

eCommerce-Verbindungsstelle

Deutschland

Jahresbericht

2015



Stand: 30.11.2015

Träger der eCommerce-Verbindungsstelle Deutschland:

## **Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e.V.**

Bahnhofsplatz 3, 77694 Kehl

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

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

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

Die eCommerce-Verbindungsstelle wird mit Mitteln des

**Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz**

gefördert.

# Inhaltsübersicht

<b>I. Einleitung</b>	<b>04</b>
<b>II. Persönliche bzw. institutionelle Herkunft der Anfragen</b>	<b>04</b>
<b>III. Anfragen nach Themen</b>	<b>05</b>
<b>IV. Geografische Herkunft der Anfragen</b>	<b>08</b>
<b>V. Weiterleitung der Anfragen in bestimmten Fällen</b>	<b>09</b>
<b>VI. Art der Kontaktaufnahme</b>	<b>10</b>
<b>VII. Nutzung und Weiterentwicklung der Internetseite</b>	<b>11</b>
<b>VIII. Broschüren</b>	<b>13</b>
<b>IX. Eine Stelle für Nutzer des eCommerce, aber auch für Anbieter</b>	<b>14</b>
<b>X. Pressearbeit</b>	<b>17</b>

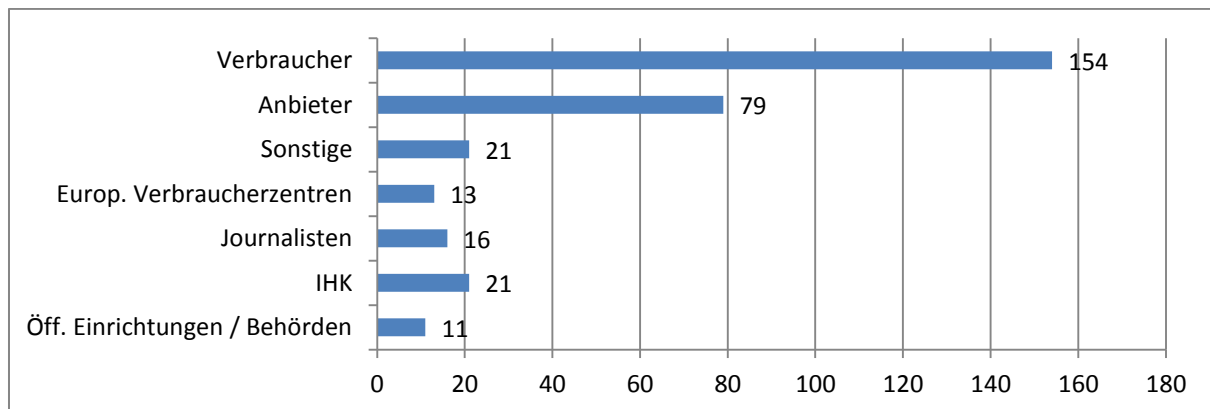
## I. Einleitung

Der vorliegende Tätigkeitsbericht bietet einen Überblick über die Arbeit der eCommerce-Verbindungsstelle Deutschland im Jahr 2015 bis einschließlich November.

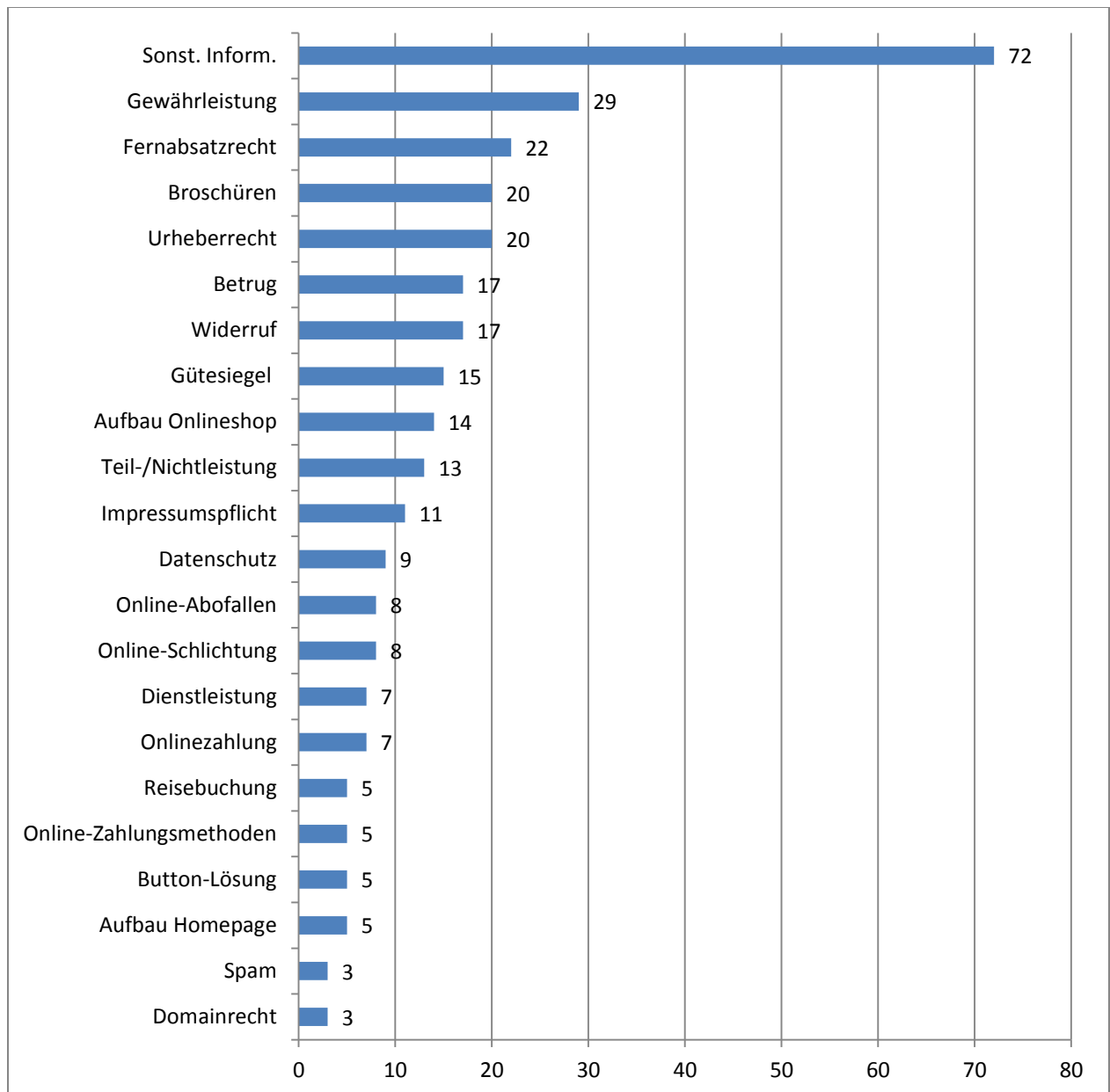
Sowohl an der Herkunft der einzelnen Anfragen als auch an der Öffentlichkeitsarbeit zeigt sich, dass die eCommerce-Verbindungsstelle als kompetenter Ansprechpartner sowohl von Verbrauchern als auch von Anbietern wahrgenommen wird – so wie es der Aufgabenbeschreibung der eCommerce-Verbindungsstelle in Art. 19 IV der eCommerce-Richtlinie entspricht.

Thematisch betrafen die insgesamt 315 Anfragen sehr oft besondere Fallkonstellationen und nur selten Standardfragen. Daher ist meist eine tiefergreifendere Analyse nötig, die zudem verschiedenste Teilaspekte des eCommerce betreffen können.

## II. Persönliche bzw. institutionelle Herkunft der Anfragen



### III. Anfragen nach Themen



Obiges Diagramm bildet die verschiedenen Themenschwerpunkte der im Jahr 2015 eingegangenen Anfragen ab.

Wie daraus ersichtlich, betreffen die Anfragen sehr viele Unterbereiche des eCommerce und sind thematisch weit gestreut. Sehr oft ist zu beobachten, dass Grundlegendes zum Online-Handel sowohl Verbrauchern als auch Anbietern bekannt ist (z.B. die 14-tägige Widerrufsfrist), aber Unklarheiten auftreten, sobald es etwas spezieller wird. Daher erfordern so gut wie alle Anfragen eine sehr individuelle Beantwortung, die mit genau auf diesen Fall bezogenen Recherchen verbunden sind.

Bei aller Diversität der Anfragen gab es aber Auffälligkeiten, die das Jahr 2015 prägten:

### ***Probleme mit vermeintlich deutschen Online-Shops aus dem asiatischen Raum***

Das Schema ist meist ähnlich: Populäre Produkte, meist aus dem Bereich Elektronik, werden zu günstigen Preisen über deutschsprachige Shops angeboten, die nicht selten sogar eine .de-Domain haben. Auch der Bestellprozess ist so ausgestaltet, dass es Verbrauchern nicht auffällt, dass sie bei Händlern außerhalb Deutschlands bestellen.

Je nach Art des Shops schließen sich hieran unterschiedliche Szenarien an: Manchmal wird nach Vorkassezahlung durch den Kunden nicht geliefert, mal wird geliefert, doch dann können Probleme auftreten, sei es aufgrund von Mängeln, durch verweigerte Widerrufsmöglichkeit oder auf Ebene des Zolls.

In allen Fällen ist eine Durchsetzung der Rechte äußerst schwierig.

Umso wichtiger ist daher Prävention. Hier hilft unter anderem ein relativ einfacher Tipp, den die eCommerce-Verbindungsstelle bereits seit Jahren auch immer wieder und gerade auch über die Presse kommuniziert: Es sollte vor einer Bestellung immer geprüft werden, ob es ein Impressum gibt und, wenn ja, ob dort eine eindeutige Postadresse mitgeteilt wird. Interessanterweise verschleiern die vermeintlich deutschen Shops kaum, dass sie ihren Sitz im außereuropäischen Raum haben.

### ***Schwierige Identifizierung von Anbietern „privater“ Zimmer bei Portalen wie booking.com***

In vielen deutschen Großstädten wird Wohnraum vermehrt nicht nur "Dauermietern" sondern "Feriengästen" und dergleichen überlassen. Geworben wird für diese zweckfremde Nutzung auf den einschlägigen Internetportalen (airbnb.de, housetrip.com, booking.com, wimdu.de, traumferienwohnungen.de etc.).

Durch entsprechende Wohnraumschutzgesetze soll gegen die zweckfremde Nutzung von Wohnraum vorgegangen werden. Dies gestaltet sich jedoch schwierig, da die Person des Anbieters sowie seine Adresse ohne eine Buchung nicht leicht herauszufinden ist.

Ein eigenständiges Impressum auf der Unterseite des jeweils benutzten Internet-Portal, auf der die Wohnung angeboten wird, wird nicht angegeben. Für große Autoverkaufsportale wie mobile.de wurde eine dahingehende Impressumspflicht nicht nur durch Urteile bereits vor Jahren bejaht, auch weisen diese Portale ihre Nutzer gesondert und deutlich darauf hin.

### ***Gütesiegel für Online-Shops: Europäische Initiativen und neue Siegel***

Im Laufe des Jahres sind zwei neue Siegel von den beiden großen europäischen eCommerce-Dachverbänden EMOTA und Ecommerce Europe lanciert worden, die EU-weit einheitlich erkennbar sein und dabei helfen sollen, seriöse Online-Shops auch beim grenzüberschreitenden Einkauf leicht zu erkennen.

Das EMOTA eCommerce Trustmark können Online-Händler erhalten, die bereits Zertifizierungsverfahren bei einem der nationalen Gütesiegelanbietern erfolgreich durchlaufen haben, mit denen EMOTA kooperiert (Liste unter <http://europeantrustmark.eu/de/shopbetreiber/nationale-guetesiegel/> abrufbar). Auf deutscher Seite ist dies das Siegel „EHI Geprüfter Shop“. Voraussetzung ist hierfür, dass die Gütesiegel den Akkreditierungskriterien von EMOTA entsprechen. Dann erscheint

auf der Shopseite nicht nur das Siegel des nationalen Anbieters, sondern daneben auch das Siegel von EMOTA.

Inwieweit das Siegel von Verbrauchern und Händlern beachtet werden wird, bleibt aufzuwarten, der Launch fand am 01.07.2015 in Brüssel statt.

Am 30.09.2015 stellte in der Folge der zweite europäische Dachverband, Ecommerce Europe, sein Siegel vor (<http://www.ecommerce-europe.eu/trustmark>). Auch hier gibt es einheitliche Akkreditierungskriterien und die Händler müssen mit „national associations“ kooperieren, die aber nicht immer Gütesiegel sind. Für Deutschland ist der Händlerbund die zuständige „national association“. Dieser vergibt ein „Käufersiegel“, welches aber zumindest derzeit noch nicht zu den Gütesiegeln gehört, die von der in Deutschland bewährten Initiative D21 empfohlen wird.

Für beide europäische Siegel spricht die grenzüberschreitende Dimension, die eine Nutzung des digitalen Binnenmarktes erleichtern soll. Dies kann interessant sein, insbesondere da die von der EU-Kommission im Rahmen der Digitalen Agenda angekündigten Maßnahmen im Bereich Internet-Gütesiegel nicht voranzukommen scheinen, zumindest soweit dies von außen beurteilt werden kann.

Bei allem sollte aber nicht die kulturelle Dimension vergessen werden: Ist Deutschland ein eher Gütesiegel-affines Land, sind französischen Verbrauchern im Online-Handel Kundenbewertungen viel wichtiger.

Bei beiden europäischen Siegeln wird in jedem Fall auch kritisch zu überprüfen sein, wie länderübergreifend einheitlich und hoch das Qualitätsniveau tatsächlich sein wird. Daher hat die eCommerce-Verbindungsstelle auch ganz bewusst noch keine Pressemitteilung zu den neuen europäischen Initiativen verfasst.

Eine Pressemitteilung wurde vielmehr vor dem Hintergrund der Einführung des EU-Siegels für Online-Apotheken versandt, das im Oktober verbindlich wurde.

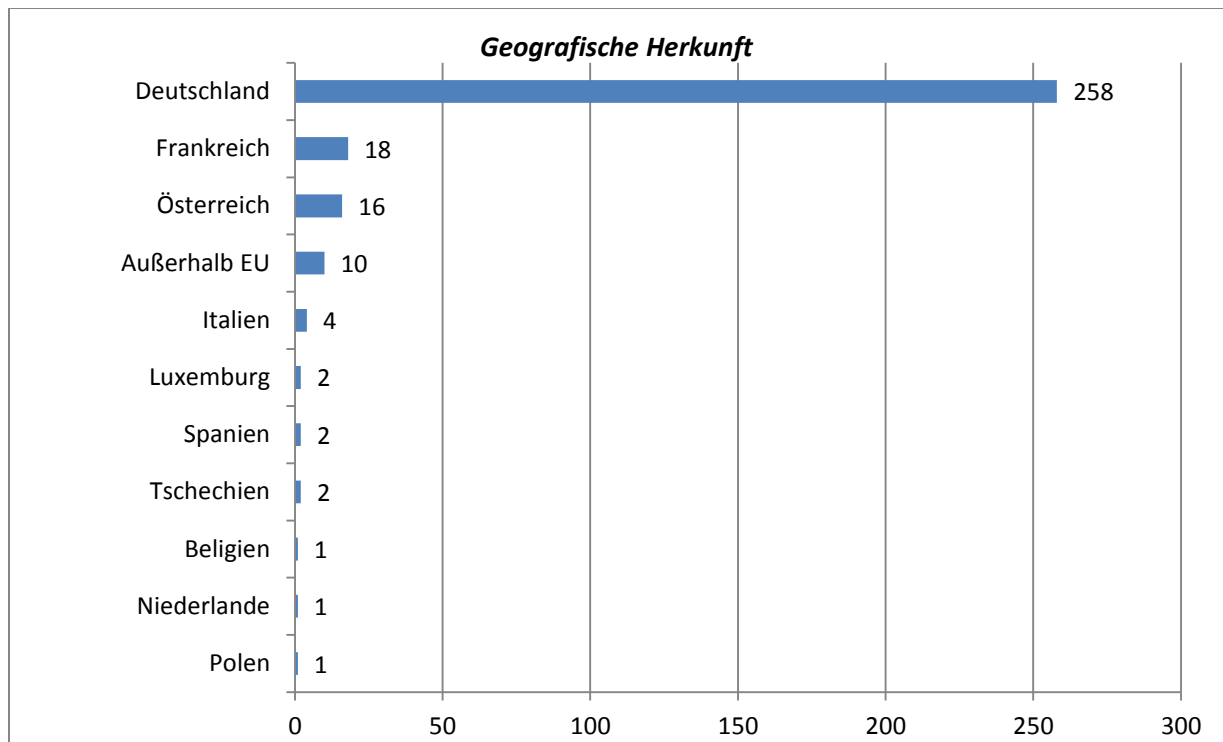
### ***Klassische B2C Online-Abofallen nach wie vor durch Button-Lösung im Griff***

Die Button-Lösung zeigt nach wie vor ihre Wirkung. Das vormals übergroße Problem der Online-Abofallen ist quasi nicht mehr existent.

Dass die Button-Lösung nicht auf B2B-Verträge erstreckt wurde, wurde bei ihrer Einführung vielfach beklagt, da befürchtet wurde, dass Verbrauchern dann bewusst von „Fallenstellern“ B2B-Verträge untergeschoben würden, um die Button-Lösung zu umgehen. Zwar gibt es solche Fallen, doch können sie nicht in nennenswerter Zahl beobachtet werden. Des Weiteren ist in diesen Fällen die geltend gemachte Forderung dennoch meist nichtig, weil der Vertrag zumindest anfechtbar ist.

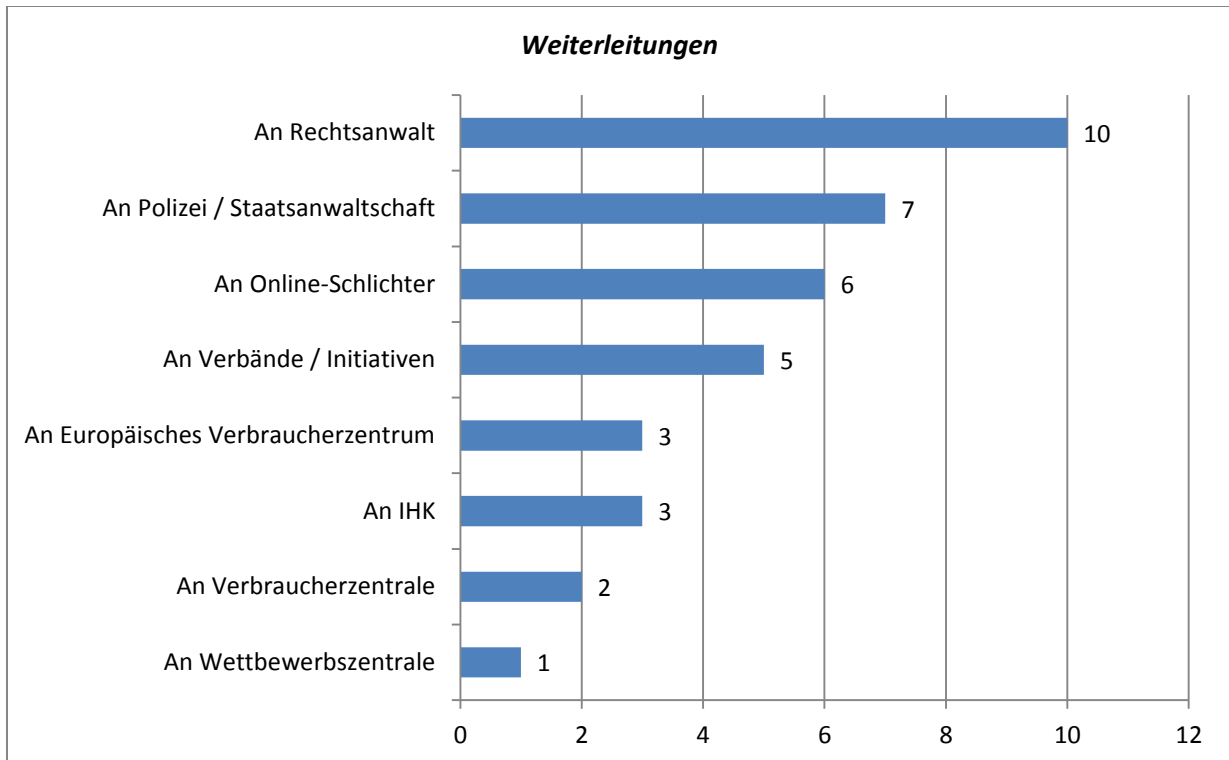
Umso erstaunlich war, als im Sommer in kurzer Zeit zwei Anfragen zu einer „klassischen“ B2C-Abofalle unter grober Missachtung der Button-Lösung auftraten. (Die altbekannte Abofalle routenplaner-24.info, nun aber Anonymisierungsdienst auf den Seychellen als Seiteninhaber, Zahlungsaufforderungen über 576 Euro wegen angeblicher 24-Monate-Mitgliedschaft). Nicht nur konnte den Verbrauchern hier eindeutig geraten werden, nicht zu zahlen, zu anderen scheint sich das Problem weitgehend erledigt zu haben, da die Seite vom Netz genommen worden ist (wenn auch noch Mahnungen im November verschickt wurden). Es bleibt zu hoffen, dass dies die allerletzte B2C-Abofalle ist.

#### IV. Geografische Herkunft der Anfragen





## V. Weiterleitung der Anfragen in bestimmten Fällen



Wie aus der Grafik ersichtlich ist, waren Weiterverweisungen nur selten nötig. Auch wenn weiterverwiesen wurde, fand immer eine Voranalyse durch die eCommerce-Verbindungsstelle statt.

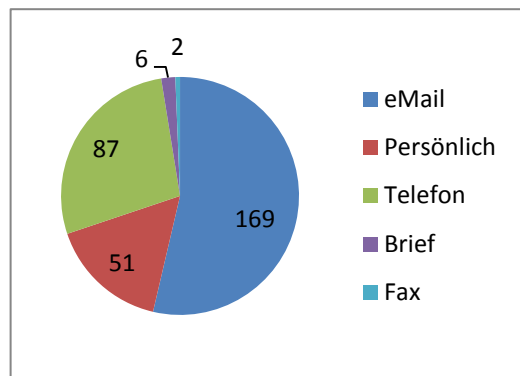
Weiterverwiesen wurde dann, wenn andere Stellen eine weitergehende Hilfestellung bieten können (z.B. durch Schlichtung), in bestimmten Fragen spezialisierter sind oder andere Befugnisse haben (z.B. Polizei).

Im Übrigen bietet die Rubrik „Wegweiser“ auf der Internetseite der eCommerce-Verbindungsstelle Informationen zu weiteren im Bereich des Online-Handels existenten Angeboten, in deutscher und englischer Sprache.

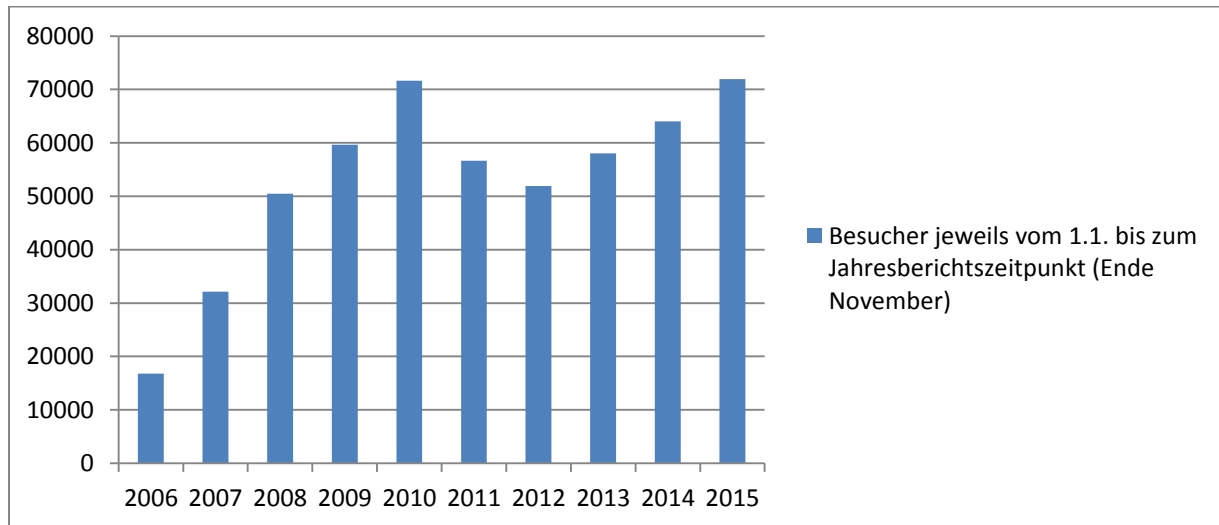
## VI. Art der Kontaktaufnahme

Anfragen konnten wie immer über verschiedene Kommunikationskanäle an die eCommerce-Verbindungsstelle gerichtet werden.

Wie aus dem nebenstehenden Diagramm ersichtlich, waren – wie in jedem Jahr – das Telefon und die E-Mail die bevorzugten Arten der Kontaktaufnahme. Häufig wird aber auch im Fall eines Erstkontakts per Telefon die Anfrage in der Folge per E-Mail weiter bearbeitet oder es werden zusätzliche Informationen per E-Mail erbeten, um eine genauere Prüfung möglich zu machen. Auch umgekehrt kann es nach einer ursprünglichen E-Mail-Anfrage sinnvoll sein, Rückfragen im direkten Gespräch am Telefon zu erörtern.



## VII. Nutzung und Weiterentwicklung der Internetseite



### **Besucherzahlen**

Vom 01.01.2015 bis zum 26.11.2015 gab es auf den Internetseiten [www.ecom-stelle.de](http://www.ecom-stelle.de) und [www.ecommerce-verbindungsstelle.de](http://www.ecommerce-verbindungsstelle.de) insgesamt **71.922 Besucher mit 316.373 Anfragen**.

Damit sind die Zahlen auf einem Höchststand seit Bestehen der Stelle und noch mehr als 2010 (71.629 Besucher).

Hinzu kommt, dass bestimmte Dateien auch auf anderen Internetseiten liegen, z.B. Broschüren als PDF auf Seiten der IHK Südlicher Oberrhein (s. S.14) und in der Wissensdatenbank der IHK.

### **Pflege und Weiterentwicklung der Seite**

Wie in jedem Jahr wurde die Internetseite aktualisiert und um neue Beiträge ergänzt.

Die im Jahr 2013 geschaffene Rubrik „Aktuelle Rechtsprechung“, die mit knappen Texten wichtige Urteile erläutert, wurde auch 2015 um zahlreiche für Verbraucher und Anbieter relevante Urteile ergänzt. Diese Texte befinden sich in alphabetisch sortierten Unterrubriken, um eine schnelle Auffindbarkeit zu gewährleisten.

Weiterhin wurde ein englischsprachiger, umfangreicher Online-Leitfaden erstellt, der auf der letztjährigen, deutschen Printbroschüre „Online Shopping“ basiert. Der englische Leitfaden ist aber mehr als eine bloße Übersetzung seines deutschen Pendant. Vielmehr ist er unter Beachtung der Perspektive von Nutzern und Anbietern geschrieben, die aus dem Ausland kommen und welche sich für den E-Commerce in Deutschland interessieren.

Ein weiterer Leitfaden wurde zum Thema Online-Apotheken neu erarbeitet. Anlass war die Einführung des neuen EU-Siegels für Online-Apotheken zum Schutz vor gefälschten Medikamenten. Da der Einkauf von Medikamenten im Netz aber auch zahlreiche weitere Besonderheiten mit sich

bringt, rechtlich etwa in Hinblick auf Widerrufsrecht und Datenschutz und praktisch in Hinblick auf zu beachtende Lieferzeiten, wurde das Thema umfangreich in einem mehrseitigen Leitfaden dargestellt.

Des Weiteren wurde ein Konzept für eine völlig neue Seitengestaltung entwickelt, die nicht nur grafisch ansprechender sein wird, sondern auch eine intuitivere Navigation für die jeweiligen Adressaten der eCommerce-Verbindungsstelle – Anbieter und Nutzer - ermöglicht. Ist die Internetseite und ihr Menü derzeit rein thematisch gegliedert, z.B. nach Punkten wie „Verträge im Internet“, „Der Internetauftritt“, „Streitbeilegung“ etc., wird die neue Gliederung vor allem zwischen Informationen für Anbieter und solchen für Verbraucher trennen.

Zwar betreffen viele der derzeitig veröffentlichten Artikel potenziell beide Seiten. Beide werden sich aber besser angesprochen fühlen, wenn sie die Texte in getrennten Menüs finden. Betrifft ein Artikel beide gleichermaßen, können sie aus beiden Groß-Rubriken heraus abgerufen werden, so dass nicht doppelte Arbeit beim Verfasser der Texte entsteht. Es gibt aber auch zahlreiche Artikel, die nur eine Seite betreffen. Dadurch, dass diese dann auch nur in einer Rubrik angezeigt werden, führt dies automatisch zu verbesserter Übersichtlichkeit.

In den Kategorien für Verbraucher bzw. Anbieter wird im Sinne leichter Navigierbarkeit jeweils in Untermenüs weiter unterschieden: zwischen Rechtlichem (z.B. detaillierte Informationen zum Widerrufsrecht) und Praktischem (z.B. Erläuterungen zu Gütesiegeln). So gelangt man mit wenigen Klicks schnell zur richtigen Information.

Neben den spezifischen Menüpunkten für Verbraucher bzw. Anbieter wird es aber nach wie vor auf der Startseite folgende Menüpunkte gleichberechtigt geben, die alle Besucher der Seite gleichermaßen interessieren und betreffen: Aktuelle Rechtsprechung, Broschüren, Wichtige Links zum E-Commerce, Presse, „Über uns“ und Information in English.

Parallel zur Entwicklung dieser neuen Seitengliederung wurden alle Artikel im Hintergrund auf Aktualität überprüft und überlegt, unter welchen neuen Kategorien sie verlinkt werden müssen.

Sobald die Struktur der neuen Seiten zum Ende des Jahres hin geschaffen sein wird, wird daher eine schnelle, systematische Umarbeitung erfolgen können.

## VIII. Broschüren



Hatte die letztjährige Broschüre „Online Shopping“ den Ansatz eines breit angelegten Nachschlagewerks für diverse Themenbereiche des „klassischen“ Online-Handels unter Darstellung des durch die Umsetzung der Verbraucherrechtlinie entstandenen Rechtsrahmens, geht es in der diesjährigen 32-seitigen Broschüre um verschiedene Sonderaspekte des eCommerce.

So wird die zum Jahresende 2015 erscheinende Broschüre u.a. Eigenheiten des M-Commerce, den Einkauf besonderer Produkte wie digitaler Medien und Medikamente thematisieren. Darüber hinaus wird über grenzüberschreitende Beschwerdeführung im Zusammenhang mit der Umsetzung von ADR-Richtlinie und Inkrafttreten der ODR-Verordnung informiert, die ja gerade den Binnenmarkt im Bereich des Online-Handels stärken soll.

Beide Broschüren ergänzen sich daher, die eine allgemeiner, die andere spezieller.

Die letztjährige Broschüre wurde auch 2015 auf der Website und im Rahmen diverser Veranstaltungen (s. S. 15/16), durch Mailings sowie in der Presse beworben (s. S. 17 ff.).

Größere Mengen nahmen darüber hinaus einige Industrie- und Handelskammern sowie Landesseniorenverbände ab (zwischen 100 und 320 Exemplaren pro Bestellung).

In weitaus größerem Umfang wurde noch die online-gestellte PDF-Version abgerufen, die zudem in einer dpa-Meldung verlinkt war und auch in die Wissensdatenbank der IHKs eingestellt wurde.



## IX. Eine Stelle für Nutzer des eCommerce, aber auch für Anbieter:

### *Informationen für und Sensibilisierung von Anbietern für grenzüberschreitenden eCommerce durch Vorträge und Öffentlichkeitsarbeit*

Auch 2015 stand die eCommerce-Verbindungsstelle erneut in regelmäßigem Austausch mit Industrie- und Handelskammern aus unterschiedlichen Ecken Deutschlands.

Nicht nur wurde über die Kanäle der Industrie- und Handelskammern auf das Informationsangebot der eCommerce-Verbindungsstelle und insbesondere auf die im Dezember 2014 veröffentlichten Broschüre „Shopping Online“ hingewiesen, vielmehr wurde ein unternehmerisches Publikum auf Veranstaltungen der Industrie- und Handelskammern durch Referenten der eCommerce-Verbindungsstelle in Vorträgen auf rechtliche Belange des eCommerce sensibilisiert.



Bereits im Herbst letzten Jahres hatte ein Vertreter der eCommerce-Verbindungsstelle bei der Veranstaltung „Dos and Don'ts bei der Gestaltung internationaler Websites“ der IHK Trier referiert. Entsprechend des Titels der Veranstaltung ging es um rechtliche Aspekte, die mit einer grenzüberschreitenden Ausrichtung eines im eCommerce tätigen Unternehmens verbunden sind und die sich unter anderem aus der eCommerce-Richtlinie, der Datenschutz-Richtlinie und der Verbraucherrechte-Richtlinie ergeben.

Ähnlich, aber mit unterschiedlichen Schwerpunkten ging es 2015 an drei Standorten weiter:

#### **18.05.2015 IHK Kassel Marburg:**

Veranstaltung: "Gestaltung von Internetseiten für eine internationale Kundschaft"

Vortrag: Andere Länder, andere Vorschriften: Welche rechtlichen Aspekte sind zu bedenken?

#### **24.06.2015 IHK Cottbus:**

Veranstaltung: "Ist Ihre Webseite fit für den internationalen Markt? Anforderungen an den Internetauftritt exportorientierter Unternehmen."

Vortrag: „Andere Länder, andere Vorschriften: Welche rechtlichen Aspekte sollten Sie bedenken?“

#### **13.10.2015 IHK Koblenz:**

Online-Marketing international

Vortrag: „Andere Länder, andere Vorschriften. Rechtliche Aspekte des grenzüberschreitenden E-Business: Unterschiede und Gemeinsamkeiten“





Veranstaltung „Gestaltung von Internetseiten für eine internationale Kundschaft“  
am 18. Mai 2015 in Kassel

Die nordhessische Wirtschaft ist weltweit aktiv und dementsprechend sind auch die Kommunikationswege auf eine internationale Kundschaft ausgerichtet. Mittlerweile sind viele Unternehmens-Webseiten auch in anderen Sprachen verfügbar – oft in Englisch, Französisch, Spanisch oder Russisch. Aber reicht es aus, einfach die Webseite in eine andere Sprache zu übersetzen? Ist für eine zielgerichtete Kundensprache nicht mehr notwendig? Welche rechtlichen Besonderheiten sind zu beachten? Dies sind nur einige Fragen, die bei der Gestaltung von Webseiten für eine internationale Kundschaft zu beachten sind.

richtlinie gibt und auch, dass die Verbraucherrechterichtlinie zu einem großem Teil Regeln vereinheitlicht hat.

Verunsicherung besteht auch in Hinblick auf Rechtswahlmöglichkeiten und in diesem Zusammenhang bezüglich der Unterschiede, die gelten, je nachdem ob es sich um ein B2B- oder ein B2C-Shop handelt.

Eine gewisse Sorge scheint Unternehmern weiterhin das Diskriminierungsverbot der Dienstleistungsrichtlinie zu bereiten, da nicht klar gefasst ist, unter welchen Bedingungen ein Unternehmen die Entscheidung treffen darf, Kunden im Ausland nicht zu beliefern. Das Kriterium der objektiven Umstände bedarf weiterer Konkretisierung.

In den an die Vorträge anschließenden Diskussionen konnte man im direkten Austausch feststellen, dass nicht nur bei kleineren und mittelständischen, sondern auch bei größeren Unternehmen Unsicherheiten gerade in Hinblick auf das Recht bei grenzüberschreitendem eCommerce zu beobachten ist.

Dies hat vielfach auch mit Unkenntnis zu tun. So scheint weitgehend unbekannt zu sein, dass es offizielle Muster in allen Sprachen der EU im Anhang der Verbraucherrechte-

Magazin IHK Koblenz Seite 42

## Kunden global erreichen: Online-Marketing international

Immer und überall online – das ist für viele Menschen heute eine Selbstverständlichkeit. Gerade exportorientierten Unternehmen eröffnen sich dadurch hervorragende Möglichkeiten, Kunden global und rund um die Uhr über Leistungen und Produkte zu informieren. Auch neue Zielmärkte und -gruppen lassen sich online einfach und kostengünstig erschließen. Allerdings gilt auch im Internet: Ein erfolgreicher Auftritt auf internationalem Parkett will gut vorbereitet sein. Am Dienstag, 13. Oktober, von 16 bis 18.30 Uhr, lädt die IHK Koblenz deshalb zu einer kostenfreien Veranstaltung ein, bei der es um folgende Fragen geht: Was muss ich bei der länderspezifischen Gestaltung einer Website beachten? Wie vermeide ich kulturelle oder sprachliche Missverständnisse? Und wie vermeide ich rechtliche Fallstricke? Der Informationsnachmittag findet in der IHK Koblenz, Schloßstraße 2, im Großen Saal statt. Weitere Informationen und ein Anmeldeformular stehen auf [www.ihk-koblenz.de](http://www.ihk-koblenz.de) unter der Dokumentennummer 2742034 zur Verfügung.

**Kontakt:**  
**Swetlana Hörner**  
**0261 106-206**  
**hoerner@koblenz.ihk.de**

## **Sonstige Vorträge, Teilnahme an Publikumsveranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit**

Diverse Verbraucher- und Bürgerinformationsstände wurden über das Jahr hin betreut. Hier zeigen sich unter anderem positive Synergieeffekte dank der Tatsache, dass die eCommerce-Verbindungsstelle beim Trägerverein, dem Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e.V. angesiedelt ist. Sobald ein Stand vom Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e.V. betreut wird, ist auch immer die eCommerce-Verbindungsstelle mit Broschüren präsent. Folgende größere Veranstaltungen sollen insbesondere erwähnt werden:

- Stand beim Infomarkt des Verbrauchertags Baden-Württemberg unter dem Motto „Sicherheit im Internet“, Stuttgart, 26.03.2015
- Stand beim Tag der Offenen Tür des Bundespresseamts; Berlin, 29. und 30.08.2015
- Stand beim Europäischen Tag der Ziviljustiz, Karlsruhe, 30.10.2015

Auch Verbraucherschützer aus dem asiatischen Raum haben sich angemeldet, um sich in einem Vortrag Besonderheiten des europäischen eCommerce anzuhören:

- Besuch eines Vertreters der Korea Consumer Agency “Understanding the specific situation of different countries with respect to e-commerce”, Kehl, 17.12.2015





## **X. Pressearbeit**

Eine Pressemitteilung der eCommerce-Verbindungsstelle, in der die im Dezember 2014 veröffentlichte Broschüre „Shopping Online“ vorgestellt wurde, führte gleich zu Beginn des Jahres zu einer dpa-Meldung, die von zahlreichen namhaften und bundesweit beachteten Medien mit entsprechenden Links auf die Broschüre aufgegriffen wurde, darunter u.a. die Süddeutsche, ntv.de, Focus.de sowie zahlreiche regionale Zeitungen.

Weiterhin erhält die eCommerce-Verbindungsstelle regelmäßig eigenständige Anfragen von Journalisten (16 Anfragen seit Jahresbeginn). Dabei ging es in diesem Jahr teils um aktuelle Themen wie das neu eingeführte EU-Siegel für Online-Apotheken, sehr oft aber um generelle Tipps, um Probleme beim Online-Shopping schon im Ansatz zu vermeiden. Auffällig war hierbei, dass sich die Journalisten einige Male im Zusammenhang mit vermeintlich deutschen Online-Shops aus Asien an uns wandten, um hierzu Ratschläge zu erfragen.

Es ging aber auch um allgemeine Tipps zu Zahlungsarten, Gütesiegeln und Absicherung der Bestellung sowie um rechtliche Faustregeln.

Üblicherweise entstehen so längere Beiträge in direkter Abstimmung: nach einem ersten Interview mit der eCommerce-Verbindungsstelle senden die meisten Journalisten den Text zurück. Sehr oft geht es hier nicht bloß um das Abnehmen von Zitaten, sondern um eine komplette Überprüfung des Textes in Hinblick auf rechtliche Genauigkeit und praktische Relevanz. Dieses Vorgehen hat sich seit langer Zeit bewährt und wird von vielen der Journalisten, die sich bereits seit Jahren immer wieder bei der eCommerce-Verbindungsstelle melden, nicht als Einmischung verstanden, sondern gewährleistet im Gegenteil einen Beitrag mit hoher Qualität. Gleichermaßen profitiert die eCommerce-Verbindungsstelle so von einer Öffentlichkeitsarbeit mit ansprechenden Texten über namhafte Kanäle.

Für hohe Aufmerksamkeit sorgt auch die Teilnahme an bekannten TV-Ratgeber-Sendungen wie „Volle Kanne“ (ZDF, am Tag der Sendung mit der eCommerce-Verbindungsstelle Zuschauerquote von 16 Prozent, was 760.000 Zuschauern entspricht) oder „Kaffee oder Tee“ (SWR, erreichte im Jahr 2015 erstmalig eine Zuschauerquote von 16,3 Prozent im Sendegebiet, seit 2012 ist die eCommerce-Verbindungsstelle dort mindestens einmal pro Jahr zu Gast).

In beiden Sendungen ging es neben allgemeinen Tipps zum sicheren Online-Shopping um Besonderheiten beim grenzüberschreitenden Einkauf im Netz und die Unterschiede zwischen einem Einkauf im EU-Raum und im Vergleich zu dem aus anderen Staaten. Hier lässt sich gut aufzeigen, welche Vorteile der gemeinsame Binnenmarkt bietet, da hier generell ein ähnliches Verbraucherschutzniveau, teilweise sogar ein einheitlicher Rechtsrahmen gewährleistet wird und es in der Regel keine Zollprobleme gibt.

Beide Sendungen haben auch eigene thematische Internetseiten, auf denen weitergehende Informationen zu finden sind und auf denen auch Verlinkungen angebracht wurden.

Die auf den folgenden Seiten abgebildeten Beispiele geben einen Eindruck von der soeben beschriebenen Pressearbeit.

The screenshot shows the WDR 2 website interface. At the top, there is a navigation bar with 'WDR' logo, 'NRW-Wetter', 'Verkehrslage', 'WDR Text', 'Kontakt', 'A-Z', and 'Hilfe'. A search bar contains 'In WDR 2' and a 'suchen' button. Below this is a secondary navigation bar with 'WDR.de | Fernsehen | Radio | Mediathek | Programmvorschau | Unternehmen' and 'LIVE | WDR 2 | WDR 3 | WDR 4 | WDR 5 | Funkehaus Europa | KIRAKi | Orchester und Chor'. The main header features the 'WDR 2' logo. A secondary navigation bar includes 'WDR 2 | Aktuell | NRW | Musik | Unterhaltung | Kultur | Service | Sport | Videos & Fotos | Veranstaltungen | Programm | Über uns'. Below this, there are sub-navigations for 'Radio', 'WDR 2', 'Service', 'WDR 2 Quintessenz', and 'Tipps und Trends vom 03.02.2015'. The main content area is titled 'Tipps und Trends vom 03.02.2015' and 'Online-Shopping'. The text reads: 'Der Einkauf im Internet gehört für viele zum Alltag. Weniger bekannt ist allerdings, dass sich seit dem vergangenen Jahr durch die EU-Verbraucherrichtlinie einiges geändert hat. So gilt zwar eine 14-tägige Widerrufsfrist nun auch EU-weit. Doch die Ware darf normalerweise nicht mehr einfach kommentarlos zurückgeschickt werden. Mehr Infos dazu bietet die kostenlose Broschüre "Online-Shopping" der eCommerce-Verbindungsstelle Deutschland.'

## WDR 2 Tipps und Trends vom 03.02.2015 Online-Shopping

„Der Einkauf im Internet gehört für viele zum Alltag. Weniger bekannt ist allerdings, dass sich seit dem vergangenen Jahr durch die EU-Verbraucherrichtlinie einiges geändert hat. So gilt zwar eine 14-tägige Widerrufsfrist nun auch EU-weit. Doch die Ware darf normalerweise nicht mehr einfach kommentarlos zurückgeschickt werden. Mehr Infos dazu bietet die kostenlose Broschüre "Online-Shopping" der eCommerce-Verbindungsstelle Deutschland.“

The screenshot shows the Süddeutsche Zeitung website. At the top left, it says 'München 17°'. The main header is 'Süddeutsche Zeitung' with 'SZ.de Zeitung Magazin' below it. On the top right, there are links for 'jobs', 'immobilien', and 'anzeigen' with an 'Ab' button. Below the header is a navigation bar with 'Politik | Wirtschaft | Panorama | Sport | München | Bayern | Kultur | Wissen | Digital | Chancen | Reise | Auto | Stil | mehr...'. Below this is a sub-navigation bar with 'Wissen | Archäologie | Psychologie | Raumfahrt | Klimawandel | Verhaltensbiologie | Newsticker'.

04. February 2015 14:13 Technik

## Widerruf von Onlinekäufen muss eindeutig erklärt werden

Direkt aus dem dpa-Newschannel

Kehl (dpa/tmn) - Wer von seinem Widerrufsrecht bei Onlinekäufen Gebrauch machen will, sollte das beim Rücksenden der Ware eindeutig erklären. Ein Missbrauch des Verbraucherrechts lohnt nicht - es kann bei elektronischen Geräten sogar teuer werden.

Onlinebestellungen sind schnell gemacht. Doch was, wenn die Ware nicht gefällt? Unabhängig von der Qualität der Lieferung haben Kunden beim Onlinekauf ein zweiwöchiges Widerrufsrecht. Mittlerweile gilt dieses Recht sogar EU-weit. Doch Vorsicht: Die Ware darf nicht mehr einfach kommentarlos

Süddeutsche Zeitung, 4.2.2015, verlinkt wir auf die aktuelle Broschüre

zum SWR Programm SWR.de Home Unternehmen Suche im SWR

**SWR FERNSEHEN**


**KAFFEE ODER TEE**

STARTSEITE REZEPTE ERNÄHRUNG GARTEN GESUNDHEIT HAUSHALT FREIZEIT KREATIV MENSCHEN

Onlineshopping

## Sicher Einkaufen im Internet

Einkaufen im Internet wird immer beliebter: Die Auswahl ist groß, die Schnäppchenangebote auch und es ist bequem einzukaufen, wenn man gerade Lust hat ohne an Ladenschlusszeiten gebunden zu sein. Aber man sollte wissen wie es geht und welche Risiken bestehen.





**KAFFEE ODER TEE** 0180 2 29 1545 e-Call-Anruf aus dem Festnetz: mobil max. 42,-/min  
Shoppen im Netz - Ihre Fragen

aus der Sendung vom  
Mo, 27.7. | 17.05 Uhr  
SWR Fernsehen

Online-Shopping  
**Geklickt und gekauft!**  
Es ist bequem und die Auswahl ist riesig. Einkaufen vom Computer aus hat viele Vorteile! | mehr

Anbieter checken  
Ganz oben auf der Prüfliste steht der Anbieter: Wie seriös ist dieser? Ist er ein Unternehmen in Deutschland oder nur ein

Live-Sendung Kaffee oder Tee, SWR-Fernsehen, 27.7.2015

Am Ende des Artikels steht:

**„Hilfe bei Problemen**

*In Kehl sitzt auch die e-Commerce Verbindungsstelle, die sich auch mit Beschwerden von Verbrauchern befasst. (...) Die folgenden Links enthalten weiterführende Informationen, die sich z.B. mit Widerrufsrecht, Gewährleistung, Zahlung im Internet und Sicherheit beschäftigen: (Verlinkungen auf entsprechende Unterseiten der eCommerce-Verbindungsstelle).“*

TOP-THEMA | 13.08.2015

## Online-Einkauf im Ausland Das sollten Sie über Zoll, Steuern und Gebühren wissen

Kleidung, Handys oder Zigaretten – vieles ist im Ausland billiger. Doch wer diese Waren über das Internet aus dem Ausland bestellt, hat die Rechnung ohne den Zoll gemacht. Denn sollten Zollgebühren fällig werden, ist es mit dem Schnäppchen dahin.

Video

Vorsicht bei Online-Schnäppchen

Bild



Vorsicht bei Online-Schnäppchen

Im Internet locken viele Angebote aus dem Ausland. Doch diese sind nicht immer zoll- oder steuerfrei. Was Sie beim Online-Einkauf beachten sollten, weiß Verbraucherschützer Felix Braun. (13.08.2015)

# Siegel trennt die Spreu vom Weizen

E-Commerce-Verbindungsstelle Kehl warnt vor betrügerischen Arzneimittelverkäufern im Internet

Kehl (red/egg). Die E-Commerce-Verbindungsstelle des Europäischen Verbraucherzentrums (EVZ) in Kehl informiert in einer Pressemitteilung über die Risiken von Arzneimittelbestellungen im Internet. Die Einrichtung warnt darin vor gefälschten Medikamenten und den von ihnen ausgehenden gesundheitlichen Gefahren.

Dem Risiko, in einem Internet-Shop gefälschte Medikamente zu bestellen, will die EU nun mit einem Gütesiegel begegnen, mit dem nur zuvor registrierte Anbieter werben dürfen, wie aus der Pressemitteilung des EVZ hervorgeht. »Die Grafik enthält die Flagge des Landes, in welchem der Verkäufer seinen Sitz hat, so dass der Verbraucher dies auf den ersten Blick erkennen kann. Klickt man das Logo an«, erklärt Felix Braun von der E-Commerce-Verbindungsstelle, »gelangt man direkt zur Web-

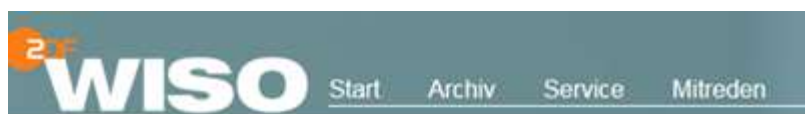


Ein neuartiges Siegel (Bild rechts) soll dazu beitragen, bei Online-Apotheken die Spreu vom Weizen zu trennen. Das Siegel wird seit Juli vergeben. Foto: dpa



site der nationalen Arzneimittelbehörde. Dort kann jeder sehen, ob die Online-Apotheke beziehungsweise der Online-Händler zugelassen ist.« In Deutschland nimmt diese Aufgabe das Deutsche Institut für Medizinische Dokumentation und Information (DIMDI) wahr. Seit Juli 2015 wird das Logo bereits verwendet, ab Oktober 2015 ist es sogar verpflichtend. Sollte eine Internetapotheke nicht registriert sein, empfiehlt Braun, dort keinesfalls zu bestellen.

Kehler Zeitung vom 18.08.2015



KURZMELDUNGEN | 05.10.2015

## #service vom 5. Oktober 2015 Aktuelle Verbraucher- und Wirtschaftsnachrichten

Themen: Neues Siegel für Online-Apotheken - Rückruf von Blauschimmelkäse - Abzocke bei Amazon - Freibeträge jetzt beantragen.



#service vom 5. Oktober 2015

Themen: Neues Siegel für Online-Apotheken - Rückruf von Blauschimmelkäse - Abzocke bei Amazon - Freibeträge jetzt beantragen. (05.10.2015)

von Dagmar Deilmann-Werra

Der Kauf von Medikamenten aus dem Internet soll sicherer werden – deshalb ist ab sofort ein neues Prüfsiegel...

ZDF WISO, 05.10.2015

*„Der Kauf von Medikamenten aus dem Internet soll sicherer werden – deshalb ist ab sofort ein neues Prüflogo Pflicht für alle Händler in Europa. Das Siegel belegt, dass der Anbieter Medikamente online nach dem jeweiligen nationalen Recht verkaufen darf. Wer auf das Logo klickt, landet bei der Behörde, die für Medikamentensicherheit zuständig ist. In Deutschland müssen Online-Apotheken beim Institut für Medizinische Dokumentation und Information gelistet sein. Steht der Händler nicht auf dieser Liste, sollte man sich besser einen anderen Online-Shop suchen. Denn im Netz werden auch viele gefälschte Präparate angeboten.*

*Übersicht der Internet-Apotheken beim Deutschen Institut für Medizinische Dokumentation und Information (DIMDI): [versandhandel.dimdi.de \(pdf\)](http://versandhandel.dimdi.de), Übersicht der [sonstigen Händler \(pdf\)](#). Weitere Informationen gibt es beim Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz: [ecommerce-verbundungsstelle.de](http://ecommerce-verbundungsstelle.de). Eine Checkliste für den sicheren online-Einkauf gibt es auch beim Bundesverband Deutscher Versandapotheken (BVDVA): [bvdva.de](http://bvdva.de). Auch das Bundeskriminalamt warnt vor gefälschten Medikamenten: [bvdva.de \(pdf\)](http://bvdva.de)“*