ECC-Rechtstipp

von RA Rolf Becker (rbecker@kanzlei-wbk.de)

Neue Richtlinien Warenhandel und digitale Inhalte im Fernabsatz

Die EU-Kommission will weiter an der Vereinheitlichung des Rechtsrahmens für den europäischen Handel arbeiten. Am 11. Mai 2016 fand dazu eine Anhörung des Ausschusses für Recht und Verbraucherschutz unter Vorsitz von Renate Künast statt. Experten wurden zu ihrer Meinung zu den Richtlinien „über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte der Bereitstellung digitaler Inhalte“ (Ratsdokument 15251/15) und „über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte des Online-Warenhandels und anderer Formen des Fernabsatzes von Waren“ (Ratsdokument 15252/15) befragt. Diese beinhalten in jeweils etwa 20 Artikeln für die Handelspraxis wichtige Änderungen. Nicht nur der Handel stöhnt auf. Auch die Experten sehen das Vorhaben kritisch.

Beweislast Mangelfreiheit zwei Jahre beim Händler

Die Richtlinie zum Warenhandel sieht eine Beweislastumkehr von zwei Jahren bei der Gewährleistung vor. In dieser Zeit hat nicht der Kunde die Beweislast, dass ein Mangel an einer Ware von Beginn an vorlag, sondern der Händler muss das Gegenteil beweisen. Kann also ein Kunde darlegen, dass es einen Mangel gibt, ist der Händler in der Pflicht darzulegen, dass er erst nach der Übergabe der Ware entstanden ist. Das gilt dann aber nach bisheriger Planung nur im Fernabsatz. Es ist aber nicht einzusehen, warum man unterschiedliche Regelungen für den Onlinehandel und etwa für stationäre Käufe vorsehen soll. Schon regt sich Widerstand aus dem Bundestag gegen diese Pläne der EU-Kommission. Es steht aber zu erwarten, dass auch zum stationären Handel in einigen Monaten ein Vorschlag für eine Rechtsangleichung vorgelegt wird. Damit würden zumindest einmal die zwei Jahre bei allen Kaufkanälen gelten.

In Portugal lächelt man über die Aufregung. Dort leben Verbraucher und Händler schon mit der Regelung. Der Handel wirbt bereits mit dreijährigen Fristen und von Kritikern befürchtete Preissteigerungen sollen ausgeblieben sein. Ob sich solche Behauptungen auf valide Untersuchungen stützen können, ist aber fraglich. In Deutschland ist der Verbraucher nach Ablauf der bisherigen 6-Monatsfrist auf die Kulanz des Händlers angewiesen oder er muss in vielen Fällen Beweise erbringen, dass der Mangel schon bei der Übergabe des Geräts vorhanden war.

Neue Definition zu Sachmangel

Bedenken werden auch gegen einen für das deutsche Recht neu definierten Sachmängelbegriff erhoben, der aller Wahrscheinlichkeit nach wieder für Jahre Rechtsunsicherheit bringen wird, bis die Gerichte hier ein Gerüst durch Rechtsprechung geschaffen haben. Auch umfangreiche Regelungen zu

Garantien gehören zum angedachten Gesetzespaket. Der in Anspruch genommene Händler soll sich durch erweiterte Regressmöglichkeiten in der Lieferkette schadlos halten können. Die Praxis zeigt aber schon bei vergleichbaren Regelungen bisher, dass der Händler in vielen Fällen auf Kosten sitzen bleibt.

Digitale Inhalte ebenfalls im Fokus
Die zweite Richtlinie beschäftigt sich mit der Bereitstellung von digitalen Inhalten (E-Books etc.). Sie sieht Haftungsbestimmungen für den Anbieter vor, etwa, wenn er die Inhalte vertragswidrig nicht bereitstellt oder wenn sich im Zeitraum der Bereitstellung Vertragswidrigkeiten ergeben. Dem Verbraucher soll neben Nachbesserungs- und Minderungsrechten ein Recht zur sofortigen Beendigung des Vertrages bei Vertragswidrigkeiten gewährt werden. Er kann auch Schadensersatz geltend machen. Länger als zwölf Monate soll ein Verbraucher nicht gebunden werden können. Dabei bleibt aber unklar, wer eigentlich als Anbieter fungiert, gerade wenn Plattformen zwischengeschaltet werden.

Auch wenn es sich um getrennte Regelungen zu Waren und Inhalten handelt, sind diese in vielen Fällen nur schwer abgrenzbar. Ist etwa Software in Gegenstände integriert (Internet der Dinge) bleibt dabei unklar, welche der Regelungen Anwendung finden soll.

Anwendung auch bei Daten als Gegenleistung
Verträge, bei denen der Verbraucher mit seinen Daten „bezahlt“ sollen auch den neuen Regelungen unterfallen. Damit sind etwa kostenfreie Leistungen gemeint, bei denen der Verbraucher aber Einwilligungen in eine Nutzung seiner Daten erteilt. Auch dort soll es also Schadensersatz und Nachbesserungsrechte geben. Unklar bleibt aber, was gelten soll, wenn die Daten auch für die Nutzung des Dienstes erhoben werden und wie das Verhältnis zu Datenschutzregelungen aussieht. Was passiert mit einem Vertrag, der auf Daten als Gegenleistung beruht, wenn der Verbraucher datenschutzrechtlich seine Einwilligungen jederzeit widerrufen kann? Die Vorlagen sind noch überarbeitungsbedürftig.

Experten skeptisch
Angesichts vieler offener Fragen fielen auch die Stellungnahmen der Experten höchst verhalten aus. Es stellt sich die Frage, ob Handel und Verbraucher solche Regelungen überhaupt benötigen. Wird die Vereinheitlichung in Europa mit einer Rechtszersplitterung im nationalen Recht erkauft, ist dem jedenfalls eine Absage zu erteilen. Gerade bei der Abgrenzung zwischen digitalen Leistungen und Waren hat die EU-Kommission zudem ihre Hausaufgaben nicht gemacht. Noch handelt es sich nur um Entwürfe und Planungen. Aber das kennen wir auch von anderen Regelungspaketen, die dann schneller als gedacht den Alltag im Handel bestimmen und auf Jahre hinaus Rechtsunsicherheit bringen.

Über den Autor
Rechtsanwalt Rolf Becker (www.rolfbecker.de) ist Partner der Rechtsanwälte WIENKE & BECKER (www.kanzlei-wbk.de) in Köln und Autor von Fachbüchern und Fachartikeln zum Wettbewerbsrecht, Markenrecht und Vertriebsrecht insbesondere im Fernabsatz. Als Mitglied im ECC-Club kommentiert Rechtsanwalt Becker für das ECC Köln regelmäßig aktuelle Urteile zum Online-Handel und gibt Händlern praktische Tipps, wie sie mit den gesetzlichen Vorgaben umgehen sollen.

RA Becker auf Twitter: http://twitter.com/rolfbecker

Er ist auch Autor auf den Informationsdiensten www.Versandhandelsrecht.de und www.fernabsatz-gesetz.de.

Dieser Rechtstipp ist Teil des Informationsangebots des E-Commerce-Center Köln (ECC Köln) an der IFH Institut für Handelsforschung GmbH, Köln.

Kontakt:
ECC Köln
c/o IFH Institut für Handelsforschung GmbH
Dürener Str. 401 b
50858 Köln

Telefon: +49 (0) 221 943607-70
Telefax: +49 (0) 221 943607-59

info@ecckoeln.de
www.ifhkoeln.de

Erscheinungsdatum: Juni 2016