

# DÄNEMARK



## DÄNEMARK – KLEIN, ABER DIGITAL GANZ VORNE MIT DABEI

Wirft man einen Blick auf die Europakarte, wird deutlich, dass Dänemark mit zu den kleinsten Ländern Europas gehört. Nichtsdestotrotz kaufen die knapp 5,8 Millionen Dänen sehr gerne online ein und lassen den E-Commerce-Markt im Land entsprechend florieren. In einem Bereich kann sich das kleine Dänemark sogar an die Weltspitze setzen.

### Dänemark in Zahlen

Die nordischen Länder Europas haben sich inzwischen den Ruf erarbeitet, führend bei der Digitalisierung zu sein. Auch die Dänen bestätigen diese These: Ganze 97 Prozent der dänischen Bevölkerung hat einen Internetzugang. Im europäischen Vergleich verpasst Dänemark das Siebertreppchen damit nur knapp und landet gemeinsam mit Luxemburg und den Niederlanden auf einem respektablen vierten Platz. Gute 80 Prozent davon sind Online-Shopper, sodass der dänische E-Commerce Markt auch für ausländische Händler großes Potenzial birgt. Und auch die StartUp-Kultur kann sich hier durchaus sehen lassen: Die guten Bedingungen konnten Dänemark im Ease of Doing Business Index bereits zum vierten Mal hintereinander den dritten Platz beschere. In einem Ranking von 190 Ländern bestimmt dieser die Geschäftsfreundlichkeit sowie Unternehmensregulierung eines Landes. Damit sind die Dänen Spitzenreiter im europäischen Vergleich. Weltweit liegen nur Singapur und Neuseeland weiter vorn.

In einem Punkt kann allerdings keine Weltmacht dem kleinen Dänemark das Wasser reichen: Laut einer Studie von eMarketer's hat das Land mit 77 Prozent die höchste Verbreitungsrate von Smartphones.

### Dänemark gegen Amazon = David gegen Goliath?

Dänische Online-Händler stehen der amerikanischen Supermacht Amazon sehr skeptisch gegenüber. Noch hat der US-Konzern keinen eigenen Marktplatz für Dänemark ins Leben gerufen, allerdings kann dies nur noch eine Frage der Zeit sein. Bereits Anfang 2018 wurde der neue Marktplatz für Schweden angekündigt, Dänemark könnte also als nächstes an der Reihe sein. Bislang müssen die Konsumenten noch auf die .com-Variante zurückgreifen. Neben Amazon shoppen die Dänen vereinzelt auch auf den Marktplätzen Ebay, Wish, AliExpress oder

Etsy. Einer der größten dänischen Marktplätze ist Wupti, mit Spezialisierung auf Elektrogeräte.

Durch die hohe Penetration an Smartphones und Tablets gilt besonders in Dänemark „Mobile is King“. Konsumenten setzen bei der Produktsuche verstärkt auf die mobilen Geräte, allerdings wird der tatsächliche Kauf dann meistens doch vom stationären Computer aus getätigt. Auch die sozialen Medien spielen in Dänemark eine deutlich größere Rolle, als dies beispielsweise in Deutschland der Fall ist. Eine Untersuchung vom Statistischen Bundesamt hat ergeben, dass selbst die ältere Generation (65 Jahre und älter) doppelt so oft auf sozialen Kanälen unterwegs ist, als in Deutschland. Die verschiedenen Social-Media-Kanäle sollten also keinesfalls in einem ausgewogenen Marketingmix fehlen, wobei Facebook zum beliebtesten Kanal zählt.

Außerdem möchten dänische Kunden gerne in der lokalen Sprache betreut werden. Besonders die ältere Generation setzt auf einen guten Kundenservice und möchte bei Fragen den entsprechenden Empfänger auch telefonisch erreichen können. Trotz der hohen Technikaffinität, spielen die Callcenter bei den Dänen also immer noch eine wichtige Rolle.

Doch auch bei der geringen Einwohnerzahl von nur knapp 5,8 Millionen und der sprachlichen Herausforderung, sollten ausländische Online-Händler den dänischen Markt keinesfalls komplett ausschließen. 32 Prozent der dänischen Online-Shopper schauen bei ihren Einkäufen nämlich gerne mal über die Ländergrenzen hinweg. Jeder Zweite gab als Grund dafür die Tatsache an, dass ein bestimmtes Produkt bei den heimischen Online-Händlern nicht verfügbar war.

### Potenziale in der Logistik

Logistisch gesehen stellen die Dänen schon fast den Traumkunden eines jeden Online-Händlers dar. Eine Umfrage aus dem vergangenen Jahr hat ergeben, dass ein Großteil der Bevölkerung bereit ist, für den Versand von Waren zu zahlen. Lediglich 21 Prozent erwarten immer eine kostenfreie Zustellung, 56 Prozent sind der Meinung, dass diese bei einem Warenkorbwert ab 65 Euro angeboten werden soll. Zehn Prozent würden sogar noch bis zu einem Wert von 130 Euro zusätzlich für den Versand zahlen. Auch ist die Retourenrate im Land sehr niedrig. Bei einer Untersuchung aus dem Jahr 2017 gaben 66 Prozent an, in den vergangenen zwölf Monaten keinen Artikel zurückgeschickt zu haben. Lediglich 26 Prozent haben die Rückgabe ein

bis drei Mal in Anspruch genommen. Generell sollten Retouren aber vor allem einfach abgewickelt werden können. Deswegen legen mit 62 Prozent der Großteil der Dänen besonderen Wert auf ein fertiges Retourenlabel. Nur 37 Prozent verlangen eine schnelle Zahlungsrückerstattung. Auch flächenmäßig stellt das kleine Dänemark die Logistikdienstleister vor weitaus weniger Schwierigkeiten, als dies beispielsweise im weiten und teilweise sehr dünn besiedelten Amerika der Fall ist.

Welchen Stellenwert der dänische E-Commerce mittlerweile aber auch in Europa hat, zeigt ein Vorhaben von DHL Express. Der Konzern hat erst von wenigen Wochen bekannt gegeben, einen neuen Hub am Flughafen Kopenhagen zu errichten. 134 Millionen Euro will DHL Express in das Projekt investieren, mit dem sich an die 37.000 Sendungen in der Stunde bearbeiten lassen können. Der Logistiker möchte damit die Kapazitäten in der Region verüffachen.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die Dänen sehr mobile-affin sind, besonders wenn es um die Informationsbeschaffung geht. Die großen Marktplätze wie Amazon und Ebay spielen in Dänemark zwar aktuell noch eine eher untergeordnete Rolle, allerdings ist es nicht auszuschließen, dass Amazon schon bald einen dänischen Marktplatz launcht. Dann könnten sich die Präferenzen der bevorzugten Shoppingkanäle wohl auch mehr in Richtung des amerikanischen Online-Händlers hin bewegen.

## RECHTLICHE ASPEKTE

### 1. Bestehen nach dänischem Recht Besonderheiten die hinsichtlich des Abschlusses von Verträgen durch „Point and Click“ zu berücksichtigen sind (B2B/B2C)?

Verträge die durch „Point and Click“ abgeschlossen werden - ob B2B oder B2C - sind ohne Weiteres wirksam in Dänemark, vorausgesetzt, dass der Unternehmer insbesondere vorvertragliche Informationspflichten nach dem dänischen E-Handelsgesetz (L 2002 227) und dem dänischen Verbraucherschutzgesetz (L 2013 1457) deutlich dem Verbraucher übermittelt hat. Im weiteren muss für Verbraucher am Bestellknopf oder sonstiger Funktion deutlich angeführt sein, dass es sich um einen Kauf mit Zahlungsverpflichtung handelt. Werden diese verpflichtenden Informationen nicht gegeben, ist der Vertrag ungültig und der Verbraucher ist so zu stellen, als ob er den Vertrag nicht

eingegangen hat. Die Informationspflichten des Unternehmers können in B2B Verhältnissen durch eine Vereinbarung aufgehoben werden.

### 2. Welche Folgen haben Verstöße gegen dänische Vorschriften zum E-Commerce?

Verstöße gegen die geltenden Vorschriften zum E-Commerce können nach dem dänischen Verbraucherschutzgesetz mit Geldbußen bestraft werden.

### 3. Gibt es sonstige rechtliche Besonderheiten oder Praxisbeispiele aus der Rechtsprechung, die bei Online-Verkauf von Waren und Dienstleistungen in Dänemark zu berücksichtigen sind ?

Es können keine Vereinbarungen zwischen dem Unternehmen und dem Verbraucher getroffen werden, die zum Nachteil des Verbrauchers von den Vorschriften des dänischen Verbraucherschutzgesetzes abweichen. Gewährleistungsrechte wegen Mängeln der Kaufsache sind innerhalb von 2-Jahren geltend zu machen. Darüber hinaus gilt, dass Lieferungen, sofern nichts anderes vereinbart wurde, innerhalb von 30 Tagen zu erfolgen haben. Auch sieht der dänische Verbraucherombudsmann es als eine unfaire Handelsbedingung an, wenn in den Geschäftsbedingungen ein Vorbehalt formuliert ist, wonach der Verkäufer den Vertrag annullieren kann, wenn Druckfehler oder falsche Preisangaben existieren oder wenn die Ware ausverkauft sein sollte.

## STEUERLICHE ASPEKTE

### 1. Indirekter E-Commerce B2C: Wie hoch ist aktuell die Lieferschwelle in Dänemark die Unternehmer mit Blick auf eine korrekte umsatzsteuerliche Abwicklung ihrer Geschäfte zu berücksichtigen haben?

Die Lieferschwelle beträgt derzeit 280.000 Dänische Kronen (ca. 35.000 Euro) bei Lieferungen an Privatkunden in Dänemark.

### 2. Unter welchen Voraussetzungen kann das „E-Commerce-Business“ eines Unternehmens aus einem anderen EU-Staat zum Vorliegen einer steuerlichen Betriebsstätte in Dänemark führen und was sind die Folgen?

Mit der Ausnahme von Bau- und Anlagetätigkeiten, folgt Dänemark der OECD-Interpretation einer Betriebsstätte. Eine feste

Geschäftseinrichtung gilt daher als Betriebsstätte. Im Bereich E-commerce wird nur dann von einer festen Betriebsstätte die Rede sein, wenn das Unternehmen über einen eigenen Server in Dänemark verfügt. Darüber hinaus hat der Server aber auch die allgemeinen Bestimmungen zu erfüllen, damit eine feste Betriebsstätte etabliert werden kann.

Unternehmen, die eine feste Betriebsstätte in Dänemark haben, entweder über eine eigenständige Betriebsstätte oder durch Erbringung von Arbeit/Leistungen in einem Unternehmen, das in Dänemark eine feste Betriebsstätte hat, werden in Dänemark begrenzt steuerpflichtig bezüglich dem Einkommen, das das Unternehmen in Dänemark erwirtschaftet.

**3. Was sind die Folgen einer nicht ordnungsgemäßen Anmeldung einer Betriebsstätte?**

Verstöße gegen die geltenden Vorschriften zum dänischen Steuergesetz können mit Geldbußen bestraft werden bzw. bei Vorwürfen der Steuerhinterziehung strafrechtlich verfolgt werden.

**4. Gibt es Besonderheiten, die hinsichtlich der Rechnungsstellung zu beachten sind?**

Nach den dänischen Mehrwertsteuerrichtlinien gibt es formale Mindestangaben, die in der Rechnung angeführt werden müssen. Die Rechnungslegung kann sowohl in B2B- und B2C-Verhältnissen in Papierform als auch auf elektronischem Weg erfolgen.

**5. Bestehen weitere Besonderheiten die aus steuerlicher Sicht im direkten/indirekten E-Commerce zu beachten sind?**

Es bestehen keine weiteren Besonderheiten.

**ANSPRECHPARTNER**

**ALEXANDRA HUBER**

PARTNER LEADS/RÖDL & PARTNER

Zuständigkeit: Recht/Steuer  
alexandra.huber@lead-roedl.dk

**CAMILLA BJERNING SCHACK**

ASSISTANT ATTORNEY/ASSOCIATE  
LEADS/RÖDL & PARTNER

Zuständigkeit: Recht/Steuer  
camilla.schack@lead-roedl.dk