

eCommerce-Verbindungsstelle

Deutschland

Jahresbericht

2012



Stand : 21.11.2012

Träger der eCommerce-Verbindungsstelle Deutschland:

Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e.V.

(vormals Euro-Info-Verbraucher e.V.)

Bahnhofplatz 3, D -77694 Kehl

Tel +49 7851 991 48 0 - Fax +49 7851 / 991 48 11

email: info@cec-zev.eu <http://www.cec-zev.eu>

<http://www.ecommerce-verbindungsstelle.de>

Die eCommerce-Verbindungsstelle wird mit Mitteln des

Bundesministeriums der Justiz

gefördert.

Inhaltsübersicht

I. Einleitung	04
II. Anfragenzahlen und Schwerpunkte	05
Art der Kontaktaufnahme	05
Herkunft der Anfragen und Themenschwerpunkte	06
III. Weiterleitung in bestimmten Fällen	14
IV. Nutzung und Weiterentwicklung der Internetseite im Jahr 2012	15
V. Fortführung der Broschürenreihe	17
VI. Ein Auszug: Termine, Kontakte, Synergien	19

I. Einleitung

Der vorliegende Bericht bietet einen Überblick über die Arbeit der eCommerce-Verbindungsstelle Deutschland im Jahr 2012.

In mehrfacher Hinsicht war das Jahr durch die Einführung der Button-Lösung geprägt.

Zu Beginn des Jahres, am 6. Februar 2012, wurde ein Vertreter der eCommerce-Verbindungsstelle im Rechtsausschuss des Bundestags in diesem Zusammenhang angehört. Wie von den anderen sieben Sachverständigen wurde auch vonseiten der eCommerce-Verbindungsstelle die Einführung einer solchen positiv bewertet und deren Notwendigkeit betont, um der rechtlichen Unsicherheit und den damit verbundenen seit mehreren Jahren nicht abreißenden Problemen rund um die Online-Abo-Fallen wirksam zu begegnen.

Dieses Ziel scheint erreicht zu sein: Zum ersten Mal seit vielen Jahren gingen die Beschwerden im Zusammenhang mit dem Thema Online-Abo-Fallen signifikant zurück und noch konnte nicht das massenhafte Auftreten ähnlicher „Geschäftsmodelle“ beobachtet werden, die die Button-Lösung umgehen würden, wie dies etwa über formal als B2B-Portale einzustufende Abo-Angebote geschehen könnte.

Jenseits der Abo-Fallen-Thematik gab es aber auch im Jahr 2012 steten Informations- und Beratungsbedarf in verschiedensten Bereichen der Rechte und Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr. Insgesamt **431 Anfragen** gingen bei der eCommerce-Verbindungsstelle Deutschland bis zum 21.11.2012 ein, die sich recht ausgewogen auf das Jahr verteilen. Dabei gingen mehr Anfragen von Verbrauchern (60,32 %) als von Anbietern oder Anfragenden anderer institutioneller oder persönlicher Herkunft ein.

Bis zum 26.11.2012 griffen insgesamt **51.901 Besucher** mit 269.752 Anfragen auf das **Internetangebot der eCommerce-Verbindungsstelle** zu. Wie in jedem Jahr wurde die Internetseite um neue Merkblätter ergänzt, und vorhandene Inhalte wurden aktualisiert.

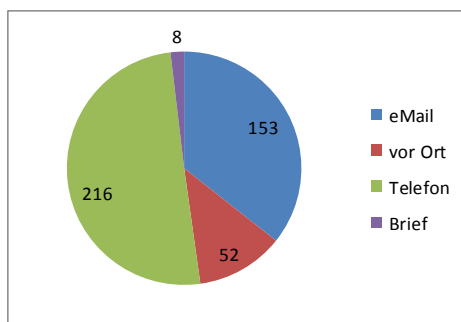
Die **Pressearbeit** führte bis zum 21.11.2012 zu **57 nachweisbaren Berichten**, darunter auch von großen Fernseh- oder Zeitungsredaktionen. Erfahrungsgemäß dürfte die tatsächliche Berichterstattung noch höher liegen, da Agentur- und Pressemeldungen oft von lokalen Printmedien übernommen werden, ohne dass ein Belegexemplar übersandt würde.

II. Anfragenzahlen und Schwerpunkte

Bis zum 21.11.2012 gingen insgesamt 431 Anfragen ein. Das Anfragenniveau ist somit ähnlich hoch wie in den Jahren 2011 (477), 2008 (441) und 2009 (496). Von 2003 bis 2007 lagen die Anfragenzahlen immer unter, bzw. bei knapp 400, bis 2005 unter 300. Wie schon in den letzten beiden Jahren kam es auch 2012 während der typischen Ferienzeiten nicht mehr zu einem Absinken der Anfragezahlen; vielmehr verteilen sie sich relativ gleichmäßig über das Jahr.

Der leichte Rückgang gegenüber dem Vorjahr kann insbesondere durch die deutliche Abnahme der Anfragen im Zusammenhang mit dem Thema der Online-Abo-Fallen erklärt werden, deren Ursache die Einführung der Button-Lösung sein dürfte. Bis zum 21.11.2012 gingen nur 70 Anfragen zu Online-Abo-Fallen ein; in den Jahren 2011 und 2010 waren es bis jeweils zum 21.11 insgesamt noch 134, bzw. 238 (bei insgesamt 686 Anfragen im Jahr 2010). Am 30.10.2012 ging die vorerst letzte Anfrage zu Online-Abo-Fallen ein.

Art der Kontaktaufnahme

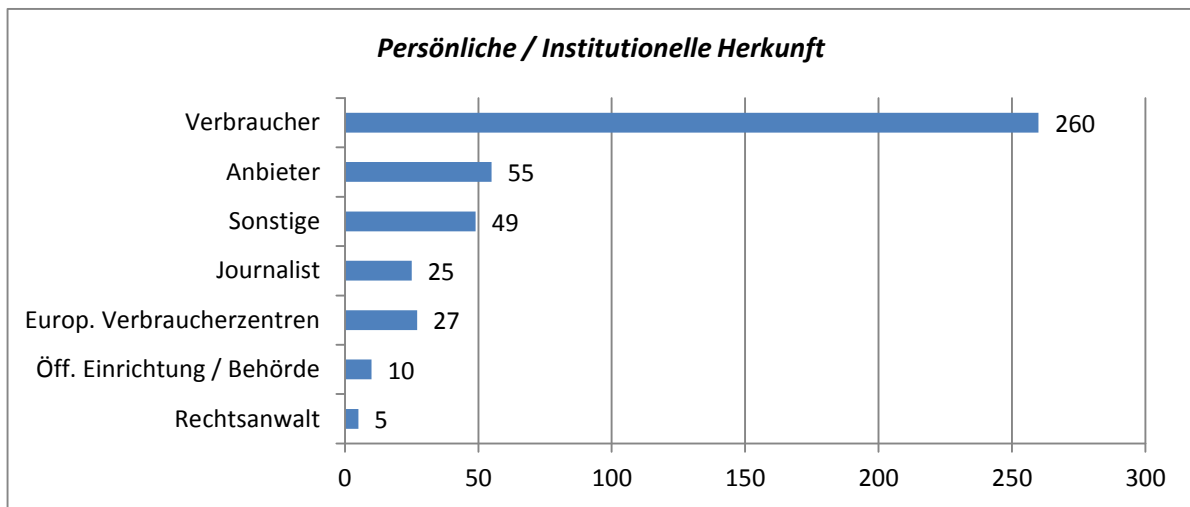


Zur Kontaktaufnahme bedienen sich die Anfragenden vorrangig des Telefons, dicht gefolgt von der E-Mail.

Bei der Beantwortung der Anfragen wurden beide Kommunikationsmittel genutzt, oft auch unabhängig davon, auf welche Weise die Anfrage selbst eingereicht worden war. In bestimmten Beratungssituationen kann über das Telefon im direkten Dialog schneller reagiert werden; der Bildschirm kann von beiden Seiten gleichzeitig

in Augenschein genommen und besprochen werden. Diese Vorteile bietet auch eine Beratung vor Ort, die jedoch naturgemäß seltener genutzt werden kann.

Herkunft der Anfragen und Themenschwerpunkte

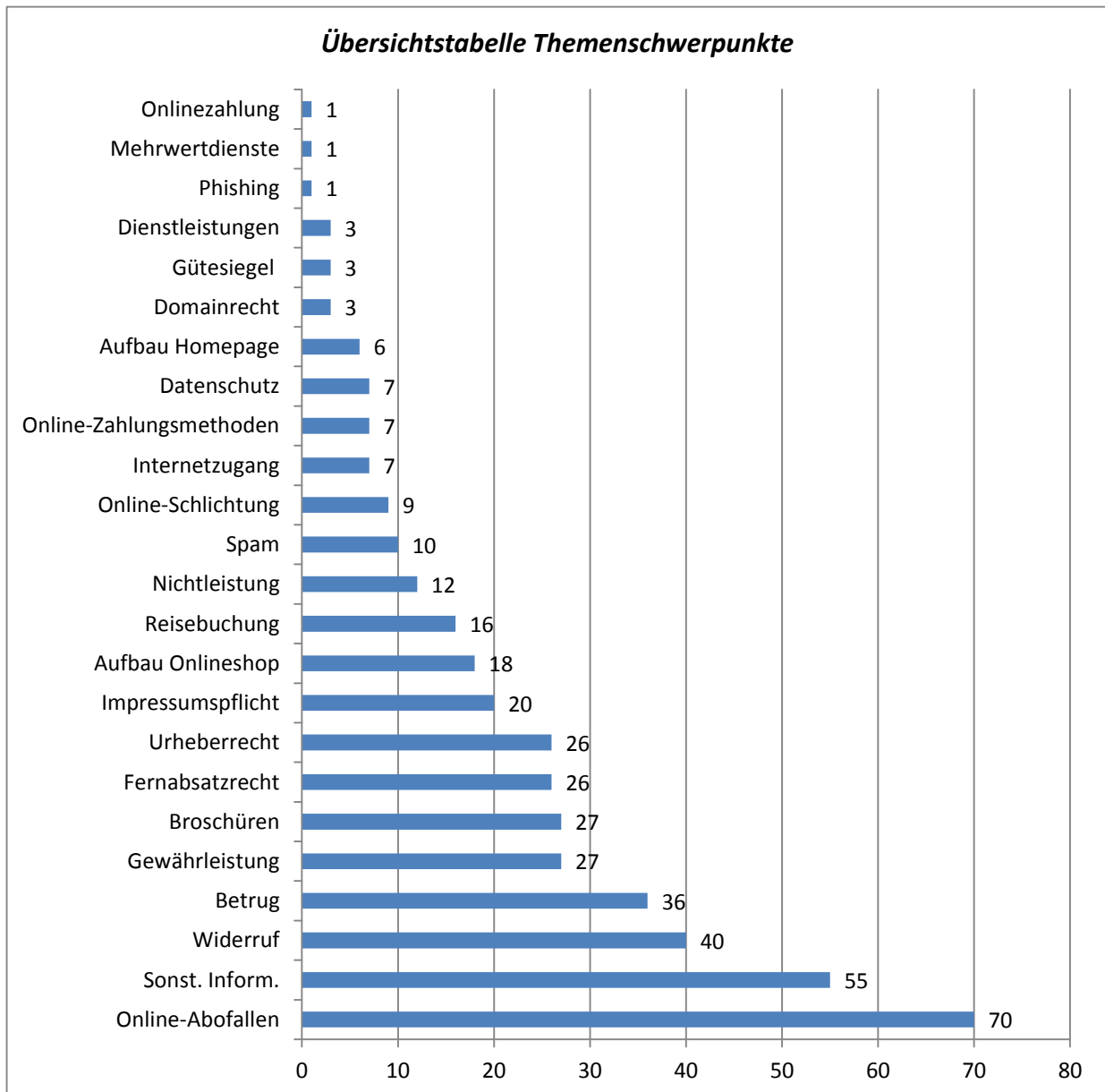


Wie in jedem Jahr seit Bestehen der eCommerce-Verbindungsstelle kamen auch in diesem Jahr die meisten Anfragen von **Verbrauchern (60,32 %)**.

Anbieter (12,76 %) stellten vor allem Fragen zur Ausgestaltung ihres Online-Shops. Teilweise waren diese Anfragen sehr umfassend, teils nur auf spezielle Aspekte wie Impressum und Widerruf beschränkt.

Die übrigen Anfragen (**26,91 %**) verteilen sich wie in obigem Balkendiagramm dargestellt.

Darunter waren auch **25 Presse-Anfragen**; die Journalisten schätzen die eCommerce-Verbindungsstelle als neutrale Informations- und Beratungsstelle mit hohem Spezialisierungsgrad und melden sich zum Teil bereits seit Jahren in regelmäßigen Abständen. Die meisten Presseanfragen kamen dabei von Redaktionen, die bundesweit mit hohem Verbreitungsgrad berichten, darunter etwa ZDF-WISO. Weitere Beispiele für Journalistenanfragen mit überregionalem und bundesweiten Hintergrund sind Anfragen der Süddeutschen Zeitung, der Welt, der Financial Times Deutschland, des ARD Buffet und von RTL aktuell. Die Bearbeitung der Presseanfragen ist oft besonders zeitintensiv, um eine möglichst präzise juristische, aber dennoch verständliche Berichterstattung zu gewährleisten.



Wie sich die Anfragen thematisch verteilen kann aus obiger Grafik ersehen werden. Im Folgenden wird auf die wichtigsten Themen und Schwerpunkte detailliert eingegangen.

Online-Abo-Fallen

Zum ersten Mal seit vielen Jahren dominieren die Beschwerden im Zusammenhang mit dem Thema Online-Abo-Fallen statistisch nicht mehr. Betrafen im letzten Jahr ein knappes Drittel der Anfragen dieses Thema, sind es in diesem Jahr nun noch 16,24 % (70 Erkundigungen insgesamt, davon nur 16 nach Inkrafttreten der Button-Lösung am 01.08.2012). Zudem gingen die beratenen Verbraucher gelassener mit dem Thema um, während vorher große Verunsicherung bezüglich des Bestehens einer Forderung herrschte.

Schon vor Inkrafttreten der Button-Lösung konnte – wahrscheinlich im Zuge der Medienberichterstattung rund um die Einführung der Button-Lösung – ein deutlicher Rückgang bei den Anfragen zu diesem Problemkreis beobachtet werden. Bis zum Inkrafttreten der Button-Lösung gingen insgesamt nur noch 54 Anfragen hierzu ein (gegenüber 82 im Jahr 2011, 104 im Jahr 2010 und 127 im Jahr 2009, jeweils bis zum 31.07.; insgesamt 153 im Jahr 2011, 248 im Jahr 2010 und 203 im Jahr 2009, jeweils bis zum Berichtszeitpunkt 21.11.).

Nach dem 01.08.2012 gingen nur noch wenige Anfragen zu Abo-Fallen ein. Dies deckt sich auch mit einer Meldung des VZBV vom 28.08.2012, der zufolge nach vier Wochen nach Inkrafttreten der Buttonlösung 92 Prozent der Webseiten, die vorher bei den Verbrauchern wegen verschleierte Preisangaben für Probleme gesorgt hatten, nicht mehr aufrufbar oder Anmeldungen nicht mehr möglich waren.

Die dennoch seit Anfang August 2012 bei der eCommerce-Verbindungsstelle eingegangenen 16 Anfragen verteilen sich auf B2B-Portale, für die die Button-Lösung nicht gilt, dubiose Abbuchungen von Beträgen auf Mobilfunkrechnungen, die auf ein Abo hindeuteten und auf Abo-Fallen-Seiten, die in deutscher Sprache von anderen Staaten (hier: Malta) aus betrieben werden.

Auch fielen Anfang Oktober 2012 Beschwerden zu Mahnschreiben eines Inkassobüros auf, die sich allerdings auf vor dem 01.08.2012 geschlossene Verträge richteten. Daher sind die Merkblätter der eCommerce-Verbindungsstelle zur alten Rechtslage mit entsprechendem Hinweis nach wie vor auf der Internetseite abrufbar.

Ein massenweises Auftreten neuer Formen von Abo-Fallen oder systematische Verlagerungen auf ähnliche Varianten im B2B-Bereich konnte erfreulicherweise zumindest derzeit noch nicht beobachtet werden, obwohl die eCommerce-Verbindungsstelle frühzeitig ein besonderes Merkblatt zu dem Thema veröffentlichte: „*Verkauf nur an Gewerbetreibende!*“ *Wie ist es, wenn Verbraucher auf Onlineportalen für Unternehmer bestellen?* und auf eine spezielle Warnung zu den Fallen maltesischer Herkunft verlinkte.

Dennoch gilt es in Zukunft zu beobachten, ob sich neue, den Online-Abo-Fallen ähnliche Modelle entwickeln und zunehmen und wie die Button-Lösung in anderen EU-Staaten im Zuge der Verbraucherrechterichtlinienumsetzung zum Tragen kommen wird.

Da Deutschland bei der Button-Lösung die Vorreiterrolle übernommen hat, wurde bereits ein umfangreiches englischsprachiges Merkblatt hierzu erstellt und kurz nach dem Inkrafttreten veröffentlicht.

Widerrufsrecht

Zwar gehört es schon fast zum Allgemeinwissen, dass es bei einer Online-Bestellung in der Regel ein Widerrufsrecht gibt, doch immer wieder tauchen Fragen zu seltenen oder für den Nicht-Juristen schwierigen Konstellationen auf.

Im Folgenden einige Beispiele:

40-Euro-Klausel

Immer wieder gibt es Fragen zur 40-Euro-Klausel (zum Beispiel zu den genauen Voraussetzungen für deren Anwendbarkeit, wie zum Beispiel die doppelte 40-Euro-Klausel; zum maßgeblichen Preis bei der Zurücksendung mehrerer Waren). Insofern ist die Neuregelung in der Verbraucherrechterichtlinie, wonach der Unternehmer dem Verbraucher künftig immer die Rücksendekosten im Falle eines Widerrufs aufbürden kann, zwar eine Schlechterstellung für den deutschen Verbraucher; jedoch wird dieser für alle Parteien im konkreten Fall oft für Verwirrung sorgende Punkt nach Umsetzung der Richtlinie der Vergangenheit angehören.

Wertersatz nach Widerruf

Trotz der Gesetzesänderung im letzten Jahr, und obwohl in der Zwischenzeit die ersten deutschen Gerichtsentscheidungen in der Folge des grundlegenden EuGH-Urteils vom 03.09.2009 (Az. C-489/07) ergingen, ist festzuhalten, dass es nach wie vor nicht leicht ist, jeden Fall ohne Weiteres zu entscheiden.

Eine gute Orientierung ist allerdings der Vergleich mit einer entsprechenden Einkaufssituation im real existierenden Ladengeschäft und das dort mögliche und übliche Testen und Ausprobieren als Maßstab, wie dies auch im Gesetz und insbesondere in der Musterbelehrung angelegt ist.

Anfragen betrafen zum Beispiel folgende Konstellationen:

- Widerruf einer Reifenbestellung, nachdem die Reifen bereits auf die eigenen Felgen aufgezogen wurden;
- Kaffeevollautomat nach einmaliger Benutzung.

Problematisch daran ist, dass sich in beiden Fällen argumentieren lässt, dass im Ladengeschäft zwar eine derartige Überprüfung an speziell dafür vorgesehenen Ausstellungsstücken hätte vorgenommen werden können, im Regelfall jedoch wohl nicht am konkreten Kaufgegenstand selbst. Hiergegen kann aber wiederum die Wasserbett-Entscheidung des BGH vom 03.11.2010 (VIII ZR 337/09) angeführt werden, nach der ein Verbraucher eine Wasserbettmatratze, also den konkret gelieferten Gegenstand, zuhause mit Wasser befüllen und sogar während drei Tagen nutzen darf, ohne eine Wertersatzforderung fürchten zu müssen. Dies verdeutlicht, dass in diesem Bereich durchaus noch rechtliche Unsicherheit sowohl für Anbieter als auch Verbraucher verbleibt. Durch weitere Gerichtsentscheidungen sollte eine Einschätzung leichter fallen.

Von dieser Problematik abgesehen müssen Verbraucher und Anbieter oft darauf hingewiesen werden, dass ein Wertersatzanspruch nur in Betracht kommt, wenn auch die Voraussetzungen des § 312e Abs. 1 Nr. 2 BGB vorliegen.

Nicht-Bestehen des Widerrufsrechts

Auch Fragen zum Nicht-Bestehen des Widerrufsrechts bzw. zur Nicht-Anwendbarkeit der Vorschriften über Fernabsatzverträge tauchen immer wieder auf.

So wurde zum Beispiel zum Thema Kundenspezifikation von Anbieterseite nachgefragt, ob geringere Anforderungen an den Grad der Individualisierung bei besonders hochwertigen Produkten gelten würden. Konkret ging es um Pelzmäntel, die erst nach der Bestellung gefertigt werden, dies jedoch nach Standardmaßen und –mustern, die im Vorfeld feststehen und auf der Bestellseite über ein Pull-down-Menü anwählbar sind. Eine ähnliche Anfrage tauchte im Zusammenhang mit Schmuck auf. Das Widerrufsrecht besteht in beiden Fällen und kann nicht über die für Kundenspezifikationen maßgebliche Ausnahmeregelung des § 312d Abs. 4 Nr. 1 BGB verwehrt werden.

Eine rechtliche Kuriosität im Zusammenhang mit der Verweigerung des Widerrufsrechts förderte eine Beschwerde eines deutschen Verbrauchers zutage, der auf der Internetseite eines renommierten Anbieters von Luxus- und Trendgütern aus Frankreich bestellt hatte: Der Online-Shop schloss unzulässigerweise das Widerrufsrecht für sämtliche aus der Verpackung genommenen Elektronikgeräte aus (Auszug aus den AGB: „*Opened electronic products may not be returned nor exchanged.*“); das Widerrufsrecht wurde dem Verbraucher dann auch tatsächlich im konkreten Fall unter Berufung auf diese Klausel streitig gemacht. Der Fall zeigt, dass noch immer Fehler auch in einfach gelagerten Konstellationen vorkommen – und dies nicht nur bei Online-Angeboten von kleineren Händlern.

Vermehrt tauchten in diesem Jahr auch Anfragen auf, bei denen Verbraucher bei einem vermeintlich deutschen Anbieter bestellt hatten und bei denen sich im Nachhinein herausgestellt hatte, dass es sich um einen Anbieter aus Asien handelte, der kein Widerrufsrecht gewährte.

In Interviews wird daher immer wieder seitens der eCommerce-Verbindungsstelle darauf hingewiesen, wie sehr es sich für Verbraucher lohnt, kurz einen Blick in das Impressum zu werfen – bereits an dieser Stelle können Irrtümer bezüglich des Unternehmenssitzes vermieden werden. Ebenso sollte immer kurz nachgesehen werden, ob eine Widerrufsbelehrung vorhanden ist. Auf diese Weise lassen sich zumindest die offensichtlichsten Problemfälle vermeiden.

Widerrufsbelehrung, Herkunftsland- und Marktortprinzip

In Bezug auf die Widerrufsbelehrung tauchte auch die Frage auf, ob diesbezüglich das Herkunftslandprinzip oder das Marktortprinzip gelte. Besonders aktuell war diese Frage in Hinblick auf das Urteil des LG Karlsruhe vom 16.12.2011.

Interessant ist auch die Konstellation, dass neben dem gesetzlichen Widerrufsrecht zusätzlich ein freiwilliges Testrecht über beispielsweise 30 Tage eingeräumt wird, für das aber dennoch besondere Bestimmungen und Einschränkungen gelten, so dass dies nicht einfach eine freiwillige Verlängerung der gesetzlichen Widerrufsfrist darstellt.

Selbstverständlich darf das gesetzliche Widerrufsrecht dadurch nicht beeinträchtigt werden, und auf entsprechend deutliche Ausgestaltung ist zu achten.

Impressumspflicht

Wie in jedem Jahr war das Thema Impressumspflicht für Anbieter von Interesse – teilweise wurden Fragen speziell zu diesem Unterpunkt des Themas „Aufbau einer Internetpräsenz“ gestellt, teilweise im Zusammenhang mit der Gesamthematik.

Grund für die Anfrage war vor allem die Sorge, alles richtig zu machen oder gemacht zu haben, zum Teil durch die Furcht vor einer Abmahnung motiviert. Dabei ging es durchaus auch um einfach gelagerte Fälle, bei denen dennoch Unsicherheiten bestanden.

Weiterhin tauchten untypischere Konstellationen auf, so etwa in Hinblick auf die Impressumspflicht auf Facebook-Seiten (Hintergrund: LG Aschaffenburg, Urteil vom 19.08.2011, Az.: 2 HK O 54/11). Interessant war in diesem Zusammenhang insbesondere eine Anfrage, ob die Grundsätze des Facebook-Urteils auch auf Blogs und Foren übertragbar seien, die vor allem geschäftlichen Zwecken dienen. Die Grenze dürfte dort zu ziehen sein, wo geschäftsmäßig eigenständig Einfluss auf die angebotenen Inhalte genommen werden kann und sich das (Unter-)Angebot für den objektiven Dritten als eigenständiger Auftritt des Unternehmens innerhalb des Blogs darstellt; beschränkt sich hingegen die Teilnahme auf einzelne Beiträge in einem fremden Forum, in dem Meinungsäußerung im Vordergrund steht, dürfte eine Impressumspflicht ausscheiden. Grundlegende Urteile, die sich näher mit Impressumspflicht in Foren und Blogs beschäftigen, fehlen allerdings.

Eine Frage eines deutschen Anbieters zu der Impressumspflicht nach französischem Recht machte deutlich, dass es im Detail je nach Mitgliedsstaat Unterschiede gibt. So bedarf es in Frankreich, sofern die Internetseite personenbezogene Daten verwendet, der Klärung, ob die Seite der *Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL)* angezeigt werden muss. Unter dem Link <http://www.cnil.fr/vos-responsabilites/declarer-a-la-cnil/> gibt es Informationen über die Notifizierungspflicht, je nach Tätigkeitsbereich und Art der Datenverwendung. Sofern eine Anzeigepflicht besteht, muss auch die CNIL-Nummer im Impressum angegeben werden. Weiterhin bestehen besondere Anforderungen in Frankreich, wenn sich eine Gesellschaft in Liquidation oder Abwicklung befindet.

Die Ahndung von Verstößen ist in der Praxis ebenfalls sehr unterschiedlich und mehr - oder weniger - abschreckend. In Irland wurde ein gemeldeter Verstoß trotz Einschaltung der zuständigen Stellen erst spät und nicht vollständig abgestellt.

Wie wichtig das Impressum ist, muss – wie bereits oben erwähnt – aber auch Verbrauchern immer wieder vor Augen geführt werden. So lässt sich z.B. ganz leicht erkennen, ob ein Shop tatsächlich seinen Sitz in der EU hat und die einschlägig bekannten Verbraucherrechte gelten. Auch die Tatsache, dass ein Unternehmer, der nur ein Postfach im Impressum angibt, nicht verklagt werden kann, ist nicht ausreichend bekannt und stößt auch bei Journalisten von Ratgeberredaktion immer wieder erneut auf Interesse.

Beispiel aus einer dpa-Meldung vom 13.06.2012 infolge eines Interviews:

„ ... Vor einer Bestellung gilt es grundsätzlich, den Anbieter zu überprüfen. Um Shops ohne Impressum mit vollständiger Adresse, Telefonnummer und E-Mail sollten Verbraucher einen Bogen machen,

raten die Verbraucherschützer. Gleiches gilt, wenn die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) und eine Widerrufs- oder Rückgabeerklärung, die man vor dem Kauf lesen sollte, nicht auffindbar sind. ...“

Beispiel aus einem Artikel der Welt vom 19.11.2012 infolge eines Interviews:

„ ... Erste Frage vor dem Kauf: Welchem Internet-Shop kann ich vertrauen? Ein Anhaltspunkt kann das Impressum sein. Darin sollten immer Name und Anschrift des Händlers stehen. Im Streitfall ist es für den Käufer wichtig, wo das Unternehmen seinen Sitz hat. Juristen sprechen von einem klagefähigen Impressum. Damit meinen sie, einen Adressaten, gegen den man bei Problemen vor Gericht ziehen kann. ...“

Weitere auffällige Themen

Betrug im Zusammenhang mit Geldtransferdiensten

Eine Art von Betrugsmasche konnte in mehreren EU-Staaten im Zusammenhang mit besonders günstigen und attraktiven Gebrauchtwagen und Mietobjekten in Städten mit großer Nachfrage nach Wohnungen beobachtet werden.

In beiden Varianten sollen die potentiellen Betrugsopfer dazu gebracht werden, das in einer Internet-Annonce entdeckte Objekt zu reservieren und hierfür dem Anbieter umgehend eine nicht unerhebliche Reservierungssumme per Geldtransferdienst wie Western Union zur Verfügung zu stellen.

Tatsächlich ist das Objekt dann nicht vorhanden, und es ist in der Praxis fast unmöglich, das Geld wiederzuerlangen.

Scheinbar deutsche Online-Shops mit Sitz in Asien

Einige Anfragen wurden von Verbrauchern gestellt, die meist nach der Bestellung feststellten, dass sie bei einem Online-Shop nicht aus Deutschland, sondern aus Asien bestellt hatten.

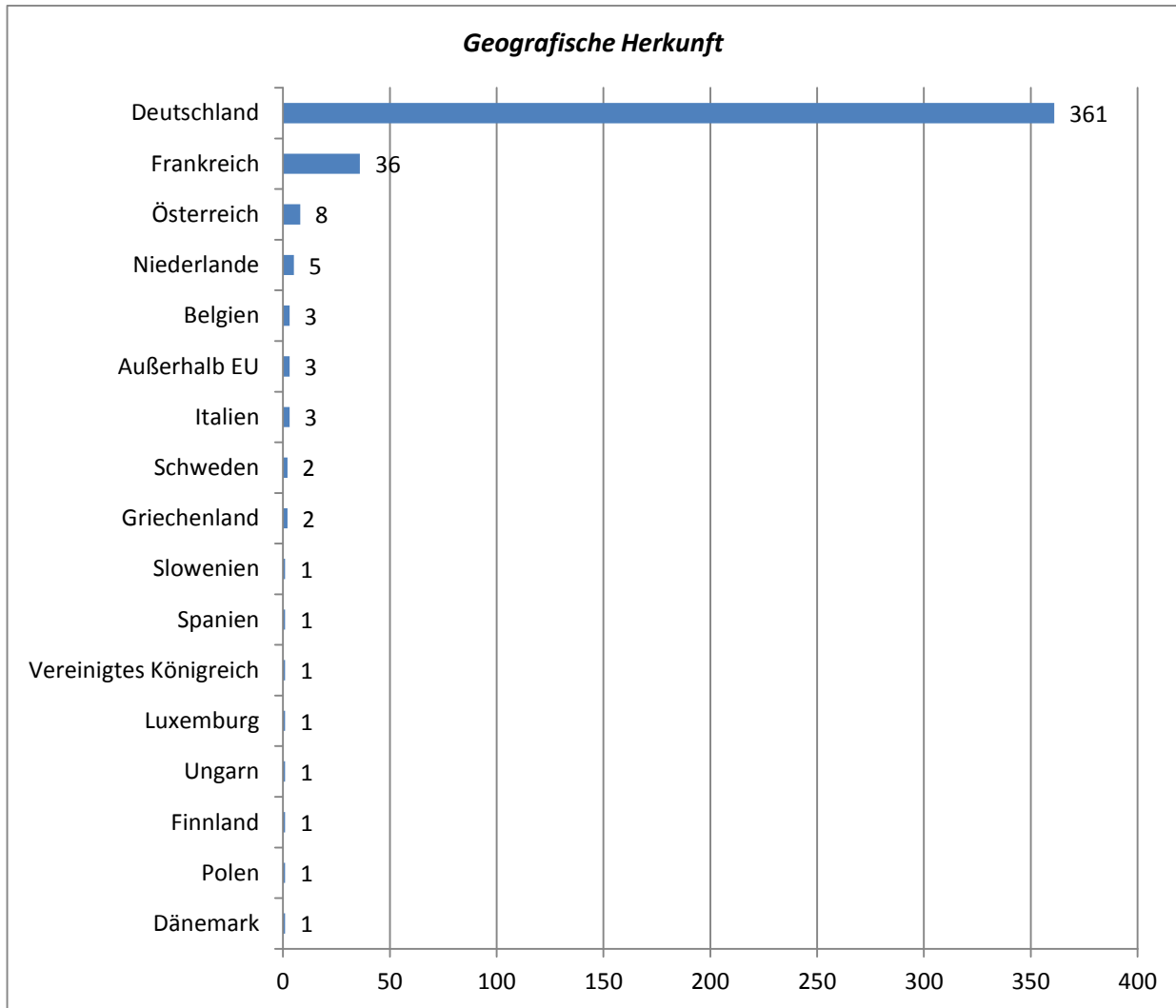
Diese Angebote müssen zwar nicht zwangsläufig illegal sein, es stellt sich aber die Frage, welches Recht zu Geltung kommt und vor allem ob Verbraucherrechte im Zweifel effektiv durchsetzbar wären. Auch wenn eine Lieferung erfolgt, kann es zu unliebsamen Überraschungen und Probleme kommen, insbesondere im Zusammenhang mit dem Zoll.

Dienstleistungsrichtlinie

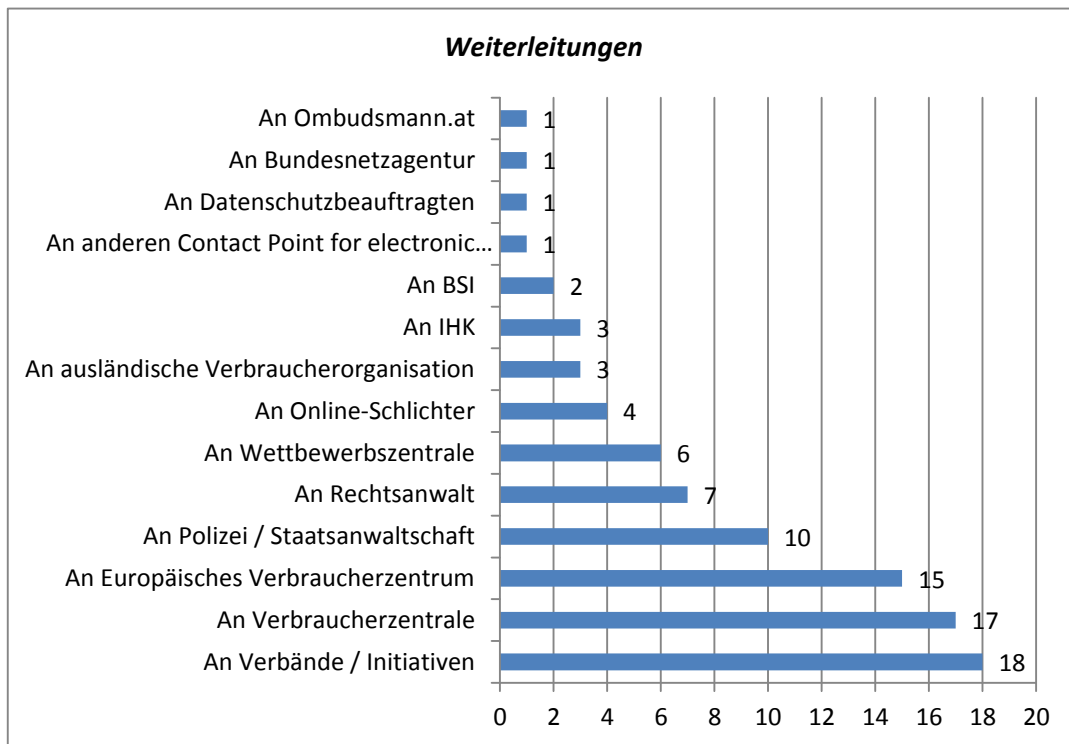
Klärungsbedarf besteht im Interesse von Verbrauchern und Online-Händlern, wie das in Art. 20 der Dienstleistungsrichtlinie enthaltene Diskriminierungsverbot auszulegen ist und welche „objektiven Kriterien“ Ausnahmen rechtfertigen. Derzeit fehlt es an Entscheidungen, die eine einheitliche Auslegung sichern, unter welchen Voraussetzungen Händler ihr Angebot für bestimmte Staaten ausschließen oder beschränken können.

Geografische Herkunft der Anfragen

Wie aus untenstehender Grafik leicht zu erkennen ist, kam das Gros der Anfragen aus Deutschland (83,75 %). Ein Teil dieser Fälle deutscher Herkunft betraf grenzüberschreitende Konstellationen, hierunter 17 Anfragen vom Europäischen Verbraucherzentrum Deutschland. Bei letzteren ging es immer um Fälle, in denen Verbraucher aus anderen EU-Staaten ein Problem mit einem deutschen Online-Shop oder eine Frage zum Online-Einkauf in Deutschland hatten.



III. Weiterleitung in bestimmten Fällen

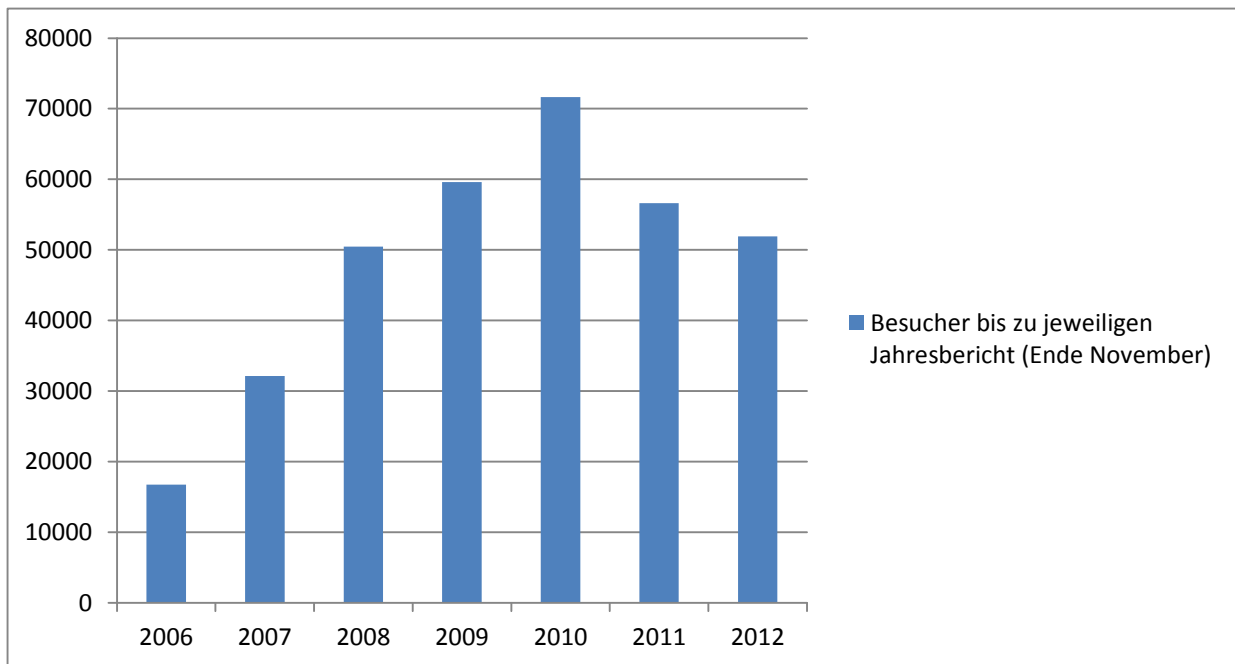


In insgesamt 89 Fällen wurde nach einer Erstberatung an andere Stellen weitergeleitet; in den übrigen Fällen konnten die Anfragen abschließend selbständig beantwortet werden.

Weitergeleitet wurde insbesondere dann, wenn andere Stellen entweder auf besondere Aspekte spezialisiert sind oder weitere Befugnisse, etwa im Bereich Rechtsdurchsetzung oder außergerichtliche Streitbeilegung, haben.

Passend dazu gibt es auf der Internetseite die Rubrik „Wegweiser“ in deutscher und englischer Sprache, die das Auffinden solcher Angebote erleichtert. Der deutsche Teil wurde im Sommer diesen Jahres komplett aktualisiert.

IV. Nutzung und Weiterentwicklung der Internetseite im Jahr 2011



Vom 01.01.2012 bis zum 26.11.2012 griffen insgesamt **51.901 Besucher mit insgesamt 269.752** Anfragen auf die Internetseiten www.ecom-stelle.de und www.ecommerce-verbindungsstelle.de zu (damit liegen die Zahlen auf einem ähnlichen Niveau wie im Vorjahr; bis zum 21.11.2011: 56.625 Besucher; mit 272.538 Anfragen).

Neben 10 neuen Artikeln (s. Liste auf S. 18) wurden – je nach aktuellem Anlass – auch kleinere Meldungen aus aktuellem Anlass mit Verlinkungen auf andere Angebote vorgenommen, etwa zur Pressemitteilung des LG Hamburg vom 21.02.2012 im Zusammenhang mit der strafrechtlichen Bewertung der Abo-Fallen.

Wurde im Sommer des vergangenen Jahres der englische „Wegweiserbereich“ der Internetseite, der andere im Umfeld des elektronischen Geschäftsverkehrs relevante Ansprechpartner und Akteure in Deutschland, der EU und im Einzelfall auch darüber hinaus auflistet und beschreibt, überprüft, ergänzt und aktualisiert, erfolgte dies im Sommer diesen Jahres auf dem deutschen Teil der Seite.

Bei allem wurde darauf geachtet, dass die Inhalte sowohl für Verbraucher als auch für Anbieter gleichermaßen nutzbar sind. Dies gilt auch für die meisten Merkblätter.

Neue Artikel auf der Website der eCommerce-Verbindungsstelle:

- ✚ **Gegen Kostenfallen im Netz:
Button-Lösung ab August 2012 in Kraft**
- ✚ **Verkauf nur an Gewerbetreibende!
Wie ist es, wenn Verbraucher auf Onlineportalen für Unternehmer bestellen?**

- ✚ **Wertersatz nach Widerruf –
Das EuGH-Urteil und erste deutsche Folgeentscheidungen**
- ✚ **Verlinkte Widerrufsbelehrung reicht nicht!**
- ✚ **Sag mir, wie du zahlst und ich sage dir, was du zahlst:
Gebührenfreie Zahlungsmöglichkeit bei Online-Flugbuchung und Verbot versteckter Kosten -
BGH und EU stärken Verbraucherschutz bei Online-Flugbuchung**
- ✚ **Neulieferung –
Ausbau der alten Sache inklusive**
- ✚ **New legislation to fight against cost traps on the WWW: The so-called “button solution”**
- ✚ **How do you conclude a contract online and under which conditions is it valid under German law?**

Bis zum Jahresende werden noch fertiggestellt:

- ✚ **Englischsprachige, ausführliche Informationen zum Widerrufsrecht nach deutschem Recht und diesbezüglicher Ausblick auf die Verbraucherrechtlinie**
- ✚ **Umfangreicher neuer Leitfaden zur Impressumspflicht unter Würdigung besonderer Situation (Portale, Foren, Facebook) mit Checklisten zum Selbsttest insbesondere für Online-Händler**

V. Fortführung der Broschürenreihe

Die diesjährige Broschüre, die im Dezember 2012 mit einer Auflage von 3.500 Stück erscheinen wird, ersetzt die 2009 veröffentlichte Broschüre „Sicher durchs Internet - Ein Leitfaden für Verbraucher und Anbieter“.

Grund für eine völlig überarbeitete Neuauflage sind zum einen neue in diesem Zusammenhang relevante Themen, etwa die Zunahme des mobile commerce als besondere Ausprägung des eCommerce, die eine ausführliche Würdigung dieses Themas erfordern, aber auch die Tatsache, dass das Thema Sicherheit im Zusammenhang mit Online-Einkäufen generell auf hohes Interesse bei Verbrauchern stößt. So wurde die Broschüre, obwohl aus dem Jahr 2009, in einem dpa-Artikel im Sommer dieses Jahres als Leseempfehlung verlinkt.

Neben den besonderen Aspekten des mobile commerce werden u.a. folgende aktuelle Themen aufgegriffen:

- Button-Lösung,
- Kostenfallen, speziell Betrugsfälle im Zusammenhang mit Vorkasse per Western Union,
- Spezielle technische Gefahren im Internet (z. B. Viren, Trojaner etc.) und die entsprechenden Gegenstrategien
- Sicheres Einkaufen, insb. Bezahlen im Internet,
- Gütesiegel im Online-Handel,
- Notfallhilfe-Liste für Sofortmaßnahmen.

Zur besseren Übersichtlichkeit wird es wie in der Broschüre „Shopping Online“ des letzten Jahres eine heraustrennbare Checkliste am Ende der Broschüre geben, die sich Verbraucher zum Beispiel direkt neben ihren PC legen können.

Mit einem Großteil der Gesamtauflage der Broschüre des letzten Jahres wurden im Rahmen einer Mailingaktion gezielt Seniorenverbände und –initiativen im ganzen Bundesgebiet versorgt. Auch Industrie- und Handelskammern griffen auf das Angebot zurück.

VI. Termine, Kontakte, Synergien

Die Öffentlichkeitsarbeit der Trägerstruktur, des Zentrums für Europäischen Verbraucherschutz e.V., kam auch in diesem Jahr der eCommerce-Verbindungsstelle zugute.



So konnten unterschiedlichste Zielgruppen erreicht und auf die Arbeit der eCommerce-Verbindungsstelle und aktuelle Herausforderungen des elektronischen Handels in der EU hingewiesen werden.

Beispielhaft seien erwähnt:

Wie schon in den Vorjahren hatte der Verein einen Stand im Europäischen Parlament am Tag der Offenen Tür am 20.05.2012, zu

dem mehrere tausend Besucher strömten.

Generell lassen sich viele Personen ohne großen Aufwand über Informationsstände erreichen, da die eCommerce-Verbindungsstelle fast immer auch durch andere Mitarbeiter des Vereins mitvertreten ist und insbesondere die Broschüren der eCommerce-Verbindungsstelle stets ausliegen.



Hervorzuheben ist hier auch die Teilnahme an dem Bürgerfest in Ludwigsburg am 22.09.2012 im Rahmen der Festlichkeiten zum 50-jährigen Bestehen des Elysée-Vertrags.



Auch verschiedene Besuchergruppen suchten das Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e.V. im Laufe des Jahres auf; sie erhielten teils generelle, teils spezielle Informationen zum eCommerce in Deutschland und Europa.

So besuchte eine chinesische Delegation aus Guangdong am 21.08.2012 das Zentrum, um sich unterschiedlichste Verbraucherschutzproblematiken – darunter auch des eCommerce – vorstellen zu lassen. Bereits im letzten Jahr hatte eine Delegation aus China das Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e.V. im Rahmen eines von der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) organisierten Fortbildungsprogramms besucht und sich detailliert zur aktuellen Rechtslage und den Zielen der Digitalen Agenda berichten lassen.

VII. Einige Rückmeldungen

Anlassbezogen möchte ich hiermit mein Lob und v.a. meinen Dank für die Hilfestellung bei der Beratung in einem konkreten und mitunter sehr belastenden Konflikt unterstreichen.

Ganz allgemein ist das Service offenbar zweierlei unterschätzt, einerseits betreffend die Verfügbarkeit per se und zweitens vor allem betreffend die Professionalität mit der er einem Verbraucher mit profunder Rechtskenntnis zur Hilfe kommt.

Ungeachtet dessen wie der Fall ausgehen wird, bin ich jetzt schon außerordentlich beeindruckt von dieser Einrichtung. So wird man schnell zu einem Befürworter harmonisierter Rechtsbereiche und in Folge der EU!

Nachdem zwischenzeitlich Ruhe eingekehrt ist (und ich hoffe, daß es so bleibt) nehme ich Gelegenheit, mich für den Dialog mit Ihnen zu bedanken.

Sie haben mir sehr geholfen, dieser Angelegenheit mit Gelassenheit zu begegnen.

Was für eine schnelle, kompetente und dienliche Antwort - vielen herzlichen Dank!!

Ja, das ist richtig, das europäische Recht ist nicht einfach, deshalb will ich Ihnen danken für Ihre Information und für Ihre Zeit. Ihr Angebot nehme ich gern in Anspruch, ich werde Sie sicher kontaktieren wenn wir noch Fragen haben.