

Die Rolle des Verbraucherschutzes beim grenzüberschreitenden Online-Handel

KVF NRW | Fact Sheet Nr. 12

Gerhard Wagner, Hanna Schramm-Klein und Anne Fota

1 Problemstellung und Zielsetzung

Überschreiten VerbraucherInnen beim Online-Einkauf die nationalen Grenzen, so steht ihnen ein wesentlich größerer Markt offen, um Konsumbedürfnisse zu befriedigen und den vermeintlich besten Preis zu finden. Der grenzüberschreitende Online-Einkauf ist dabei oftmals komplex und stellt den Verbraucherschutz vor neue Herausforderungen. VerbraucherInnen stehen in dem Spannungsfeld zwischen den Vorteilen, welche der grenzüberschreitende Online-Einkauf bietet und den Risiken und Unwägbarkeiten, die damit einhergehen. Um eine fundierte Entscheidung zu treffen, ob ein grenzüberschreitender Online-Einkauf sinnvoll ist, müssen VerbraucherInnen die Vorteile und Risiken kennen und beurteilen können.

Die Zielsetzung der nachfolgend vorgestellten Untersuchung liegt darin, unter Fokussierung verbraucherschutzrechtlicher Aspekte konkrete Handlungsempfehlungen für VerbraucherInnen sowie relevante Erkenntnisse für Verbraucherschutz und Politik zu generieren. Dadurch sollen grenzüberschreitende Online-Einkäufe für VerbraucherInnen transparenter, einfacher und sicherer werden. Es werden Implikationen im Hinblick darauf abgeleitet, was getan werden kann, um VerbraucherInnen bei grenzüberschreitenden Online-Einkäufen zu schützen. Zudem werden Hinweise erarbeitet, wie VerbraucherInnen selbst ihre Rechte und Pflichten wahrnehmen können, die mit grenzüberschreitenden Online-Einkäufen einhergehen.

2 Zusammenfassung der Forschungsergebnisse

Die Ergebnisse dieser Forschungsarbeit zeigen, dass dem Schutz und der Qualifizierung der VerbraucherInnen im Kontext des grenzüberschreitenden Online-Handels eine entscheidende Rolle zukommen sollte. Diese Erkenntnis ergibt sich bereits aus der Tatsache, dass grenzüberschreitende Online-Käufe heutzutage eher die Regel als die Ausnahme darstellen. Zwei Drittel der deutschen Online-Shopper überschreiten bei Online-Einkäufen die nationale Grenze. Dabei ist aus verbraucherschutzrechtlicher Perspektive besonders relevant, dass die meisten Käufe bei Online-Händlern im Nicht-EU-Ausland stattfinden und somit die innerhalb des EU Binnenmarktes existierenden Verbraucherschutzmechanismen unter Umständen nicht zum Tragen kommen. Zudem treten bei der Mehrzahl der VerbraucherInnen, die grenzüberschreitende Online-Einkäufe tätigten, Probleme auf (z. B. bezüglich Lieferung, Produkt und Kommunikation). Präventiv auf diese Probleme hinzuweisen und unterstützend zu deren Lösung beizutragen, kann als eine der wesentlichen Aufgaben für den Verbraucherschutz gesehen werden.

Auch zeigen die Ergebnisse, dass grenzüberschreitend vor allem in Produktkategorien (z. B. Bekleidung und Elektronik) eingekauft wird, in welchen verletzende Verhaltensweisen besonders wahrscheinlich sind, da aufgrund von Folgekosten bei Retouren oder Inkompatibilität der Produkte negative Konsequenzen finanzieller oder gar gesundheitlicher Art zu erwarten sind. Eine weitere Gruppe besonders schutzbedürftiger VerbraucherInnen stellt jener Teil der Online-Shopper dar, die angegeben haben, nicht zu wissen, bzw. sich nicht sicher sind, ob sie schon einmal grenzüberschreitend online eingekauft haben. Das ist immerhin bei jedem zehnten Online-Shopper der Fall. Ebenso geben mehr als die Hälfte derjenigen, die bereits grenzüberschreitend eingekauft haben, an, dass dies zumindest einmal unbeabsichtigt geschehen sei.

Neben den oben skizzierten Nachteilen und Risiken bietet der grenzüberschreitende Online-Einkauf jedoch auch eine Reihe von Vorteilen. Diese werden von deutschen VerbraucherInnen vor allem in mehr Auswahl und Zugriff auf Produkte, die es im Inland nicht gibt, sowie in günstigeren Preisen und damit der Möglichkeit Geld zu sparen, gesehen. Gerade finanzielle Vorteile können sich jedoch aufgrund unvorhergesehener Zusatzkosten (z. B. hohe Versandkosten, Zollabgaben oder Steuern) oder bei Nicht-Lieferung bezahlter Waren, schnell zu einem finanziellen Nachteil entwickeln. Umso wichtiger ist es, dass VerbraucherInnen ein umfängliches Wissen über ihre Pflichten und Rechte haben, um somit jeweils die Vorteilhaftigkeit von Angeboten im Ausland informiert und kompetent abwägen zu können.

3 Handlungsempfehlungen

Im Folgenden werden aus den Forschungsergebnissen Handlungsempfehlungen für die drei Anspruchsgruppen VerbraucherInnen, Verbraucherschutz, und Politik abgeleitet.

a. Empfehlungen und Hinweise für VerbraucherInnen

- VerbraucherInnen sollten bereits vor Durchführung grenzüberschreitender Online-Käufe, möglichst viele Informationen zu den jeweils landesspezifischen Rechten und Pflichten einholen.
- Um im Einzelfall herauszufinden, ob es sich um einen Online-Händler im Ausland handelt, bzw. in welchem Land sich der Händler befindet, sollte vor einem Kauf bei einem unbekanntem Online-Händler versucht werden, diesen über mehrere Merkmale zu identifizieren und zu lokalisieren.
- Zudem sollten sich VerbraucherInnen bewusst sein, dass es sich bei angebotenen Produkten um Produktfälschungen handeln kann, welche von der Zollbehörde zurückgehalten oder gar zerstört werden können, selbst wenn unabsichtlich ein gefälschtes Produkt bestellt wurde.
- Es kann sinnvoll sein, grenzüberschreitende Online-Käufe über einen deutschen Online-Marktplatz (z. B. Amazon.de Marketplace, eBay.de, Rakuten.de) zu tätigen, da diese bei Problemen als Ansprechpartner fungieren können und persönliche Daten (z. B. Zahlungsdaten, E-Mail-Adressen) dadurch nicht zwingend an Online-Händler im Ausland weitergegeben werden.

b. Ansatzpunkte für den Verbraucherschutz

Grundsätzlich sollten VerbraucherInnen über die Vorteile und Risiken von grenzüberschreitenden Online-Einkäufen ausführlich sensibilisiert und informiert werden. Möglichkeiten für den Verbraucherschutz, entsprechende Informationen und konkrete (im besten Fall gar landesspezifische) Hinweise bereit zu stellen, könnten wie folgt aussehen:

- Broschüren mit Informationen und Anwendungsfällen zu grenzüberschreitenden Online-Einkäufen.
- Digitale Plattformen mit Informationen zu den Rechten und Pflichten für verschiedene Ländermärkte bzw. Wirtschaftszonen.
- Foren zum Austausch von Erfahrungen mit grenzüberschreitenden Online-Einkäufen.
- Ansprechpartner (z. B. via E-Mail, Telefon, Chatbot) zur Beantwortung von Fragen in Bezug auf grenzüberschreitende Online-Einkäufe.

c. Implikationen für die Politik

- VerbraucherInnen sollten bereits vor Kaufabschluss die Möglichkeit haben, zu erfahren, in welchem Land sich der Online-Händler befindet und woher und zu welchen Konditionen die Ware geliefert wird.
- Dies erfordert den Ausbau von Transparenz hinsichtlich des Leistungsangebotes von Online-Händlern im Ausland, aber auch hinsichtlich der Verwendung von Daten der VerbraucherInnen.
- Die Politik sollte konkrete Maßnahmen ergreifen, um die Verletzlichkeit von VerbraucherInnen zu reduzieren, z. B. indem der grenzüberschreitende Online-Einkauf von schädlichen und gefährlichen Produkten stärker reglementiert wird.
- Zudem sollte die Politik es VerbraucherInnen ermöglichen, ihre Rechte gegenüber Unternehmen (neben Online-Händlern gehören hierzu auch Logistikunternehmen und Zahlungsdienstleister) in anderen Ländern wahrzunehmen und sie bei der Durchsetzung dieser unterstützen.

KVF NRW | Fact Sheet Nr. 12: Die Rolle des Verbraucherschutzes beim grenzüberschreitenden Online-Handel

Autorinnen und Autoren

Dr. Gerhard Wagner ist Akademischer Rat an der Professur für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing und Handel der Universität Siegen.

Univ.-Professor Dr. Hanna Schramm-Klein ist Inhaberin der Professur für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing und Handel der Universität Siegen.

Anne Fota, M.Sc. ist wissenschaftliche Mitarbeiterin der Professur für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing und Handel der Universität Siegen.

Projekt

Das Projekt „Die Rolle des Verbraucherschutzes beim grenzüberschreitenden Online-Handel“ wurde durch Mittel des Ministeriums für Kultur und Wissenschaft (MKW) des Landes Nordrhein-Westfalen im Rahmen des Kompetenzzentrums Verbraucherforschung NRW (KVF NRW) gefördert.

Lizenz

Der Text dieses Werkes ist, soweit nichts anderes vermerkt ist, urheberrechtlich geschützt und lizenziert unter

**Creative Commons: Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 3.0 Deutschland
(CC BY-SA 3.0 DE)**

Den vollständigen Lizenztext (Legal Code) finden Sie unter

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/legalcode>

Die Zusammenfassung (Commons Deed) der Lizenz finden Sie unter

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/>

Die oben genannte Lizenz gilt ausschließlich für die Texte des Werkes, nicht für die verwendeten Logos und Bilder. Das Kennzeichen „Verbraucherzentrale ist als Gemeinschaftswort- und Bildmarke geschützt (Nr. 007530777 und 006616734). Das Werk darf ohne Genehmigung der Verbraucherzentrale NRW nicht mit (Werbe-)Aufklebern o. Ä. versehen werden. Die Verwendung des Werkes durch Dritte darf nicht den Eindruck einer Zusammenarbeit mit der Verbraucherzentrale NRW erwecken.

Impressum

Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V.

Mintropstraße 27, 40215 Düsseldorf, Telefon: +49 211 38 09-0

Veröffentlicht im Rahmen des Projekts

Kompetenzzentrum Verbraucherforschung NRW | KVF NRW

E-Mail: verbraucherforschung@verbaucherzentrale.nrw

Internet: www.verbraucherforschung.de

Twitter (@kvf_nrw): www.twitter.com/kvf_nrw

1. Auflage (Februar 2019)

Diese Publikation gibt die Meinung und die wissenschaftlichen Erkenntnisse der Autorenschaft wieder und muss nicht mit den Meinungen und Positionen des KVF NRW, der Verbraucherzentrale NRW e. V., des MULNV oder des MKW übereinstimmen.



Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft,
Natur- und Verbraucherschutz
des Landes Nordrhein-Westfalen



Ministerium für
Kultur und Wissenschaft
des Landes Nordrhein-Westfalen



Das KVF NRW ist ein Kooperationsprojekt der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V. mit dem Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MKULNV) und dem Ministerium für Kultur und Wissenschaft (MKW) des Landes Nordrhein-Westfalen.