

SCHWEDEN



SCHWEDEN – EIN LAND, DAS AMAZON NOCH NICHT (GANZ) EROBERT HAT

Wer an Schweden denkt, denkt vielleicht an robuste Wildnis, weite Nadelwälder oder aber das polare Klima in den Hochgebirgen. Doch die teils kargen und abgeschiedenen Landschaften sollten nicht darüber hinwegtäuschen, dass es sich bei Schweden um ein hochgradig digitalisiertes Land handelt – gerade auch mit Blick auf den Online-Handel. Nicht zu vergessen, dass auch einige große Player im deutschen und europäischen Online-Sektor aus Schweden stammen: zum Beispiel das Möbelhaus Ikea, die Modekette H&M, der Musikdienst Spotify, der Investor Kinnevik oder auch der Payment-Anbieter Klarna, um nur einige zu nennen.

INTERNET ALS GEWINN FÜR LÄNDLICHE UND KARGE GEBIETE

Grundsätzlich ist Schweden (nach Frankreich und Spanien) das flächenmäßig drittgrößte Land der EU, hat jedoch nur eine vergleichsweise geringe Einwohnerzahl: Auf rund 450.000 Quadratkilometern wurden 2018 nur etwas mehr als zehn Millionen Einwohner gezählt. Somit weist das skandinavische Land eine der geringsten Bevölkerungsdichten in der gesamten Europäischen Union auf.

Anders als bei vielen anderen Ländern, die südlicher gelegen sind, haben geografische und klimatische Bedingungen hier aber einen großen Einfluss auf die digitale Welt. Die größeren Städte und Ballungsräume finden sich vor allem im Süden Schwedens: neben der Hauptstadt Stockholm zum Beispiel Malmö oder Göteborg. Je weiter der Weg Richtung Norden führt, desto schwächer ist das Land besiedelt und die Infrastruktur ausgebaut. Dieser Umstand führte zu einer frühzeitigen und schnellen Etablierung des Internets: und zwar sowohl als Möglichkeit des Handels als auch mit Blick auf die Kommunikation, wie die Website Eurotext schreibt.

Die weiten Entfernungen, die die Pakete dabei besonders im nördlichen Teil des Landes zurücklegen müssen, verursachen demzufolge auch vergleichsweise lange Lieferzeiten von mehreren Tagen. Da dies aber quasi die regionale Norm ist, ist die Akzeptanz in der Regel ungleich höher als beispielsweise in Deutschland. Auch in Sachen Bezahlung zeigen sich die

Schweden von einer sehr modernen Seite, denn in kaum einem anderen europäischen Land spielt Bargeld mittlerweile eine so geringe Rolle – selbst das Brot beim Bäcker oder den Coffee to Go kann man bargeldlos mit Apps oder Karte bezahlen.

MEHR ONLINE-HANDEL GEHT KAUM

Die massive Relevanz des Internets für Schweden wird auch durch verschiedene Studien deutlich: Allein 2018 lag die Zahl der Internetnutzer laut Statista bei etwa 8,6 Millionen. Bereits 2022 soll die Marke von neun Millionen geknackt werden. In Branchenkreisen wird der Anteil der Internetnutzer derzeit häufig mit rund 94 Prozent angegeben. Die Zahl der Erwachsenen, die nicht nur online unterwegs sind, sondern online auch einkaufen, wird von PayPal derzeit mit rund 85 Prozent ausgewiesen. Ebenso beeindruckend ist der Umsatz im E-Commerce: Statista veranschlagt diesen in einem Länderreport 2018 auf knapp 9,8 Milliarden Euro.

Auch die Ergebnisse des sogenannten „Inclusiv Internet Index“ des britischen Unternehmens Economist Intelligence Unit unterstreichen die Bedeutung des digitalen Bereichs. Dieser Index offenbart die Internet-Durchdringung eines Landes: Und Schweden überholte im Rahmen der globalen Studie alle anderen 85 betrachteten Länder, darunter etwa China und die USA, und erklimmte 2018 den ersten Platz. In den Unterkategorien „Internet-Verfügbarkeit“ sowie „Erschwinglichkeit“ nahm Schweden dabei auch die Spitze der EU-Länder ein. Einen der wenigen Wackler verzeichnet das Land lediglich im Bereich „Vertrauen und Sicherheit“: Obwohl es auf dem schwedischen Markt nutzerfreundliche Datenschutz-Regularien gibt, scheinen die Verbraucher den dortigen Gegebenheiten nicht gerade zu vertrauen: Im Ranking von 86 Ländern erreichte das „Land der 1.000 Seen“ gerade einmal den 28. Platz.

EIN MARKT OHNE AMAZON – NOCH ...

Eine weitere Besonderheit des schwedischen Marktes ist die Abwesenheit von Amazon: Während der Konzern hierzulande eine gewaltige Marktmacht innehat, fehlt von einem speziellen Länderportal, etwa Amazon.se, bisweilen noch jede Spur. Shopper, die dennoch auf die Sortimente des Unternehmens zurückgreifen wollen, mussten bisher immer auf die Amazon-Marktplätze

anderer Länder ausweichen. Das Fehlen von Amazon heißt allerdings nicht, dass schwedische Unternehmen einen potenziellen Markteintritt nicht befürchten. Ganz im Gegenteil. Seit einigen Jahren kursieren bereits Gerüchte, dass Amazon das skandinavische Land längst ins Auge gefasst habe und einen Markteintritt plant.

Wie groß die Angst vor dem Online-Riesen ist, zeigen Entwicklungen aus dem Jahr 2017. Damals wurde bekannt, dass sich Amazon an drei Standorten – in Eskilstuna, Västerås und Katrinehalm – niederlassen wollte. Die Aufregung war so groß, dass Nicklas Storåkers, CEO des Online-Vergleichsdienstes PriceRunner, damals laut Tamebay ein Horrorszenario prophezeite: „Dann sind wir alle tot. Alle E-Commerce-Player werden unter Amazon zum Sklaven, und es bleibt uns kein Platz mehr.“

Trotz der Gerüchte und düsteren Vorhersagen ist ein Markteintritt von Amazon bisher ausgeblieben. Ob er noch erfolgt oder ob der Konzern das Marktpotenzial aufgrund der geringen Bevölkerung als zu niedrig erachtet, wird sich noch zeigen. Amazon selbst hält sich bei entsprechenden Plänen, wie gewohnt, bedeckt.

56 PROZENT DER SHOPPER KAUFEN ÜBER DIE LÄNDERGRENZEN HINWEG

Wie bereits angekündigt, gehört es für viele Schweden dazu, auf internationale Plattformen auszuweichen, wenn die Firmen keine entsprechenden Portale für den schwedischen Markt bereitstellen. Der Zahlungsdienstleister PayPal gibt in einem aktuellen Länderreport den Anteil der Kunden, die in den vergangenen zwölf Monaten grenzüberschreitend eingekauft haben, mit 56 Prozent an. Die beliebtesten Cross-Border-Länder sind dabei China, das Vereinigte Königreich, die USA und Deutschland.

Ein etwas genauerer Blick auf die beliebtesten ausländischen Online-Portale zeigt dann indes deutlich, dass Amazon bei den Schweden auch ohne regionalen Marktplatz ganz weit vorn liegt. Ecommerce News gab im Sommer 2016 eine entsprechende Liste heraus, auf der Netflix.com den ersten, Ebay.com den zweiten und Amazon.com den dritten Rang belegte. Unter den Top-Ten waren außerdem Apple.com, Amazon.co.uk, Aliexpress.com, Ebay.co.uk oder auch Amazon.de und Asos.com zu finden.

Zu den meistbesuchten inländischen Webshops 2017 gehörten nach Angaben von Statista der Elektronikspezialist Elgiganten.se, das Handelsunternehmen Netonnet.se, das Heimwerkerportal Jula.se oder auch der Versandhändler Cdon.se. Händler, die einen Markteintritt in Schweden planen, sollten sich außerdem mit Marktplätzen wie Tradera.com, Fyndiq.se oder Blocket.se beschäftigen.

RECHTLICHE ASPEKTE

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

Grundsätzlich können Verträge per „Point and Click“ abgeschlossen werden, zu berücksichtigen ist aber Folgendes:

Die Informationspflichten der europäischen E-Commerce-Richtlinie (EU-Richtlinie 2011/83/EG) sind in Schweden vollumfänglich umgesetzt, insbesondere sind die Informationspflichten vor und nach Vertragsabschluss zu beachten. Für die zwingend vorgeschriebenen Informationen zum Widerrufsrecht des Verbrauchers sowie für das Formular zur Ausübung des Widerrufsrechts hat die Verbraucherschutzbehörde Konsumentverket (www.konsumentverket.se) Muster erstellt, die die gesetzlichen Voraussetzungen erfüllen. Auf das Formular zur Ausübung des Widerrufs kann in Schweden per Link verwiesen werden, es muss nicht selbst auf der Seite des Webshops eingestellt sein. Wenn Verträge auf einer Webseite abgeschlossen werden, dürfen „Click“-Kästchen nicht im Voraus ausgefüllt sein, sondern der Kunde muss sein Häkchen selbst setzen.

2. Welche Folgen haben in Schweden Verstöße gegen die geltenden Vorschriften zum E-Commerce?

In Schweden gibt es kein dem deutschen Recht entsprechendes Abmahnverfahren durch Wettbewerber. Verstöße gegen die Vorschriften der europäischen E-Commerce-Richtlinie werden in Schweden nach dem Gesetz über den unlauteren Wettbewerb Marknadsföringslagen geahndet. Klagebefugt ist u. a. die Verbraucherschutzbehörde. Das Gericht verfügt in der Regel bei Verstößen gegen die Informationspflichten mit Geldbuße bewehrte Verfügungen zur Änderung der Informationen, in schwereren Fällen auch Verbotserfügungen mit Geldbuße

bei Zuwiderhandeln. Nur wenn das E-Commerce-Marketing zugleich nach den allgemeinen Kriterien als irreführend oder aggressiv anzusehen ist, kann das Gericht auch eine Geldstrafe verhängen.

Außerdem gelten gem. der E-Commerce-Richtlinie, dass bei fehlender oder nicht ausreichender Information dem Verbraucher zusätzliche Kosten wie Rechnungs- oder Servicegebühren, Lieferkosten sowie die Rücksendekosten und Wertminderungsersatz bei Ausübung des Widerrufsrechts nicht in Rechnung gestellt werden dürfen, sowie die kurze Widerrufsfrist nicht zu laufen beginnt.

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

Es gibt in Schweden keine ausdrückliche Vorschrift, dass die Webshop-Seiten und gesetzlich vorgeschriebenen Informationen in schwedischer Sprache zur Verfügung gestellt werden müssen. Informationen in englischer Sprache sollten, außer in besonderen Fällen, ausreichend sein.

Als Streitschlichtungsinstanz im Sinne der Richtlinie 2013/11/EU (über die alternative Beilegung verbraucherrechtlicher Streitigkeiten) ist der sog. Allmänna Reklamationsnämnd (ARN) anerkannt. Dieses paritätisch besetzte Gremium entscheidet Verbrauchervertragsstreitigkeiten zuverlässig, kostengünstig, schnell und unbürokratisch. Seine Entscheidungen sind nicht bindend, werden aber von den meisten Unternehmen freiwillig befolgt. Neben dem vorgeschriebenen Hinweises auf die ODR-Plattform der Europäischen Kommission (gemäß der EU-Verordnung 524/2013 über die Online-Beilegung verbraucherrechtlicher Streitigkeiten) empfehlen wir deshalb, schwedische Verbraucher auch auf diese Streitschlichtungsmöglichkeit hinzuweisen.

Die Branchen-Arbeitgebervereinigung Svensk Handel hat über ihre Tochtergesellschaft Svensk Ehandel eine Zertifizierung „Trygg E-handel“ entwickelt, die im schwedischen Markt verbreitet ist und den Verbrauchern Seriosität des Anbieters gewährleisten soll. Einem ausländischen Anbieter ist diese Zertifizierung zu empfehlen (<https://dhandel.se/en/>)

STEUERLICHE ASPEKTE

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

Der Schwellenwert liegt aktuell bei 320.000 Schwedischen Kronen, das sind etwa 32.000 Euro.

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

Es gelten auch im E-Commerce die allgemeinen Grundsätze zur Bewertung des Vorliegens einer Betriebsstätte. Danach liegt eine Betriebsstätte vor und sind die durch diese erwirtschafteten Erträge in Schweden zu versteuern, wenn folgende drei Voraussetzungen erfüllt sind:

- ▶ Es gibt Personal, das die Betriebsstätte betreibt.
- ▶ Die Betriebsstätte verfügt über technische Ressourcen wie Geschäftsräume oder Maschinen, die der Betriebsstätte zugeordnet sind.
- ▶ Die Betriebsstätte muss Waren oder Dienstleistungen zur Verfügung stellen oder entgegennehmen können.

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

Wenn ein in Schweden steuerpflichtiger Unternehmer seine in Schweden zu versteuernden Einkünfte zu spät oder falsch deklariert, können folgende Sanktionen erhoben werden:

- ▶ Strafgebühr für zu späte Einreichung;
- ▶ Sanktionsgebühr (schwed. Skattetillägg) von bis zu 40 Prozent des nicht deklarierten Betrags;
- ▶ Verzugszinsen.

Wenn gar keine Steuererklärung abgegeben wird, kann die Steuerbehörde das Einkommen schätzen und hierauf einen Steuerbescheid einschließlich Strafgebühr und Sanktionsgebühr erheben.

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

Elektronische Rechnungen sind nicht zwingend vorgeschrieben. Rechnungen müssen folgende Informationen enthalten:

- ▶ Rechnungsdatum
- ▶ Laufende Rechnungsnummer
- ▶ USt-ID (Nummer) des Ausstellers
- ▶ Name und Anschrift des Ausstellers und des Rechnungsempfängers
- ▶ Art und Umfang der Ware oder Dienstleistung
- ▶ Datum zu dem die Ware verkauft oder Dienstleistung erbracht wurde
- ▶ Betrag, auf den Umsatzsteuer pro Umsatzsteuerrate anfällt, oder Befreiungsgrund sowie eventuelle Rabatte
- ▶ Umsatzsteuerrate
- ▶ Betrag der Umsatzsteuer

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

Man kann sich freiwillig zur Umsatzsteuer registrieren, auch wenn die Schwellenwerte für E-Commerce nicht erreicht sind.

ANSPRECHPARTNER

DR. BETTINA SCHÜTZ-GÄRDÉN

PARTNER ENGSTRÖM & CO AB

Zuständigkeit: Recht
bettina.schutz-garden@advokat-engstrom.se

TORBJÖRN BOSTRÖM

SENIOR TAX ADVISOR RÖDL & PARTNER

Zuständigkeit: Steuer
torbjorn.bostrom@roedl.com