

Lesetipp: Internationale Ausrichtung von Online-Shops

Martin Schirnbacher und Lukas Bühlmann, beide Rechtsanwälte und Autoren hier im Blog, haben ein praktisches Whitepaper zum Thema Internationalisierung von Online-Shops herausgegeben. Sie beantworten die Frage, wann ein Online-Shop auf ein fremdes Land „ausgerichtet“ ist und deshalb ausländisches Recht zu beachten ist.

So mancher Shopbetreiber kennt die Situation: Zunächst kommen ein paar Bestellungen aus dem Ausland, dann werden Landingpages für einzelne Länder gebaut und wenig später die Website in andere Sprachen übersetzt, um möglichst viele Kunden zu erreichen. Die rechtlichen Belange kommen dabei meist zu kurz und die mit den Cross-Border Aktivitäten verbundenen Risiken werden unterschätzt.

“Deutlich schneller als landläufig bekannt, kommt im Cross-Border-Kontext ausländisches Recht zur Anwendung. Zudem droht die Inanspruchnahme vor ausländischen Gerichten. Damit verbunden ist vor allem das mit der fehlenden Kenntnis der Rechtslage verbundene Risiko“, weiß Autor Martin Schirnbacher aus der täglichen Kanzlei Praxis zu berichten.

Dies gilt aber nicht schon, wenn ausnahmsweise eine Lieferung ins Ausland erfolgt. Erforderlich ist vielmehr, dass der Shop gerade auch Kunden in dem jeweiligen Land ansprechen möchte. Der Online-Shop muss auf dieses Land ausgerichtet sein.

Die Kriterien, von denen abhängt, ob eine solche Ausrichtung gegeben ist, sind Gegenstand des neuen Whitepapers. Am Ende des Papers findet sich eine Checkliste zu den Ausrichtungskriterien, die eine Übersicht über mögliche Risiken und Gefahrenquellen bieten soll.

Das Whitepaper kann hier heruntergeladen werden.