

Vorvertragliche Informationspflichten im Cross-Border Handel

Im Online Handel müssen verschiedene Infopflichten erfüllt werden, sowohl vor als auch nach der Bestellung. Die vorvertraglichen Infopflichten sind extrem wichtig und haben eine große Auswirkung auf die Kaufentscheidung des Verbrauchers. Je nach Lieferland unterscheiden sie sich aber.

Die Informationspflichten der Online-Händler sind in der Verbraucherrechterichtlinie geregelt und EU-weit weitgehend harmonisiert worden. Dies bedeutet jedoch nicht, dass es keine Unterschiede mehr in den verschiedenen Mitgliedstaaten gibt. In den Märkten der EU haben sich bestimmte Formen der Umsetzung etabliert. Für den Online-Händler, der sich auf neue Märkte ausrichten will, ist es wichtig, solche Unterschiede zwischen den verschiedenen Märkten zu kennen.

Wann und wie muss der Verbraucher informiert werden?

Laut Art. 6 Abs. 1 Verbraucherrechterichtlinie müssen dem Verbraucher im Online- Handel bestimmte Informationen zur Verfügung gestellt werden, bevor er durch einen Online-Vertrag gebunden ist (z.B. Identität des Verkäufers, Lieferzeiten, Widerrufsbelehrung usw.)

Diese ziemlich offene Formulierung hat Raum für unterschiedliche Auslegungen gelassen, so dass man die vorvertraglichen Informationspflichten in verschiedener Art und Weise im Online-Shop erfüllen kann:

Durch eine spezifische Informationsseite (wie z.B. Versandkosteneseite, Zahlungsmethode);
Durch eine spezifische Informationsseite und durch die AGB des Shops (wenn vorhanden);
Durch Kategorie- und Produktseiten (z.B. für die Preisdarstellung am Angebot, oder für die Warenverfügbarkeit).
Durch Banner (z.B. Werbung für die im Shop verwendete Zahlungsmethode oder für bestimmte Lieferfreikostengrenzen);

Weniger ist mehr

Eine allgemeine, praktische Lösung in allen Ländern ist die themenspezifische Zusammenführung der Informationen zu einem Punkt. So werden beispielsweise alle Informationen über anfallende Versandkosten an einer Stelle gesammelt dem Käufer zur Verfügung gestellt. So können Widersprüche zwischen verschiedenen Infoseiten vermieden werden.

Man kann dann bei Bedarf immer wieder mittels Verlinkungen auf die einschlägige Informationsseite des Shops verlinken: so sichert man sich auf der einen Seite eine benutzerfreundliche Gestaltung des Shops und auf der anderen Seite die Möglichkeit, sich bei Gesetzänderungen oder Shop-Überarbeitungen viel Arbeit in Korrekturen und Anpassungen zu sparen.

Zu den großen Blöcken der Informationspflichten gehören u.a. die Themen Anbieterkennzeichnung, Preise, Lieferinformationen, Zahlungsmethode und Widerrufsrecht. In Bezug auf die Platzierung dieser Themen zeigen sich in der Praxis einige Unterschiede in den Mitgliedstaaten.

Anbieterkennzeichnung

Die VRRRL, zusammen mit der E-Commerce RL, stellt einige Mindestanforderungen an den Inhalt der Anbieterkennzeichnung, wie etwa die Pflicht über die Identität des Händlers, Anschrift und Rechtsform zu informieren und eine einfache Kontaktmöglichkeit anzugeben. Je nach Mitgliedstaat werden sogar einige weitere Informationen in der Anbieterkennzeichnung verlangt.

Grundsätzlich müssen die Informationen leicht, unmittelbar und ständig verfügbar sein und der Verbraucher muss in klarer und verständlicher Weise vor dem Vertragsabschluss informiert werden.

Aber wie informiert man üblicherweise über die Identität des Online-Händlers in den verschiedenen Märkten? Reicht ein Verweis auf einer Infoseite aus, muss diese Seite durch einen sprechenden Link zur Verfügung gestellt werden oder kann die Information einfach in den AGB genügen?

Typisch in den Ländern:

In **Italien** hat es sich die Gebräuchlichkeit etabliert, die Informationen durch einen sprechenden Link auf eine Seite Impressum wiederzugeben, aber nichts spricht dagegen, die Informationen lediglich an den Anfang der AGB (falls vorhanden) einzufügen. In diesem Fall sollte aber die Bezeichnung des AGB-Links angepasst werden, so dass der sprechende Link zum Ausdruck bringt, dass die Anbieterkennzeichnung sich ebenfalls unter diesem Link verbirgt.

In **Spanien** enthält die Seite „Aviso legal“ normalerweise neben Disclaimern und Hinweisen zum geistigen Eigentum auch die Anbieterkennzeichnung. Eine Kontaktseite wäre ebenfalls eine gängige Lösung.

In **UK** findet sich die Anbieterkennzeichnung oft zu Beginn der AGB. Dies ist ausreichend, eine separate Impressums-Seite ist aber ebenfalls gängig und empfehlenswert.

In **Polen** können die Informationen sowohl in den AGB als auch auf einer separaten Infoseite enthalten sein. Sie müssen nur auf der leicht zugänglichen Seite des Shops zur freien Verfügung gestellt werden.

Liefereinschränkungen und Zahlungsmethode

Für die Informationen über die zur Verfügung stehenden Zahlungsmethoden und über eventuelle Liefereinschränkungen gibt es striktere Vorgaben, die sich vom allgemeinen Grundsatz „bevor der Verbraucher durch einen Online-Vertrag gebunden ist“ unterscheiden. Die Informationen zu Liefereinschränkungen und zu den im Shop verfügbaren Zahlungsmethoden müssen spätestens beim ersten Schritt des Bestellprozesses vorliegen.

Typisch in den Ländern:

In **Italien** ist es üblich, diese Informationen nicht erst durch einen sprechenden Link zu Beginn des Bestellprozesses zu erteilen, sondern diese schon auf einer allgemeinen Informationsseite zu Versand- und Zahlungsmethoden oder einem entsprechendem Paragraphen in den AGB (falls vorhanden) einzufügen. So wird es auch in **Spanien und Polen** gehandhabt.

In **UK** sind diese Informationen fast regelmäßig in den AGB zu finden, eine separate Informationsseite ist unüblich. Angaben zu Lieferbeschränkungen finden sich auch häufig direkt im Header des Shops.

Preisangaben und Lieferzeiten

Preisangaben sollen laut Verbraucherrechterichtlinie vollständig und klar sein und alle Preisbestandteile (wie Steuern und zusätzliche anfallende Kosten) sollen zur Kenntnis gebracht werden, um böse Überraschungen für den Verbraucher nach Vertragsschluss zu vermeiden.

Auf diesem Grund sollte man diese Informationen so klar wie möglich im Online-Shop darstellen. Hierzulande werden Preise direkt am Angebot auf der Produktseite angegeben mit klarem Hinweis auf MwSt und anfallende Versandkosten und direkter Platzierung der Lieferzeit auf der Produktseite für das bestimmte Produkt.

Typisch in den Ländern:

Im Ausland ist die Platzierung des MwSt.- Hinweises direkt am Preis keine gängige Darstellungsform. Rein rechtlich betrachtet wäre die deutsche Gestaltung aber nicht falsch in den anderen EU Ländern.

Üblicherweise werden der Verweis auf MwSt und der Überblick über Lieferkosten je nach Liefergebiet in **Italien und Spanien** durch spezifische Absätze in den AGB oder durch Preis- und Versandkostenseiten angegeben.

Die Versandkosten finden sich in **UK** Online-Shops oft erst im Bestellprozess und nicht vorher auf einer allgemeinen Informationsseite. Der Hinweis, dass Mehrwertsteuer im Preis enthalten ist, findet sich standardmäßig in den AGB.

In **Polen** wird der MwSt.-Hinweis sowie die Informationen zu Versandkosten üblicherweise in den AGB erteilt. Dazu fügen viele Händler eine separate Seite Lieferkonditionen in den Shop ein, wo die Versandkosten zusätzlich aufgelistet werden.

Widerrufsbelehrung

Das Widerrufsrecht ist durch die Verbraucherrechterichtlinie in vielen Aspekten vollharmonisiert worden: europaweite Widerrufsfrist von 14 Tagen, Verlängerung auf 12 monatige Widerrufsfrist bei fehlerhafter oder keiner Belehrung, harmonisierte Widerrufsbelehrung, Widerrufsformular usw.

Wenn das Widerrufsrecht nicht ausgeschlossen ist, muss man über die Bedingungen, Fristen und Verfahren für die Ausübung dieses Recht informieren sowie Verbrauchern das Widerrufsformular zur Verfügung stellen.

Typisch in den Ländern:

In **Italien, UK** und **Polen** wird normalerweise durch einen spezifischen Absatz in den AGB über das Widerrufsrecht informiert, eine gesonderte Widerrufsrechtseite ist nicht üblich. In Italien kann die Widerrufsbelehrung häufig auch auf anderen Infoseiten enthalten sein, aber in diesem Fall sollte die Bezeichnung des jeweiligen Links entsprechend angepasst werden.

In **Spanien** ist die Widerrufsbelehrung typischerweise entweder in den AGB oder auf einer gesonderten Widerrufsseite vorzufinden.

Fazit

Trotz der Harmonisierung bleiben Unterschiede in Bezug auf die Art, wie dem Verbraucher relevante Information erteilt werden. Häufig wird das Vertrauen neuer Kunden genau durch diese kleinen Details erobert. Wer sich international ausrichten will, sollte diese Sitten nicht unterschätzen und sich ganz genau überlegen, ob eine Lokalisierung seines Shops auch diese Aspekte berücksichtigen sollte. Wenn Sie neugierig sind und mehr über Landesspezifika erfahren wollen, kontaktieren Sie uns. Wir unterstützen Sie gern bei Ihrer Lokalisierung. (ec, na)