

DIE RICHTLINIENVORSCHLÄGE DER KOMMISSION ZU VERTRÄGEN ÜBER DIGITALEN INHALT UND ONLINE-WARENHANDEL

DIRK STAUDENMAYER¹

DAS WACHSTUMSPOTENZIAL DES ELEKTRONISCHEN GESCHÄFTSVERKEHRS NUTZEN

Die Richtlinienvorschläge zu Verträgen über digitale Inhalte sowie den Online-Warenhandel sind der erste Teil der ganzheitlichen Kommissionsstrategie für den digitalen Binnenmarkt. Zusammen mit mehreren, teilweise schon verabschiedeten, teilweise in Bälde folgenden Paketen von Kommissionsinitiativen, wie z.B. zum Geo-blocking, werden sie in ihrer Gesamtheit günstige Rahmenbedingungen zur Förderung der Digitalisierung der Wirtschaft schaffen. Damit wird letztendlich mehr Wachstum für die Mitgliedstaaten geschaffen werden.

Die beiden Vorschläge zu den digitalen Verträgen zielen auf eine Erleichterung des elektronischen Geschäftsverkehrs durch die Veränderung zweier Rahmenbedingungen ab. Einerseits sollen Unternehmen, vor allem KMU, ihre Produkte im gesamten digitalen Binnenmarkt verkaufen können, ohne unnötige Kosten aufgrund vertragsrechtlicher Unterschiede schultern zu müssen. Andererseits soll das Verbrauchervertrauen hinsichtlich von Käufen im EU-Ausland gestärkt werden, wobei Verbraucher eine größtmögliche Auswahl zu wettbewerbsfähigen Preisen haben sollen.

Der Digitale Binnenmarkt ist allerdings bislang unvollständig. Der Anteil des elektronischen Handels am gesamten Einzelhandel ist in Europa bedeutend niedriger als in den USA. In Deutschland verkauften nur 14% der Einzelhändler online in andere Mitgliedstaaten, während 39% in Deutschland selbst verkauften. Lediglich 12% der deutschen Verbraucher kauften 2014 online in anderen Mitgliedstaaten ein, während 66% dies im Inland taten.

Unterschiede im Verbrauchervertragsrecht und ein Mangel an klaren Rechten im Bereich digitaler Inhalte sind eines der Haupthindernisse. Verkäufer von beweglichen Sachen im elektronischen Geschäftsverkehr müssen sich mit verschiedenen zwingenden Gewährleistungsregeln auseinandersetzen, da das EU-Recht hier nur Mindeststandards setzt, über die viele Mitgliedstaaten zu unterschiedlichen Punkten und in einem unterschiedlichen Ausmaß hinausgegangen sind. Spezifische EU-Vorschriften zur Gewährleistung für digitale Inhalte fehlen fast gänzlich. Einige Mitgliedstaaten haben begonnen, digitale Inhalte auf nationaler Ebene spezifisch zu regeln. Diese nationalen Regeln unterscheiden sich in Inhalt und Anwendungsbereich, haben aber eines gemeinsam: Sie sind zwingend ausgestaltet. Hier beginnt ein Trend, der dazu führen kann, dass in verschiedenen Mitgliedstaaten unterschiedliche, zwingend ausgestaltete Regeln spezifisch für digitalen Inhalt gelten. Wenn Unternehmen unterschiedliche zwingende Regeln mit einem höheren Verbraucherschutzniveau beachten müssen, erschwert dies einen florierenden digitalen Binnenmarkt.

Ein besserer digitaler Binnenmarkt würde nicht nur Verbrauchern und Unternehmen Vorteile bringen, sondern auch gesamtwirtschaftliches Wachstum schaffen. So wird geschätzt, dass mindestens 120.000 Unternehmen mit dem Online-Verkauf in andere Mitgliedstaaten beginnen würden, sobald vertragsrechtsbezogene Hindernisse im grenzüberschreitenden

¹. Dirk Staudenmayer ist Referatsleiter "Vertragsrecht" in der Generaldirektion Justiz und Verbraucher der Europäischen Kommission.

Handel beseitigt werden. Zwischen 8 und 13 Millionen zusätzlicher Kunden würden beginnen, in anderen EU-Ländern einzukaufen. Das Bruttoinlandsprodukt würde sich in Europa um geschätzte 4 Milliarden und in Deutschland um 875 Millionen erhöhen.

Im Rat hat die niederländische Präsidentschaft die Arbeiten an den digitalen Inhalten energisch vorangetrieben. Die Arbeit im Europäischen Parlament an beiden Vorschlägen hat in den letzten Wochen begonnen; eine Abstimmung in den zuständigen Ausschüssen ist für das Jahresende vorgesehen. Die Kommission arbeitet mit beiden Zweigen des europäischen Gesetzgebers eng zusammen, um beide Vorschläge ohne Verzug durch das Gesetzgebungsverfahren zu führen.

EIN PROBLEM-ORIENTIERTER, FOKUSSierter HARMONISIERUNGSANSATZ

Bei den Vorschlägen hat die Kommission aus den Erfahrungen mit dem Verordnungsvorschlag zu einem Gemeinsamen Europäischen Kaufrecht gelernt. Daher handelt es sich bei den Vorschlägen nicht um optionale Instrumente.

Vielmehr folgen die Vorschläge zur Herstellung EU-weit einheitlicher Anforderungen für Unternehmen und zur Sicherstellung eines einheitlich hohen Verbraucherschutzniveaus einem klassischen Harmonisierungsansatz. Eine Mindestharmonisierung hingegen würde dieses Ziel nicht erreichen, da sich die Unternehmen immer noch unterschiedlichen nationalen zwingenden Rechten gegenüber sehen würden, die Kosten verursachen würden.

Auch der Regelungsansatz ist bei weitem nicht so umfangreich und detailliert wie beim Gemeinsamen Europäischen Kaufrecht, sondern verfolgt einen sehr fokussierten, problemorientierten, Ansatz. Die Vorschläge konzentrieren sich ausschließlich auf konkrete und wesentliche Hemmnisse für den digitalen Binnenmarkt. Im Unterschied zum Vorschlag für ein Gemeinsames Europäisches Kaufrecht, das rund 200 Artikel umfasste, sehen die beiden Vorschläge deshalb jeweils nur rund 20 Artikel vor.

Die Wahl des Instruments der Richtlinie im Gegensatz zur Verordnung bietet den Mitgliedstaaten die Möglichkeit, die Vorschriften im Einklang mit ihrem gewachsenen nationalen Recht umzusetzen. So definiert z.B. der Richtlinienvorschlag zu Verträgen über digitale Inhalte nicht die Rechtsnatur des Vertrages. Die Mitgliedstaaten können ihre jeweilige Qualifizierung des Vertrages z.B. als Kauf-, Dienstleistungs- oder Mietvertrag und auch die übrigen einschlägigen Rechtsvorschriften beibehalten.

AUSGEWOGENE LÖSUNGEN IM INTERESSE VON UNTERNEHMEN UND VERBRAUCHERN

Durch das Aufgreifen von Markttrends und eine ausgewogene Berücksichtigung der unterschiedlichen Interessen bringen beide Richtlinienvorschläge sowohl Unternehmen als auch Verbrauchern Vorteile.

Vorschlag zu Verträgen über digitale Inhalte

- *Weiter Anwendungsbereich sichert einheitliche Wettbewerbsbedingungen:* Der Begriff des digitalen Inhalts ist weit gefasst. Er erfasst z.B. Musik auf einer CD und einen Film auf einer DVD, sowohl die Software, die man sich auf den eigenen Computer herunterlädt also auf die, auf die man nur Zugang hat, Filme oder Fußballspiele, die man sich aufgrund eines Abonnements im Internet ansehen kann, Fotos, die in der Cloud gelagert werden und

digitale Spiele oder soziale Medien, an den man teilnimmt. Der weite Anwendungsbereich schafft einheitliche Wettbewerbsbedingungen und verhindert, dass bestimmte Kategorien digitalen Inhalts, z.B. abhängig vom Vertriebsweg oder dem Produktdesign Wettbewerbsvorteile, bzw. -nachteile haben. Er ist damit technologieneutral und zukunftsfähig und trägt der schnellen technologischen und kommerziellen Entwicklung in diesem Bereich Rechnung.

- *Einbeziehung von gegen Daten gelieferten digitaler Inhalte:* Der Vorschlag erfasst nicht nur die Bereitstellung digitaler Inhalte gegen Geld, sondern als wesentlichen Fortschritt und Anpassung an die kommerzielle Realität auch digitalen Inhalt im Austausch mit von Verbrauchern aktiv bereitgestellten (personenbezogenen und anderen) Daten. Im Vergleich zu Verbrauchern, die mit Geld bezahlen, sollen Verbraucher, die mit Daten bezahlen, nicht weniger oder gar keine Rechte haben.
- *Der Vorschlag will aber nicht das gesamte Internet regeln.* Er erfasst daher nicht die Fällen, in denen der Anbieter personenbezogene Daten wie die IP - Adresse oder Metadaten wie die ausgewählten Webseiten oder die Verweildauer auf einer Webseite erhebt, ohne dass der Verbraucher diese aktiv bereitstellt. Er erfasst auch nicht diejenigen Fälle, bei denen Daten übermittelt werden, die für die Ausführung der jeweiligen Dienstleistung notwendig sind, z.B. den Standort des Verbrauchers bei einer Navigations - App, oder die der Anbieter entsprechend einer gesetzlichen Verpflichtung erhebt.
- *Die Vertragsmäßigkeit der digitalen Inhalte als notwendige Voraussetzung für einheitliche Rechte:* Die digitalen Inhalte müssen in erster Linie dem entsprechen, was im Vertrag zugesichert wurde. Hiermit sollen Widersprüche mit dem Urheberrecht vermieden werden, d.h. der Anbieter soll nicht in eine Lage kommen, wo er von Gesetzes wegen etwas leisten muss, dass er nach den vom Rechteinhaber oder früheren Lizenznehmern vertraglich auferlegten Beschränkungen nicht leisten darf. Diese Lösung soll auch sicherstellen, dass z.B. kleine Start-Ups weiterhin innovative Produkte in Form von sog. Beta-Versionen vertreiben können. Wenn allerdings der Vertrag keine klaren und umfassenden Vorgaben zu den wesentlichen Punkten enthält, soll dies nicht zu Lasten des Verbrauchers gehen. In diesen Fällen wird die Vertragsmäßigkeit der digitalen Inhalte anhand objektiver Kriterien bewertet.
- *Beweislast:* Angesichts der hochkomplexen Natur digitalen Inhalts, liegt die Beweislast dafür, dass der Mangel bereits zum Lieferzeitpunkt bestand, beim Anbieter. Allerdings muss dies dann ausgewogen sein, wenn der Grund für das aufgetretene Problem in der Sphäre des Verbrauchers liegt, so z.B. bei Unvereinbarkeit mit Soft- oder Hardware des Verbrauchers oder einer zu wenig leistungsfähigen Internetverbindung. In solchen Fällen muss der Verbraucher mit dem Anbieter zusammenarbeiten, damit der Anbieter die Ursache feststellen kann. Diese Zusammenarbeit kann recht einfach z.B. dadurch erfolgen, dass der Verbraucher zustimmt, dass sein Gerät Schadensberichte abschickt. Verweigert der Verbraucher diese Zusammenarbeit, fällt die Beweislast auf ihn zurück.
- *Gewährleistungsrechte:* Ist der digitale Inhalt vertragswidrig, hat der Verbraucher in einem ersten Schritt Anspruch auf Herstellung des vertragsgemäßen digitalen Inhaltes. Wenn der Vertragswidrigkeit dadurch nicht abgeholfen wird, kann der Verbraucher in einem zweiten Schritt Preisminderung oder Vertragsbeendigung verlangen. Diese Hierarchie der Gewährleistungsrechte stammt aus der Verbrauchsgüterkaufrichtlinie und hat sich in der Praxis, so auch im deutschen Recht, bewährt.

- *Keine Gewährleistungsfrist:* Da digitaler Inhalt keiner Abnutzung unterliegt, ist keine Gewährleistungsfrist vorgesehen. Allerdings gibt es natürlich eine zeitliche Begrenzung für die Haftung des Anbieters in Form von nationalen Verjährungsfristen, die die Mitgliedstaaten festlegen.
- *Änderung der digitalen Inhalte:* Der Vorschlag listet die Bedingungen auf, unter denen der Anbieter den Vertrag über die Bereitstellung digitaler Inhalte hinsichtlich wesentlicher Leistungsmerkmale ändern kann; insbesondere muss der Verbraucher informiert werden und kann den Vertrag seinerseits beenden.
- *Recht auf Beendigung langfristiger Verträge:* Der Vorschlag legt die Bedingungen fest, unter denen der Verbraucher das Recht auf Beendigung unbefristeter oder für eine Dauer von mehr als 12 Monaten geschlossener Verträge hat und somit den Anbieter wechseln kann.

Vorschlag zu Verträgen über den Online-Warenhandel

Der Vorschlag basiert im Wesentlichen auf der Verbrauchsgüterkaufrichtlinie, die durch die Schuldrechtsreform ins deutsche BGB umgesetzt wurde.

Er regelt daher im Wesentlichen dieselben Themen wie bereits die Verbrauchsgüterkaufrichtlinie, d.h.

- die Vertragsmäßigkeit der Ware als notwendige Voraussetzung für
- die Gewährleistungsrechte des Verbrauchers und
- die Ausübungsmodalitäten dieser Rechte.

Der Vorschlag erhöht im Vergleich zur Verbrauchsgüterkaufrichtlinie an einigen Stellen das Verbraucherschutzniveau. Im Vergleich zum deutschen Recht wirkt sich das hauptsächlich an drei Stellen aus.

- Der wichtigste Unterschied betrifft die *Beweislast*: Bei Vorliegen eines Mangels muss der Verbraucher innerhalb eines Zeitraums von zwei Jahren – statt wie bisher im deutschen Recht on 6 Monaten - nicht beweisen, dass dieser bereits zum Lieferzeitpunkt bestand. Aus einer aktuellen Studie geht hervor, dass eine längere Zeitspanne für die Beweislastumkehr in der Praxis keinen bedeutenden Unterschied macht, weil die Beweislastregeln in der Praxis sowohl auf Verkäufer- als auch auf Verbraucherseite weitgehend unbekannt sind und nur eine Minderheit der Verkäufer die 6 - Monats Frist anwenden. Die gleiche Länge für die Garantiefrist und die Beweislastumkehr wird es für den Verbraucher auch vereinfachen, seine Rechte geltend zu machen.
- Die Möglichkeit der *Vertragsbeendigung* gilt auch für kleinere Mängel.
- Die *Gewährleistungsfrist für online erworbene Gebrauchsgüter* kann nicht mehr vertraglich von zwei Jahren auf ein Jahr reduziert werden.

NICHT GEREGLTE BEREICHE

Zunächst lassen beide Vorschläge das allgemeine nationale Vertragsrecht unberührt. Daher regeln sie z.B. nicht:

- Allgemeine Grundsätze des Vertragsrechts;
- Zustandekommen eines Vertrags;
- Wirksamkeit eines Vertrags;
- Wirkungen eines Vertrags;
- Anfechtungsgründe eines Vertrags;
- Andere Fälle der Beendigung des Vertrags;
- Gefahrübergang;
- Zahlung von Zinsen;
- Verjährung.
- Allgemeine Regelungen über unfaire Vertragsbestimmungen.

Vorschlag zu Verträgen über digitalen Inhalt

Der Vorschlag zu Verträgen über digitalen Inhalt gilt auch nicht für Verträge, die Folgendes zum Gegenstand haben:

- Dienstleistungen, bei denen die menschliche Arbeit im Vordergrund steht wie z.B. die von einem Übersetzer vorgenommene Übersetzung, die nur digital übermittelt wird, während die durch eine Übersetzungssoftware vorgenommene automatische Übersetzung einbezogen ist;
- Telekommunikationsdienste, bei denen es nur um die Übertragung der Telekommunikation an sich geht;
- Gesundheitsdienstleistungen, die von einem Angehörigen eines medizinischen Berufes vorgenommen werden;
- Glücksspiel und
- Finanzdienstleistungen.

Der Vorschlag zu Verträgen über digitalen Inhalt bekräftigt zwar ein grundsätzliches Recht auf Schadensersatz für die Fälle, in denen die digitalen Inhalte und die Hardware des Verbrauchers beschädigt wurden. Alle anderen Schäden, wie z.B. andere Vermögensschäden, Mangelfolgeschäden oder immaterielle Schäden, werden aber nicht geregelt. Die Regelung dieser Schäden sowie alle Bedingungen und Folgen des Schadensersatzanspruches, z.B. ob er auf Verschulden basiert oder nicht, werden von den Mitgliedstaaten festgelegt.

Vorschlag zu Verträgen über den Online-Warenhandel

Der Vorschlag zum Online – Warenhandel regelt Schadensersatz gar nicht.

Der Vorschlag zum Online – Warenhandel schließt auch den Fernabsatz mit ein; im stationären Handel geschlossene Verträge sind aber noch nicht erfasst. Die Kommission ist sich jedoch der wachsenden Bedeutung des Omni-Channel Vertriebs bewusst. Sie hat daher in der die Vorschläge begleitenden Mitteilung angekündigt, dass sie all notwendigen Schritte hin zu einem einheitlichen Rechtsrahmen für den gesamten Online- und Offline – Warenhandel unternehmen wird. Die ersten Daten zur Anwendung der Verbrauchsgüterkaufrichtlinie werden noch in diesem Jahr vorliegen. Wenn sie die vorläufige Kommissionsanalyse nach der öffentlichen Konsultation vom Sommer 2015 bestätigen, können diese Daten in den Gesetzgebungsprozess zum Vorschlag zum Online – Warenhandel einfließen.



Europäische
Kommission

INFORMATIONSBLETT DEUTSCHLAND

DEZEMBER 2015

MODERNE REGELN FÜR ONLINE-EINKÄUFE

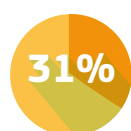


Worin besteht das ungenutzte Potenzial von grenzüberschreitendem E-Commerce in Deutschland?

Unternehmen

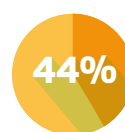
Trotz des schnellen Wachstums von E-Commerce nutzen die meisten deutschen Unternehmen den digitalen Binnenmarkt noch nicht optimal.

Nur 14% der deutschen Einzelhändler verkaufen online an Verbraucher in anderen EU-Ländern. Gleichzeitig verkaufen **fast dreimal** so viele (39%) online in ihrem eigenen Land.



Unterschiede in nationalen Vertragsgesetzgebungen sind für **einen von drei deutschen Händlern** (31%), die derzeit online verkaufen, ein bedeutendes Hindernis für grenzüberschreitende Verkäufe.

Wenn die gleichen Regeln für E-Commerce in der gesamten EU angewendet würden, **würden 44% der deutschen Unternehmen**, die entweder aktiv oder interessiert an einem grenzüberschreitenden Onlinehandel sind, „definitiv“ oder „in gewissem Rahmen“ mit grenzüberschreitenden Onlineverkäufen beginnen oder diese ausweiten.



Verbraucher

Deutsche Verbraucher vermissen auch die Möglichkeit einer grenzüberschreitenden Produktauswahl und besserer Preise. **Nur 12%** der deutschen Verbraucher kaufen online aus anderen EU-Ländern. Gleichzeitig kaufen 66% online in ihrem eigenen Land.



Mangelndes Vertrauen spielt eine Schlüsselrolle: **Nur 30% der deutschen Verbraucher fühlen sich** beim Online-Einkauf in einem anderen EU-Staat sicher.

Drei von zehn Hauptsorgen der Verbraucher beim Onlinekauf in anderen EU-Staaten hängen mit den wichtigsten Vertragsrechten zusammen, wie etwa Nichtlieferung ihrer Bestellung, Lieferung eines falschen oder beschädigten Produkts oder Reparatur und Umtausch mangelhafter Ware.

39% der deutschen Verbraucher, die in den letzten 12 Monaten auf vier beliebte Arten **digitalen Inhalts** zugegriffen haben (Musik, Spiele, Antivirensoftware und Cloud Storage), hatten im Zusammenhang mit den Inhalten, für die sie bezahlt hatten, **mindestens ein Problem** im Hinblick auf Qualität, Zugriff oder Geschäftsbedingungen. Darüber hinaus hatten 27% mindestens ein Problem mit Inhalten, für die sie nicht mit Geld bezahlt hatten.

27%

Welche Lösung schlägt die Europäische Kommission vor?

Die Kommission schlägt zwei Richtlinien vor: eine für digitale Inhalte und eine andere für Waren. Damit wird gewährleistet, dass die wichtigsten Regeln für Vertragsrechte in der gesamten EU für Onlinekäufe von Waren und die Lieferung von digitalem Inhalt gleich sind.

Unternehmen

Wie werden diese Richtlinien das Leben für Unternehmen in Deutschland verbessern?

Unternehmen in Deutschland werden Kunden aus der gesamten EU auf Grundlage der gleichen Regeln für Vertragsrechte digitale Inhalte zur Verfügung stellen können und so auch Waren online an Kunden aus der gesamten EU verkaufen. Dies schafft rechtliche Sicherheit und eine unternehmensfreundliche Umgebung.



Wenn digitaler Inhalt zur Verfügung gestellt wird, fallen für deutsche Unternehmen keine Kosten für die rechtliche Fragmentierung an, die ohne EU-weite Richtlinien und auch dadurch entstehen, dass einige Mitgliedstaaten

bestimmte nationale Verordnungen einsetzen. Beim Verkauf von Waren sparen Unternehmen die Kosten für die Anpassung an die Regeln für Vertragsrechte jedes Mitgliedstaats, in dem sie verkaufen wollen.



Gemeinsame Regelungen in der EU mindern die auf das Vertragsrecht bezogenen Bedenken der Verbraucher. Mehr **Verbraucher** werden ermutigt, **Onlinekäufe in anderen EU-Ländern zu tätigen**, und sie bilden so einen Markt von bis zu **70 Millionen** grenzüberschreitenden Onlinekäufern. Dies öffnet neue Märkte und ist besonders von Vorteil für kleine und mittlere Unternehmen (KMU), die ihren Kundenstamm ausbauen und oft über ihren Heimatmarkt hinausgehen müssen.



Verbraucher

Wie werden diese Richtlinien das Leben der Verbraucher in Deutschland verbessern?

Verbraucher in Deutschland werden Zugang zu Angeboten von mehr Händlern in der EU haben und deshalb von einem **größeren Produktangebot** zu **wettbewerbsfähigeren Preisen profitieren**.

Verbraucher haben bestimmte Rechte mit einem hohen Schutzniveau, wenn sie auf digitale Inhalte zugreifen und Waren online kaufen. Für digitale Inhalte gelten die Regeln unabhängig davon, ob Verbraucher mit Geld zahlen oder dem Anbieter für den Zugang zum Inhalt ihre persönlichen Daten geben (z. B. bei der einfachen Registrierung).

DIGITALER INHALT:



Haftung des Anbieters bei Mängeln: Wenn der digitale Inhalt mangelhaft ist, kann der Verbraucher Abhilfe verlangen. Es gibt keine zeitliche Begrenzung für die Haftung des Anbieters für solche Mängel, denn anders als bei Waren nutzen sich digitale Inhalte nicht ab.



Umkehr der Beweislast: Wenn die digitalen Inhalte mangelhaft sind, ist es nicht die Aufgabe des Verbrauchers zu beweisen, dass der Mangel zum Lieferzeitpunkt bestand. Stattdessen muss der Anbieter beweisen, dass dies nicht der Fall war. Dies ist durch die technische Natur der digitalen Inhalte wichtig, denn dabei kann es besonders schwierig für Verbraucher sein, die Ursache für ein Problem zu beweisen.



Recht zum Beenden eines Vertrags: Verbraucher werden das Recht haben, Langzeitverträge und solche Verträge zu beenden, an denen der Anbieter wesentliche Änderungen vornimmt.

WAREN:



Umkehr der Beweislast für zwei Jahre: In Deutschland muss ein Verbraucher, der innerhalb eines Zeitraums von 6 Monaten nach Abhilfe für Mängel bei einem Produkt fragt, nicht beweisen, dass der Mangel schon zum Lieferzeitpunkt bestand; es ist Aufgabe des Verkäufers, das Gegenteil zu beweisen. Der Zeitraum, während dem der Verkäufer der Beweislast unterliegt, wird jetzt auf zwei Jahre ausgeweitet.



Kleine Fehler: Wenn der Verkäufer eine mangelhafte Ware nicht reparieren oder ersetzen kann, haben Verbraucher das Recht, den Vertrag zu beenden und ihr Geld zurückzubekommen. Das gilt auch bei kleinen Mängeln.

Gebrauchtwaren: Für online eingekaufte Gebrauchtwaren können Käufer nun innerhalb eines Zweijahreszeitraums ihre Rechte wahrnehmen. Dies gilt für neue Waren anstatt des einjährigen Zeitraums, der momentan in Deutschland angewandt wird.

Wie werden diese Richtlinien zum Wirtschaftswachstum beitragen?

Der Abbau von Hindernissen im Zusammenhang mit dem Vertragsrecht wird den grenzüberschreitenden Handel erleichtern.



Es wird erwartet, dass das derzeitige **EU-BIP** durch die höhere wirtschaftliche Aktivität um **4 Mrd. EUR zunehmen wird**.



Deutschlands BIP im Besonderen soll um ungefähr **875 Mio. EUR** wachsen.



Mehr Wettbewerb wird dazu führen, dass die Verbraucherpreise in der gesamten EU sinken. Dies wird zu einer weiteren Stärkung der Verbraucherinteressen führen und den Konsum der Haushalte in der EU um schätzungsweise **18 Mrd. EUR**, gemessen am jetzigen Stand, steigern.



In **Deutschland** wird der Konsum der Haushalte durch die sinkenden Verbraucherpreise um schätzungsweise 3,2 Mrd. EUR zunehmen.

QUELLEN:

- *Flash Eurobarometer 396 'Retailers' attitudes towards cross-border trade and consumer protection' (2015)*
- *Flash Eurobarometer 413 'Companies engaged in online activities' (2015)*
- *Eurostat Survey on Internet purchases by individuals (2015)*
- *Eurobarometer 397 'Consumer attitudes towards cross-border trade and consumer protection' (2014)*
- *'Consumer surveys identifying the main cross-border obstacles to the Digital Single Market and where they matter most', GfK (2015)*
- *'Economic Study on Consumer Digital Content Products', ICF International (2015)*
- *'The Macro-economic Impact of e-Commerce in the EU Digital Single Market' (2015)*

Věra Jourová, Kommissarin für Recht, Verbraucher und Gleichstellung der Geschlechter  #VeraJourova

Generaldirektion Justiz und Verbraucher  #EU_consumer  EUJustice  EUJustice

#DigitalSingleMarket
<http://ec.europa.eu/justice/dsm>



Amt für Veröffentlichungen