer nationalen Gesetzgebung umzusetzen. Dieser problemorientierte, zielgerichtete Ansatz war ein wichtiges Ergebnis der Konsultationen mit den Interessenträgern.

¹⁴ Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 vom 27. Oktober 2004 über die Zusammenarbeit zwischen den für die Durchsetzung der Verbraucherschutzgesetze zuständigen nationalen Behörden.

¹⁵ Verordnung (EU) Nr. 524/2013 vom 21. Mai 2013 über die Online-Beilegung verbraucherrechtlicher Streitigkeiten und zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 und der Richtlinie 2009/22/EG.

¹⁶ In seiner legislativen Entschließung vom 26. Februar 2014 zum Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates über ein Gemeinsames Europäisches Kaufrecht (COM(2011) 0635– C7-0329/2011 – 2011/0284(COD)) hat das Europäische Parlament entschieden, den Geltungsbereich des Gemeinsamen Europäischen Kaufrechts auf den Online-Warenhandel und andere Formen des Fernabsatzes zu beschränken und die Bestimmungen zu digitalen Inhalten, die für eine andere Gegenleistung als Geld bereitgestellt werden, auszuweiten.

Nicht zuletzt bieten die Vorschläge thematisch eine neue Dynamik, da sie durch die vollständige Harmonisierung ein angemessenes Gleichgewicht zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau auf EU-Ebene und deutlich verbesserten Chancen für Unternehmen schaffen. Der gewählte Ansatz umfasst wesentliche Lösungen, die sich in der Praxis bereits bewährt haben (z. B. Zeitraum der gesetzlichen Gewährleistungsfrist, Rangfolge der Abhilfemöglichkeiten), während gleichzeitig und wo erforderlich neue, durch aktuelle Daten und Trends in den Mitgliedstaaten unterstützte Lösungen zum Tragen kommen (z. B. die Verlängerung des Zeitraums bezüglich der Umkehrung der Beweislast).¹⁷ Die Vorschläge werden für einen erhöhten und wirksameren Schutz für Verbraucher¹⁸ sowie für Rechtssicherheit und geringere Kosten für Unternehmen sorgen.¹⁹ Insgesamt werden sich daraus ein gestärktes Vertrauen der Verbraucher und ein Anreiz für mehr Geschäftsaktivität in der gesamten EU ergeben.

4. HANDELN, BEVOR ES ZU SPÄT IST

Wir müssen jetzt die Online-Wirtschaft angehen...

Der kommerzielle und technologische Wandel aufgrund der Digitalisierung schreitet nicht nur in der EU, sondern weltweit rasant voran. Die EU muss jetzt handeln, damit sichergestellt ist, dass die Wirtschaftsstandards und Verbraucherrechte dem allgemeinen EU-Recht entsprechen und damit ein hohes Maß an Verbraucherschutz gewährleistet ist und ein modernes, unternehmensfreundliches Umfeld entsteht. Es muss unbedingt ein Rahmen geschaffen werden, der die Nutzung der aus der Digitalisierung erwachsenden Vorteile ermöglicht und der sicherstellt, dass Unternehmen in der EU wettbewerbsfähiger werden und Verbraucher auf die hohen Verbraucherschutzstandards der EU vertrauen können. Wenn die EU jetzt handelt, kann sie die politische Entwicklung und die Standards mitbestimmen, nach denen sich dieser wichtige Teil der Digitalisierung vollziehen wird.

Für Unternehmen ist eine Vereinfachung des Rechtsrahmens ausschlaggebend für ihre Wettbewerbsfähigkeit und aktive Beteiligung auf den digitalen Märkten der Union. Für

¹⁷ „Consumer market study on the functioning of Legal and Commercial Guarantees for consumers in the EU“ (2015): Faktisch besteht während der gesamten zweijährigen gesetzlichen Gewährleistungsfrist nur eine Minderheit der Unternehmen darauf, dass die Verbraucher die Haftung des Händlers nachweisen, und das Verhalten der Händler davor und nach Ablauf von sechs Monaten hat sich diesbezüglich nur marginal verändert. Zwei EU-Mitgliedstaaten (FR, PT) haben bereits eine nationale Gesetzgebung verabschiedet, die einen Zweijahreszeitraum für die Umkehrung der Beweislast vorsieht.

¹⁸ Im Fall von digitalen Inhalten wird die gesetzliche Gewährleistungspflicht zum Beispiel unbegrenzt sein und die Verbraucher werden während eines unbegrenzten Zeitraums nicht den Ursprung eines Mangels nachweisen müssen. Die Verbraucher werden langfristige Verträge und Verträge, deren Bedingungen der Lieferant wesentlich verändert, beenden können. Beim Online-Kauf von Sachgütern werden alle EU-Bürger im Fall eines mangelhaften Produkts während zwei Jahren Abhilfe verlangen können, ohne nachweisen zu müssen, dass der Mangel zum Zeitpunkt der Lieferung bereits bestanden hat. Die EU-Verbraucher verlieren ihre Rechtsansprüche nicht, wenn sie es versäumen, den Verkäufer innerhalb einer bestimmten Frist von dem Mangel in Kenntnis zu setzen.

¹⁹ Die Kosten, die den Unternehmen für die Anpassung eines Vertrags an das Recht eines anderen Mitgliedstaates entstehen, werden auf etwa 9000 EUR geschätzt. Siehe hierzu Anhang 5 der Arbeitsunterlage der Kommissionsdienststellen mit der Folgenabschätzung zu den Vorschlägen, SWD(2015) 275.

Verbraucher sind Vertrauen und Schutz in der Online-Umgebung besonders wichtig, um die mit der räumlichen Entfernung verbundenen Risiken einzugrenzen, die diesen Transaktionen zwangsläufig anhaften (kein persönlicher Kontakt mit dem Händler; keine Möglichkeit, Funktion und Gestaltung des Produkts vorab zu prüfen). Ohne sofortiges Handeln kommen Veränderungen möglicherweise zu spät und Chancen werden vertan. Um die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen in der EU rasch zu stärken und das Wachstum in der EU zu fördern, räumt die Kommission der Online-Dimension des Einzelhandels, insbesondere der Bereitstellung von digitalen Inhalten und dem Online-Warenhandel, Priorität ein. Beide Aspekte der Online-Dimension sind von grundlegender Bedeutung. Die Hindernisse für die Bereitstellung digitaler Inhalte müssen unbedingt beseitigt werden, da die Bereitstellung digitaler Inhalte über ein besonders starkes Wachstumspotenzial verfügt.²⁰ Jede Verzögerung in Bezug auf die digitalen Inhalte birgt das Risiko einer einsetzenden Rechtsfragmentierung und schafft damit Hindernisse für Verbraucher und Anbieter, die an grenzüberschreitenden Transaktionen teilnehmen. Die Sachgüter machen noch immer den größten Anteil des Online-Marktes aus: Vom geschätzten Gesamtwert des digitalen Binnenmarkts in Höhe von 231 Mrd. EUR gehen circa 212 Mrd. EUR auf den Waren-Einzelhandel zurück. Wird nur einer der beiden Aspekte berücksichtigt, so wird das Potenzial des digitalen Binnenmarktes nicht voll erschlossen.

Ein wichtiger Trend, der aus den unterschiedlichen Konsultationen mit Interessenträgern hervorging, ist, dass alle Vorschriften für digitale Inhalte soweit wie möglich an Vorschriften für den Verkauf von Sachgütern angelehnt sein sollten; Abweichungen sind nur gerechtfertigt, um den spezifischen Eigenschaften digitaler Inhalte Rechnung zu tragen. Dies zeigt auch, wie wichtig es ist, beide Regelwerke während des interinstitutionellen Prozesses so weit wie möglich gleichzeitig zu behandeln.

Aus all diesen wichtigen Gründen werden die Vorschläge zu digitalen Inhalten und zum Online-Warenhandel gemeinsam und heute vorgelegt.

... und die Konsistenz der Vorschriften für den Online- und den Offline-Handel sicherstellen

In Anbetracht der wachsenden Bedeutung, die das Modell 'Vertrieb über alle Kanäle' (d. h. sowie Online- als auch Offline-Handel) erlangt hat, wird die Kommission alle notwendigen Schritte unternehmen, um die Vorschriften für den Online- und den Offline-Warenhandel anzuleichen. Sie wird sicherstellen, dass Verbraucher und Unternehmen auf einen einheitlichen Rechtsrahmen vertrauen können, der überall in Europa einfach umsetzbar ist.

²⁰ Neben der zunehmenden Verbreitung und Nutzung des Internets (80 % oder 317 Millionen Europäer nutzten 2014 das Internet) wird die Nachfrage nach digitalen Inhalten durch die wachsende Zahl von Smartphones, E-Readern und Tablets angetrieben. Angesichts der Tatsache, dass die überwiegende Mehrheit der Internetnutzer im Alter von 15 bis 24 Jahren in der EU laut Flash Eurobarometer 411 „Grenzüberschreitender Zugriff auf Online-Inhalte“ (2015) gegenwärtig auf verschiedene Arten von digitalen Inhalten zugreift (87 % hören Musik online, 80 % sehen online audio-visuelle Inhalte an und 58 % laden Spiele herunter oder spielen online), ist davon auszugehen, dass sich dieser Anstieg in naher Zukunft sichtlich abzeichnen wird.

Im Rahmen ihres Programms zur Gewährleistung der Effizienz und Leistungsfähigkeit der Rechtsetzung (REFIT) wird die Kommission das bestehende EU-Verbraucherrecht auf den Prüfstand stellen. Diese Prüfung zur Gewährleistung der Effizienz und Leistungsfähigkeit wird viel umfassender als die aktuellen Vorschläge sein und eine ganze Reihe von Verbraucherrichtlinien abdecken²¹, darunter auch die Richtlinie über den Verbrauchsgüterkauf und Garantien für Verbrauchsgüter (deren Vorschriften in Bezug auf den Online-Handel durch den Richtlinienvorschlag zum Online-Warenhandel ersetzt werden).

Die weitreichenden Konsultationen, die im Hinblick auf die vorgeschlagenen Rechtsvorschriften durchgeführt wurden, haben zahlreiche Themen aufgezeigt, die für den Online- und den Offline-Warenhandel relevant sind. Auf diese Weise wurde ein großer Teil der Analysearbeit zu Themen, die im Rahmen von REFIT für die Richtlinie über den Verbrauchsgüterkauf und Garantien für Verbrauchsgüter zu untersuchen sind, bereits während der Entwicklung der vorgeschlagenen Vorschriften für den Online-Warenhandel durchgeführt.

Diese Analysearbeit wird ergänzt durch Daten aus der REFIT-Analyse der Anwendung der Richtlinie über den Verbrauchsgüterkauf und Garantien für Verbrauchsgüter auf den Handel mit Sachgütern, die 2016 vorliegen sollen. Diese Daten und folglich das Ergebnis von REFIT liegen derzeit noch nicht vor. Sollte das Ergebnis von REFIT die vorläufigen Ergebnisse der laufenden Analysearbeit bestätigen – die auf die Notwendigkeit einer Initiative der Kommission in Bezug auf den Offline-Warenhandel hinzudeuten scheint –, könnten diese Schlussfolgerungen in die Fortschritte einfließen, welche die beiden gesetzgebenden Organe bezüglich des Vorschlags für den Online-Warenhandel bereits erzielt haben, indem beispielsweise ihr Anwendungsbereich erweitert wird. Auch wenn es unbedingt und dringend erforderlich ist, die wichtigsten Hindernisse für den grenzüberschreitenden Online-Handel auszuräumen, ist es das Ziel der Kommission, einen Rechtsrahmen aus kohärenten, EU-weit gültigen Vorschriften für den Online- und den Offline-Handel sicherzustellen.

5. VOM VORHABEN ZUR KONKRETEN UMSETZUNG

Die Vorschläge für vertragsrechtliche Vorschriften im Bereich des Online-Handels sind, wie Präsident Juncker in seinen politischen Leitlinien ankündigte, „*ehrgeizige gesetzgeberische Schritte zur Verwirklichung eines ... vernetzten digitalen Binnenmarkts...*“, und umfassen insbesondere „...*die Modernisierung und Vereinfachung der Verbraucherschutzvorschriften beim Online-Kauf und beim Kauf digitaler Produkte*“.²² Sie gehören zu den ersten Ergebnissen der Strategie für einen digitalen Binnenmarkt, da sie die politischen Leitlinien in konkrete politische Maßnahmen umsetzen. Sie sind die ersten Schritte zur Schaffung von

²¹ Richtlinie 93/13/EWG über missbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen; Richtlinie 1999/44/EG zu bestimmten Aspekten des Verbrauchsgüterkaufs und der Garantien für Verbrauchsgüter; Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern; Richtlinie 98/6/EG über den Schutz der Verbraucher bei der Angabe der Preise der ihnen angebotenen Erzeugnisse; Richtlinie 2006/114/EG über irreführende und vergleichende Werbung; Richtlinie 2009/22/EG über Unterlassungsklagen zum Schutz der Verbraucherinteressen.

²² http://ec.europa.eu/priorities/docs/pg_de.pdf

Wirtschaftswachstum durch ein unternehmensfreundliches Umfeld und gestärktes Verbrauchervertrauen in einen echten digitalen Binnenmarkt. Nun liegt es bei den beiden gesetzgebenden Organen, dieses Vorhaben für die europäischen Verbraucher und Unternehmen zur Realität werden zu lassen. Um dies zu erreichen, wird die Kommission weiterhin eng mit dem Europäischen Parlament und dem Rat zusammenarbeiten.