

Überblick Sanktionen 2015 Italien

Jährlich verfasst die italienische Wettbewerbsbehörde einen Jahresbericht zu den wichtigsten Ermittlungsverfahren und erteilt Überblick über ihre Aktivitäten. Deutschen Händlern hilft der Bericht, wichtige Informationen über die meistverfolgten Geschäftspraktiken und einen Überblick über den italienischen Markt zu erhalten.

Ermittlungsverfahren der AGCM in 2015

Die italienische Wettbewerbsbehörde (AGCM) hat auch in 2015 viele verschiedene Entscheidungen im Bereich E-Commerce getroffen. Insgesamt wurden 123 Ermittlungsverfahren über die verschiedensten Themen durchgeführt: unlautere Geschäftspraktiken, unlautere und vergleichende Werbung, Verletzungen von Verbraucherrechten. In 2015 sind auch die ersten sieben Fälle abgeschlossen worden, in denen die AGCM die neuen Verbraucherrechte aus der Richtlinie 83/2011 durchgesetzt hat. Dazu kommen neun weitere Fälle, in denen neben der Verletzung von Verbraucherrechten auch andere unlautere Geschäftspraktiken festgestellt wurden. Insgesamt wurde in 73 Fällen über unlautere Geschäftspraktiken entschieden.

Hier ein Überblick über die Aktivität der Behörde:

| Ermittlungsverfahren 2015 | | |
|---|----|------------|
| Keine Verletzung | | 1 |
| Annahme Selbstverpflichtungen | | 18 |
| Verletzungen: | | 104 |
| Nichtbeachtung | 18 | |
| Unlautere und vergleichende Werbung B2B | 6 | |
| Unlautere Geschäftspraktiken | 73 | |
| Verletzungen Verbraucherrechte | 7 | |
| Insgesamt | | 123 |

Sanktionen im Jahr 2015

Deutsche Händler dürften von diesen Zahlen wahrscheinlich nicht besonders beeindruckt sein, da sie in Deutschland regelmäßig mit Abmahnungen rechnen müssen. Man muss man hier jedoch zwei Aspekte beachten:

Die Wettbewerbsbehörde ist nicht die einzige Behörde, die im Bereich E-Commerce tätig ist. Die Zuständigkeit teilt sie sich mit den Zivilgerichten und der Datenschutzbehörde (im Rahmen von datenschutzrechtlichen Verletzungen).

Die verhängten Geldbußen können sehr teuer sein.

Die totale Summe der in 2015 verhängten Geldbußen betrug insgesamt 32.692.000 Euro.

Im Vergleich zu 2014 gab es fast die gleiche Anzahl an Verfahren, die mit der Verhängung einer Geldbuße abgeschlossen wurden (107 in 2014 gegen 104 in 2015).

Dagegen sind die Geldbußen für unlautere Praktiken deutlich teurer geworden, die totale Summe zeigt eine Steigerung von 85% im Vergleich zu 2014.

Welche Praktiken wurden am häufigsten bestraft?

Der Jahresbericht hat eine klare Zusammenfassung der meistbegangenen Fehler im E-Commerce-Bereich wiedergegeben.

Ein häufig missachteter Punkt war die Information über die Verfügbarkeit der Produkte. In den meisten Fällen wurden einige Produkte als verfügbar bezeichnet, aber nach der Bestellung stellten sich doch Probleme heraus, die angegebenen Lieferzeiten einzuhalten oder die Produkte überhaupt zu liefern. In einigen Fällen wurde auch festgestellt, dass Händler Rabatte wegen der verspäteten Lieferung versprochen hatten, ohne sie jedoch dann zu gewähren.

Eine sehr verbreitete Praktik, die von der AGCM als unlauter bestraft wird, war die Angabe von unverbindlichen bzw. unvollständigen Informationen über die Lieferzeiten. Sehr häufig wurden Lieferzeiten nicht eingehalten, auch wegen Nichtverfügbarkeit der Ware.

Ein weiterer Punkt, der häufig nicht beachtet wurde, hatte mit der vorvertraglichen Informationspflicht über das Gewährleistungsrecht zu tun. Die Information war manchmal irreführend, manchmal unvollständig oder manchmal gab es überhaupt keinen Verweis darauf, was eine klare Verletzung der rechtlichen Informationspflichten der Händler darstellt.

Viele unlautere Praktiken und Verletzungen der Verbraucherrechte wurden auch zum Thema Widerrufsrecht festgestellt: unzulässige Erweiterungen der gesetzlichen Ausnahmen vom Widerrufsrecht, keine oder verspätete Gelderstattung infolge des Widerrufs waren unter den häufigsten festgestellten Verstößen.

Klärung streitiger Fragen

Die AGCM hat sich im Jahresbericht auch über einige Themen, die in Italien noch unklar waren, geäußert.

Seit der Umsetzung der Verbraucherrechterichtlinie war in Italien noch unklar, ob die Verbraucherrechtsverletzungen als selbständige Tatbestände wahrgenommen werden konnten oder ob die AGCM gleichzeitig eine Verletzung der Normen gegen unlautere Geschäftspraktiken zwingend feststellen musste, um die Praktiken überhaupt nachverfolgen zu dürfen.

In dem Bericht wurde nun klargestellt, dass Verbraucherrechtsverletzungen nicht zwingend auch unlautere Geschäftspraktiken darstellen müssen, um nachverfolgt zu werden.

Das bedeutet letztendlich, dass die AGCM einen größeren Spielraum im Bereich E-Commerce hat und dass den Verbrauchern ein weitgehender Schutz gewährleistet wird.

Ein zweites Thema betraf die Möglichkeit der Anfechtung der Entscheidungen der AGCM.

Die Entscheidungen der Wettbewerbsbehörde können nämlich vor dem Gericht TAR Lazio und vor dem Staatsrat (in dritter Instanz) angefochten werden.

Unklar war aber die Möglichkeit für diese zwei Gerichte, sich über die Höhe der verhängten Geldbußen zu äußern und diese ändern zu können. Im Laufe von 2015 wurde dies durch zwei Entscheidungen geklärt (Staatsrat, Urteil N. 1104, 5 März 2015 und TAR Lazio, Urteil N. 8253, 12 Juni 2015). Der TAR Lazio und der Staatsrat können die Entscheidungen der AGCM annullieren oder ändern und die Änderung kann auch die Höhe der Geldbußen betreffen.

Ziele der AGCM für 2016

Die AGCM hat im Bericht häufig betont, dass der E-Commerce-Bereich eine immer wichtigere Relevanz bekommt.

Gleichzeitig scheint es aber auch klar, dass die neuen Verbraucherrechte noch nicht vollständig beachtet werden, wie die zahlreichen Fälle von 2015 gezeigt haben. Einige Aspekte benötigen eine besondere Beachtung von Unternehmen.

Die Behörde wird im Laufe von 2016 bestimmten Aspekten eine höhere Aufmerksamkeit widmen, mit dem Ziel, höhere Standards an Transparenz, Vollständigkeit der Informationen und Fairness zwischen Marktteilnehmern zu gewährleisten:

Vertragliche Infopflichten müssen korrekt und vollständig angegeben werden
Das Widerrufsrecht muss die gesetzlichen Anforderungen und Fristen erfüllen
Vertragsschlussregelungen müssen die gesetzlichen Voraussetzungen erfüllen
Lieferinformationen müssen vollständig sein und bei der Ausübung des Vertrages müssen die Lieferzeiten und -voraussetzungen eingehalten werden.

Fazit

Die Rolle der AGCM als Aufsichtsbehörde im Bereich von E-Commerce hat sich weiter gestärkt. Sie kann die neuen Normen über die Verbraucherrechte nun selbständig prüfen und den Verbrauchern einen noch stärkeren Schutz gewährleisten. Händler müssen die gesetzlichen Anforderungen beachten, die vertraglichen Informationen klar und vollständig in ihrem Online-Shop angeben und den Vertrag korrekt erfüllen.

Wenn Sie zum Thema mehr Beratung wünschen, treten Sie gerne mit uns in Kontakt. (ec)