

SPANIEN



SPANIER SHOPPEN ONLINE VIEL LIEBER AM LAPTOP STATT MIT DEM SMARTPHONE

Spanien besitzt bei rund 46 Millionen Einwohnern mit einem Anteil von 87 Prozent Internetnutzern und einer Web-Wachstumsrate von 2,6 Prozent gute Voraussetzungen für den Online-Handel.

Ein Problem ist die außergewöhnlich hohe Jugendarbeitslosigkeit in Spanien, die 2018 mit 39 Prozent mehr als doppelt so hoch wie der EU-Schnitt ist. So fehlt es sowohl an gut ausgebildeten Kräften für die Digitalbranche als auch an nachwachsender Kaufkraft. Wirtschaftspolitisch könnten auch die Auswirkungen der noch immer nicht gelösten Katalonien-Krise und das weitere Streben der Region nach Unabhängigkeit von Spanien ein Problem darstellen.

SPANIENS INTERNET-EMPFANG IST NUR DURCHSCHNITT

Der Internet-Empfang ist mobil und stationär laut dem Unternehmen Economist Intelligence Unit nicht überall optimal: Spanien ist mit einem Availability Score von 77,8 von 100 hier nur Durchschnitt. Dafür nimmt Spanien in der Logistik (Logistics Performance Index der Weltbank) einen guten Platz 23 von 160 untersuchten Ländern ein.

Die E-Commerce-Umsätze im B2C-Bereich sind in den vergangenen fünf Jahren konstant gestiegen, die Wachstumsrate ist 2018 im Vergleich zum Vorjahr allerdings um sechs Prozentpunkte auf 17 Prozent gefallen. Die Rate der Online-Käufer ist in den vergangenen fünf Jahren konstant gestiegen und liegt 2018 bei 62 Prozent. Laut PayPal wollen 42 Prozent der befragten Spanier im nächsten Jahr mehr Geld für Online-Shopping ausgeben als im Vorjahr.

JD.COM WILL AMAZON IN SPANIEN KONKURRENZ MACHEN

Der Online-Markt teilt sich in die großen Player wie Amazon, das etwa ein Drittel des spanischen Online-Umsatzes für sich beansprucht, sowie die Webshops von Inditex (Zara), der

Kaufhauskette El Corte Inglés, PcComponentes, Mil Anuncios, Mercadona und weitere ein. Auf der anderen Seite gibt es viele kleine Online-Händler mit weniger als einer Million Euro Umsatz pro Jahr, die künftig aber noch mehr auf die großen Marktplätze angewiesen sein werden. Außerdem hat die chinesische Online-Plattform JD.com im Sommer 2018 eine spanische Version seiner internationalen Webseite joybuy.com gestartet. Weitere kleinere Marktplätze sind Privalia (entspricht etwa der deutschen Plattform brands4friends) und Fnac (Unterhaltungsmedien). Auch die beiden internationalen Online-Marktplätze AliExpress und Etsy sind in Spanien vertreten.

SPANIER NUTZEN ZUM ONLINE-SHOPPING GERN LAPTOP ODER PC

Auffällig in Spanien ist die hohe Zahl an Käufern, die von einem stationären Rechner online einkaufen: 2017 waren es 95 Prozent, mobil hingegen sind es nur 37 Prozent. 56 Prozent der befragten Spanier gaben als Grund dafür an, Mobile Shopping sei zu unbequem. Die beliebtesten Verkaufs-Apps auf dem Smartphone sind Wallapop für Android bzw. die AliExpress Shopping App für iOS.

Die Umsätze im spanischen Online-Handel bringt vor allem der Bereich Mode: Er liefert mit rund 5 Milliarden Euro etwa ein Drittel des Gesamtumsatzes. Experten gehen davon aus, dass sich der Mode-Umsatz bis 2012 fast verdoppeln könnte. Kein Wunder: Zara, einer der weltweit größten Modehändler, kommt aus Spanien. Beim Umsatz folgen dann die Bereiche Spielzeug, Freizeitartikel und Heimwerkerbedarf.

SPANIER BUCHEN ONLINE VOR ALLEM REISEN UND UNTERKÜNFTE

Am häufigsten genutzt wird jedoch der Bereich Reisen und Unterkünfte: 37 Prozent der spanischen Online-Shopper haben im Web ihren Urlaub gebucht. Rund ein Drittel haben online Kleidung oder Sportgeräte sowie Tickets gekauft.

Laut dem PayPal Consumer Research 2018 sollen die größten Zuwächse im Online-Handel aus den Bereichen Lebensmittel (19 Prozent) und Babysachen (15 Prozent) kommen.

Rund 60 Prozent der spanischen Online-Shopper kaufen dabei auf Webshops im Ausland ein, am meisten in China, dem Vereinigten Königreich und den USA. Die wichtigsten Gründe dafür sind bessere Preise, mehr Auswahl und die fehlende Mehrwertsteuer. Auch ein kostenloser Versand ist ein wichtiger Faktor. Knapp ein Fünftel der Befragten will im nächsten Jahr noch mehr im Ausland shoppen.

Die beliebtesten Waren im so genannten Cross-border-Shopping sind Kleidung, Elektronik und Kunst. Ein interessanter Gegensatz dabei: Die Spanier vertrauen ausländischen Anbietern weniger als Webshops aus der Heimat. Besorgt sind sie vor allem über eine zu lange Lieferzeit der Produkte. Rund 60 Prozent haben einen geplanten Kauf schon mal abgebrochen, vor allem wegen zu hoher Versandgebühren. Fehlendes Vertrauen der Kunden sei auch ein Grund, warum Spanien im E-Commerce einen Rückstand habe, erklärt Jeroen Leenders von SaleSupply. Mit dem Aufkommen von Empfehlungs-Tools und Gütesiegeln hätten die Spanier aber inzwischen mehr Vertrauen.

PAYPAL IST IN SPANIEN BEVORZUGTE ONLINE-ZAHLUNGSMETHODE

Die Spanier zahlen online meist mit einem Payment-Dienstleister wie PayPal, rund die Hälfte aber auch mit Kreditkarte oder per Lastschriftzug. PayPal ist vor allem bei Zahlungen ins Ausland die favorisierte Art.

Lieferoptionen wie Same Day Delivery bietet bisher fast nur Amazon, allerdings wachsen kleine Lieferdienstleister wie Glovo und Aravinc, weil diese sich auf die Metropolen konzentrieren. Durch Amazon steigt auch der Anspruch der spanischen Kunden, ihre Lieferungen trotz der Größe des Landes noch schneller zu erhalten. 81 Prozent der spanischen Kunden bevorzugen dabei die Lieferung nach Hause. Für die spanischen Kunden ist der Preis bei der Lieferung der wichtigste Faktor, erst danach folgen Schnelligkeit und Auswahlmöglichkeit des Lieferortes.

RECHTLICHE ASPEKTE

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

Nein, die durch „Point and Click“ durch einen Verbraucher abgeschlossenen Verträge sind ohne Weiteres wirksam im Spanien, vorausgesetzt der Unternehmer (Verkäufer) hat den Verbraucher korrekt und vollständig über alle Bedingungen und Spezifikationen des Vertrags aufgeklärt.

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

Das größte Risiko besteht im Falle der Verletzung von Vorschriften die dem Verbraucherschutz dienen. Werden diese angezeigt oder den zuständigen Behörden auf andere Art bekannt, so können diese mit Geldbußen bestraft werden.

Deswegen ist es wichtig, dass Unternehmen, die im E-Commerce in Spanien tätig werden wollen, ihre Allgemeinen Geschäftsbedingungen, ihren Webshop sowie die jeweils an die Verbraucher weitergegebenen Informationen durch einen spezialisierten Rechtsanwalt auf die Vereinbarkeit mit den spanischen Vorschriften prüfen lassen.

Eine der in Deutschland verbreiteten „Abmahnpraxis“ vergleichbare Praxis von Mitbewerbern bzw. spezialisierten Anwälten ist in Spanien dagegen nicht verbreitet. Natürlich besteht auch in Spanien im Falle von Verstößen gegen das Wettbewerbsrecht das Risiko, dass diese von Mitbewerbern den zuständigen Behörden anonym angezeigt werden und Sanktionen nach sich ziehen. In der Praxis aber sind die Risiken die sich im E-Commerce aus dem Wettbewerbsrecht ergeben im Vergleich zu jenen, die sich aus dem Verbraucherschutzrecht ergeben, von eher nachgeordneter Natur.

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

Im Falle des Verkaufs von Waren an Kunden in Spanien könnte das Unternehmen verpflichtet sein, die spanischen Vorschriften zu Verpackung und Verpackungsabfall einzuhalten sowie unter Umständen auch die Spanischen Vorschriften zur Umsetzung

der europäischen Richtlinie zu Elektro- und Elektromüll (Richtlinie 2012/19/EU oder WEEE-Richtlinie).

Aufgrund der Vorschriften zu Verpackung und Verpackungsabfall, die in Spanien im Gesetz Nr. 11 vom 24.04.1997 geregelt sind, sind Verpacker und Händler (einschließlich Online-Händler, Verpackungshersteller, Verpacker, Verkäufer und Handelsvertreter) verpflichtet bestimmte Regeln zu Wiederverwendung und zum Recycling einzuhalten. Die von den Vorschriften betroffenen Unternehmer können wählen ob sie einem staatlich autorisierten, integriertem Abfallsammelsystem beitreten oder ein eigenes Recycle-System einführen und umsetzen.

Gemäß dem spanischen Gesetz zur Umsetzung der WEEE-Richtlinie muss jeder, der Elektrogeräte oder -zubehör (online) auf dem spanischen Markt verkauft, in einem spezifischen Register (RAEE-REI-Register) eingetragen sein, die gesetzlich vorgesehenen Sammel- und Verwertungsziele einhalten sowie weitere im Einzelnen im Gesetz vorgesehenen Pflichten nachkommen.

STEUERLICHE ASPEKTE

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

Aktuell beträgt die Lieferschwelle in Spanien 35.000 Euro (Netto-Verkäufe).

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

In Spanien werden feste Geschäftseinrichtungen als Betriebsstätten angesehen; Spanien folgt insoweit den OECD Kommentaren.

Für Umsatzsteuerzwecke sind die von der OECD vorgeschlagenen Ausnahmen zum Betriebsstättenbegriff allerdings nicht anerkannt; z. B. stellt ein in Spanien angemietetes Warenlager für Umsatzsteuerzwecke eine Betriebsstätte dar.

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

Sollten die Finanzbehörden das Vorliegen einer nicht korrekt gemeldeten Betriebsstätte aufdecken, so sind, neben der Erfüllung zukünftiger Steuerpflichten, die Steuerschulden der vergangenen, nicht gemeldeten Jahre (in der Regel 4 Jahre) nachzuzahlen, zzgl. der jeweils anwendbaren Geldbußen.

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

Bei Überschreitung der Lieferschwelle sind die spanischen Vorschriften zur Rechnungsstellung anwendbar.

Eine elektronische Rechnungsstellung ist in Spanien bisher noch nicht vorgesehen.

ANSPRECHPARTNER

MARIA BARDAJI CRUZ

ASSOCIATE PARTNER RÖDL & PARTNER

Zuständigkeit: Recht
 maria.bardaji@roedl.com

IRENE SOTO

ASSOCIATE PARTNER RÖDL & PARTNER

Zuständigkeit: Steuer
 irene.soto@roedl.com