

# KENIA



## E-COMMERCE IN KENIA: ALLES IST MOBIL

E-Commerce ist in ganz Afrika noch eine recht junge Erscheinung, allerdings sind die Wachstumsraten entsprechend groß. Kenia gilt nach Südafrika und Nigeria als größter Online-Markt des Kontinents. Die letzten Schätzungen gehen im Jahr 2016 von einem E-Commerce-Umsatz von etwa 50 Millionen Dollar aus, der Anteil am Gesamt-Bruttoinlandsprodukt lag bei nicht einmal einem Prozent. Betrachtet man aber die Wachstumsraten von Internet- und E-Shopper-Durchdringung, so ist anzunehmen, dass die Zahlen seitdem stark gestiegen sind. 2015 lag die Internet-Durchdringung, Ecommerce Europe zufolge, noch bei gut 21 Prozent. 2018 waren es schon 82,6 Prozent. Andere Schätzungen gehen sogar von einer noch höheren Durchdringung aus.

Ähnlich sieht die Entwicklung bei den Online-Käufern aus. Waren es 2015 18 Prozent der Internet-Nutzer, die auch online einkaufen, wuchs die Zahl bis 2018 auf 60 Prozent. 2017 wurden sechs Prozent aller Käufe in Kenia bereits online getätigt. Die Entwicklung der letzten Jahre zeigt: Die Kunden entwickeln sich in Kenia derzeit schneller als der Handel. Nach wie vor ist der stationäre Markt sehr fragmentiert, etwa ein Drittel der Unternehmen habe noch keine Möglichkeit, Produkte online zu vertreiben, da diese dafür nicht geeignet seien, so die Welt-handels- und Entwicklungskonferenz UNCTAD. Umgekehrt verkaufen erst 27 Prozent der kenianischen Unternehmen online. An dieser Stelle gibt es nach wie vor sehr viel Luft nach oben.

## MOBILE ONLY

Das explosionsartige Wachstum ist auch damit zu erklären, dass Kenia überhaupt erst seit etwa zehn Jahren vollständig ans Internet angeschlossen ist. Die Voraussetzungen wurden damals mit dem Anschluss des Landes ans interkontinentale Glasfaserkabel geschaffen. Typisch für Afrika hat sich die Internetnutzung vor allem mobil entwickelt. Über 75 Prozent der Kenianer gehen mobil ins Netz, nur etwa 23 Prozent via Desktop und Laptop. Dementsprechend wird auch der Online-Kauf überwiegend über das Smartphone abgewickelt. Am beliebtesten dabei: Musik-Downloads, Kinokarten und Software.

Auch das Payment wird weitgehend mobil abgewickelt. In Kenia entstand im Jahr 2007 mit M-Pesa eines der ersten Mobile-

Banking-Angebote weltweit. Fast die Hälfte der Kenianer nutzt M-Pesa heute als Zahlungsmittel. Darüber erhielt übrigens auch PayPal Einzug ins Land. 2016 startete der Payment-Riese eine Kooperation mit Safaricom, dem Unternehmen hinter M-Pesa. Kenianer können seitdem Geld zwischen PayPal und den M-Pesa-Mobile-Wallets transferieren – das gibt auch kenianischen Händlern die Möglichkeit, auf globalen Marktplätzen grenzüberschreitend zu verkaufen.

## LOGISTIK UND KRIMINALITÄT

Parallel zum wachsenden Online-Geschäft verändert sich auch die Logistik-Landschaft in Kenia. Die Zahl der lizenzierten Kurierdienste erhöhte sich dem Statistischen Amt in Nairobi zufolge zwischen 2016 und 2017 um 18 Prozent auf 285. Im gleichen Zeitraum verdoppelten sich Paketlieferungen auf 80.000. Umgekehrt ging die Zahl der Kurier-Anlaufstellen zurück, denn: In Kenia ist die Selbstabholung bei Kunden nach wie vor beliebt. Dafür muss keine Privatadresse angegeben werden. Dies hilft kriminellen Kräften, anonym zu bleiben. Ein Großteil der eingestellten Kurier-Anlaufstellen gehörten zu illegalen Operationen, die die Regierung eindämmen will. Die Vorliebe zur Selbstabholung geht auch mit einer nach wie vor weit verbreiteten Cash-Kultur einher. Nach wie vor wird in Kenia überwiegend bar bezahlt, Angebote wie M-Pesa sorgen aber für eine enorme Zunahme elektronischer Bezahlvorgänge. Ecommerce Europe zufolge stehen mittlerweile 85 Prozent der Kenianer elektronische Bezahlmöglichkeiten zur Verfügung, darunter auch Bankkonten und Prepaid-Karten für Mobiltelefone.

## JACK MA IST INTERESSIERT

Die Marktführer im kenianischen Online-Handel heißen Jumia und Kilimall. Jumia gilt als das afrikanische Amazon. Nach eigenen Angaben deckt Jumia mittlerweile 75 Prozent des afrikanischen BIP ab und erreicht 1,2 Milliarden Verbraucher in ganz Afrika. In Kenia ist der Marktplatz-Anbieter – übrigens eine Rocket-Internet-Beteiligung – 2013 gestartet und bestimmt mit 38 Prozent Marktanteil den Online-Handel. Kilimall folgt mit 22 Prozent. Das kenianische Online-Einkaufszentrum gibt es seit 2014, neben Kenia ist Kilimall aktuell auch in Nigeria und Uganda aktiv. Eine große Alternative zu klassischen Marktplätzen bilden in Kenia soziale Netzwerke. Einer Konsu-

menten-Studie von Google zufolge entfallen mindestens 15 Prozent der Online-Käufe auf Facebook, Whatsapp, Instagram und Co. Die Verbraucher lassen sich dabei vor allem von Werbung, Nutzer-Empfehlungen und Rabatten beeinflussen.

Großes Interesse hat der rasant wachsende Markt aber nicht nur in Afrika, sondern auch interkontinental geweckt, vor allem in China. 2015 schloss die nationale kenianische Handelskammer KNCCI eine Vereinbarung mit dem chinesischen E-Commerce-Service Amanbi. Das Hauptanliegen der Kooperation ist es, die Logistik-Kosten für Importe und Exporte zu verringern. Man will sich beiderseitig beim Online-Verkauf chinesischer Waren in Kenia und umgekehrt kenianischer Waren in China unterstützen.

Auch Alibaba-Boss Jack Ma hat ein Auge auf den ostafrikanischen Staat geworfen. 2017 besuchte Ma die kenianische Hauptstadt Nairobi mit einer Delegation chinesischer Unternehmer. Ma zeigte sich von der Internetgeschwindigkeit beeindruckt und lud 500 kenianische Studenten zu einem E-Commerce-Trainingsprogramm nach China ein. Außerdem suchte Ma gezielt nach möglichen Partnern in Kenia. Ein ernsthafter Einstieg von Alibaba würde den kenianischen Online-Markt gehörig durcheinanderwirbeln.

## RECHTLICHE ASPEKTE

### 1. Bestehen bei Online-Vertragsabschluss mit Kunden in Kenia besondere Informationspflichten und, wenn ja, welche?

Derzeit gibt es kein spezifisches Gesetz in Kenia, welches die Informationspflichten bei Vertragsabschlüssen im E-Commerce festlegt. Die für den Telekommunikationssektor zuständige Behörde hat aber jüngst „E-Commerce Guidelines“ entworfen, welche noch Ende 2019 verabschiedet werden könnten.

Allerding stellt das Verbraucherschutzgesetz von 2012 besondere Voraussetzungen an Online-Vertragsabschlüsse. Danach müssen Verbraucher vor verbindlicher Bestellung die ausdrückliche Option haben, den Vertragsschluss anzunehmen oder abzulehnen und etwaige Fehler im Bestellvorgang zu korrigieren.

Zudem ist der Vertrag dem Verbraucher in einer Form zu übermitteln, die es ihm erlauben, ihn zu speichern und auszudru-

cken, weshalb der Unternehmer dem Verbraucher den Vertrag unmittelbar nach Bestellungseingang per Email zusenden sollte.

Schließlich sollte das Unternehmen sicherstellen, dass Produkt-, Preis- und Zahlungsinformationen sowie ggf. „versteckte“ Kosten bei Beginn des Bestellvorgangs offengelegt werden.

### 2. Welche Gewährleistungspflichten bestehen im Falle des Online-Warenverkaufs an Kunden in Kenia?

Das kenianische Recht sieht im Falle von Mängeln der verkauften Sache keine Gewährleistungspflichten (z. B. in Form einer Pflicht zum Austausch oder zur Reparatur der Kaufsache) vor. Entsprechende Pflichten können sich aber aus der vertraglichen Vereinbarung mit dem Käufer ergeben, wenn der Verkäufer für einen bestimmten Zeitraum eine Garantie für die Mangelfreiheit gegeben hat.

### 3. Welche Gewährleistungspflichten bestehen im Falle des Online-Warenverkaufs an Kunden in Kenia?

Das kenianische Recht sieht im Falle von Mängeln der verkauften Sache keine Gewährleistungspflichten (z. B. in Form einer Pflicht zum Austausch oder zur Reparatur der Kaufsache) vor. Entsprechende Pflichten können sich aber aus der vertraglichen Vereinbarung mit dem Käufer ergeben, wenn der Verkäufer für einen bestimmten Zeitraum eine Garantie für die Mangelfreiheit gegeben hat.

### 4. Können Verbraucher online abgeschlossene Kaufverträge „grundlos“ beenden und wenn ja, wie? Was hat ein europäischer Unternehmer der seine Waren in Kenia online anbietet hierzu noch zu beachten?

Verbraucher können Online-Verträge ohne Angabe eines Grundes innerhalb von 7 (und in einigen Fällen sogar von bis zu 30) Tagen ab Erhalt der Vertragskopie widerrufen, wenn die relevanten Informationen nicht angemessen offengelegt worden sind oder wenn dem Verbraucher nicht die ausdrückliche Möglichkeit gegeben worden ist, den Vertragsschluss anzunehmen oder abzulehnen (s. hierzu Frage 1).

### 5. Bestehen Besonderheiten hinsichtlich der Möglichkeit des Abschlusses von Verträgen durch „Point and Click“-Verfahren (B2B/B2C)?

Vertragsabschlüsse per „Point and Click“ sind grundsätzlich möglich. Allerdings sind die unter Frage 1 beschriebenen Informationspflichten zu beachten.

**7. Was hat ein europäisches Unternehmen, das Waren oder Dienstleistungen in Kenia online vertreibt, aus datenschutzrechtlicher Sicht zu beachten?**

Die Verfassung von Kenia sieht vor, dass private Daten nicht ohne Anlass erhoben oder offen gelegt werden dürfen. Europäische Unternehmen sollten mithin sicherstellen, dass dieser „Minimum-Grundsatz“ bei Erhebung von Kundendaten eingehalten wird und dass die erhobenen Daten sicher verwahrt und rechtswidrige Offenlegungen somit vermieden werden. Zudem wurde jüngst der Entwurf eines Datenschutzgesetzes vorgelegt, welcher detailliertere Datenschutzregelungen vorsieht und noch 2019 in Kraft treten könnte.

**8. Wie können deutsche Unternehmer, die ihre Waren oder Dienstleistungen via E-Commerce in Kenia anbieten wollen, sich vor „Fakes“ und anderen Urheber- und Markenrechtsverletzungen schützen?**

In Kenia existieren umfassende Regelungen zum Schutz vor Markenverletzungen und vor der Verletzung anderer Geistiger Eigentumsrechte. Diese Regelungen basieren auf dem Übereinkommen über handelsbezogene Aspekte der Rechte des geistigen Eigentums der WTO (kurz: TRIPS-Abkommen). Geistige Eigentumsrechte können durch Eintragung im Marken-, Design- und Patent-Register, welches beim Kenya Industrial Property Institute (KIPI) geführt wird, geschützt werden.

Zudem können Unternehmen, die Online-Handel in Kenia betreiben wollen, einen zentralisierten Schutz ihrer Marken und Patente durch Anmeldung in den internationalen Marken- und Patenregistern, welche durch das internationale Büro der Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO) verwaltet werden, erlangen. Die Behörde, die für den Schutz und die Geltendmachung geistiger Eigentumsrechte in Kenia zuständig ist, ist die Anti-Counterfeit Agency (ACA).

Zu beachten ist, dass die kenianischen Regelungen zum Schutz Geistiger Eigentumsrechte sogenannte Parallelimporte nicht ausdrücklich verbieten. Dies bedeutet z. B. dass, sobald ein unter Markenschutz stehendes Produkt irgendwo auf der Welt

rechtmäßig (also durch den Markeninhaber oder mit dessen Einverständnis) auf den Markt gebracht worden ist, es in Kenia auch ohne Einverständnis des Markeninhabers verkauft werden kann, ohne dass hierdurch Markenrechte des Markeninhabers bzw. Lizenznehmers verletzt werden.

**9. Welche wettbewerbsrechtlichen Aspekte sollten Verkäufer aus EU-Ländern vor Eintritt in den kenianischen Markt via E-Commerce beachten?**

Grundsätzlich gilt, dass Waren oder Dienstleistungen, die online in Kenia angeboten werden, korrekt beschrieben werden müssen und dass die Produktbeschreibungen nicht missverständlich sein dürfen.

Im Übrigen bestehen keine Wettbewerbsregelungen, die sich spezifisch auf den E-Commerce-Sektor beziehen – wie z. B. Regelungen, die unaufgeforderte E-Mail-Werbung oder „Cold Calls“ verbieten. Es ist aber wichtig, dass jedwede Marketingmaßnahme bzw. jedwedes Marketingmaterial nicht gegen öffentlich-rechtliche Vorschriften und das allgemeine Anstandsempfinden verstößt. Zum Beispiel würden Nacktdarstellungen in Werbungen mit hoher Wahrscheinlichkeit durch die kenianische Film-Kommission unterbunden werden und würde unnötig behördliche Untersuchungen und negative Werbung für das Unternehmen mit sich bringen.

**10. Besteht die Möglichkeit der Online-Streitbeilegung (ODR) bei Streitigkeiten mit E-Commerce-Kunden? Was haben die Unternehmer in dieser Hinsicht zu beachten?**

Ein spezifisches Online-Verfahren zur Beilegung von Streitigkeiten mit E-Commerce-Kunden ist derzeit nicht vorgesehen.

**11. Welche Folgen hat die Nichteinhaltung von Vorschriften zum E-Commerce in Kenia?**

In Kenia bestehen bisher nur wenige Regelungen, die spezifisch den E-Commerce Sektor betreffen. Grundsätzlich ist es ausländischen Unternehmen erlaubt, E-Commerce Plattformen in Kenia zu betreiben bzw. ihre Waren und Dienstleistungen im E-Commerce anzubieten. Dabei haben sie aber natürlich, wie im „traditionellen“ Business auch, die lokalen Gesetze zu beachten.

**12. Bestehen in Kenia besondere Kennzeichnungspflichten für aus der EU importierte und in Kenia**

**online zum Verkauf angebotene Waren (z. B. Textilien, Elektrogeräte, Kosmetik, Lebensmittel)?**

Die Kennzeichnungspflichten für online vertriebene Produkte sind die gleichen wie die, die für offline vertriebene Produkte gelten. Diese werden von dem Kenya Bureau of Standards (KEBS) festgelegt.

**13. Auf welche rechtlichen Aspekte sollte bei Online-Verkauf an Verbraucher in den USA über Online-Marktplätze geachtet werden?**

Da es in Kenia bisher nur wenige Gesetze gibt, die spezifisch den E-Commerce Sektor betreffen, gilt auch für den Verkauf über Marketplaces, dass insbesondere die Regelungen zum Verbraucherschutz bei Online-Abschluss von Verträgen (s. Frage 1) sowie die Regelungen zum Schutz personenbezogener Daten (s. Frage 5) zu beachten sind.

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

Nein, weitere Besonderheiten als diejenigen, die oben dargestellt sind, sind grundsätzlich nicht zu beachten. Vor Markteintritt in Kenia ist aber eine einzelfallspezifische Prüfung empfehlenswert.

**STEUERLICHE ASPEKTE**

**1. Welche sind die wesentlichen steuerlichen Themen, die ein europäisches Unternehmen bei Online-Vertrieb von Waren und Dienstleistungen in Kenia zu beachten hat?**

Ein Europäisches Unternehmen, welches Waren und Dienstleistungen über E-Commerce an Kunden in Kenia vertreibt, hat sich für umsatzsteuerliche Zwecke bei der zuständigen kenianischen Finanzbehörde – der „KRA“ – registrieren zu lassen.

**2. Welches sind die wesentlichen USt.-Regelungen, die ein Unternehmer aus einem EU-Staat, der Waren über E-Commerce in Kenia vertreibt, zu beachten hat? (B2B/B2C)**

Das Unternehmen, das online Waren oder Dienstleistungen in Kenia verkauft, hat die kenianischen Regelungen zur korrekten Umsatzbesteuerung zu beachten, hierunter auch die Regelun-

gen zum „Elektronischen Steuerregister“ („Electronic Tax Register“). Diese sehen u. a. vor, dass der Lieferant den Erwerbern eine Rechnung zur Verfügung stellt, die spezifischen Anforderungen genügen muss, und dass ein von der Finanzbehörde KRA konfiguriertes elektronisches Steuerregister geführt wird.

**3. Unter welchen Umständen kann der Online-Vertrieb von Waren und Dienstleistungen in Kenia zur Annahme einer steuerlichen Betriebsstätte führen und was sind die Folgen?**

Das Einkommenssteuergesetz von Kenia geht von einem „traditionellen“ Begriff der Betriebsstätte aus, der das Vorhandensein einer „festen Geschäftseinrichtung“ – wie z. B. ein Büro oder eine Produktionsstätte – voraussetzt. Vor diesem Hintergrund ist im Falle eines reinen Online-Geschäfts mit kenianischen Kunden das Risiko des Entstehens einer steuerlichen Betriebsstätte in Kenia als eher gering einzustufen.

**4. Was sind die Folgen einer nicht ordnungsgemäßen Meldung einer Betriebsstätte?**

Bei Nichtabgabe oder Abgabe einer nicht korrekten Steuererklärung drohen Bußgelder. Diese betragen in der Regel circa das Doppelte des geschuldeten Steuerbetrags.

**5. Ist eine Rechnungsausstellung Pflicht? Was ist sonst noch hinsichtlich der Rechnungsstellung zu beachten?**

Zu beachten ist, dass die Ausstellung einer Rechnung an Kunden in Kenia sowohl im B2B- als auch im B2C-Verhältnis Pflicht ist.

Die Rechnung muss folgende Angaben enthalten:

- ▶ Name, Adresse und persönliche Identifikationsnummer des Lieferanten bzw. Dienstleistungserbringers;
- ▶ Seriennummer der Rechnung;
- ▶ Rechnungsdatum;
- ▶ Lieferdatum (sofern dieses vom Rechnungsdatum abweicht);
- ▶ Name, Adresse und ggf. persönliche Identifikationsnummer (soweit dem Lieferanten bekannt) des Empfängers der Ware bzw. der Dienstleistung;
- ▶ Beschreibung, Menge und Preis der Waren bzw. Dienstleistungen;
- ▶ der beststeuerbare Wert der Leistung (sofern vom Preis abweichend);

- ▶ Steuerrate und Steuerbetrag, der auf die gelieferten Waren bzw. Dienstleistungen geschuldet sind;
- ▶ Angabe, ob es sich um einen Barkauf oder um einen Kreditkauf handelt, und ggf. Informationen zu Skontos;
- ▶ Gesamtpreis der Leistung und Mehrwertsteuerbetrag;
- ▶ Logo des die Leistung erbringenden Unternehmers;
- ▶ Identifikationsnummer des Steuerregisters.

Auch elektronisch versandte Rechnungen, die den obigen Anforderungen genügen, werden akzeptiert.

**6. Bestehen aus steuerlicher Sicht Besonderheiten, die beim Verkauf von Waren über Online-Marktplätze zu beachten sind ?**

Auch beim Verkauf über Online-Marktplätze besteht das wichtigste steuerliche Thema in der korrekten Anmeldung und Abführung der Mehrwertsteuer (s. bereits oben Fragen 1 und 2).

**7. Bestehen aus steuerlicher Sicht weitere Besonderheiten, die beim Online-Vertrieb von Waren und Dienstleistungen in Kenia zu beachten sind ?**

Nein, weitere Besonderheiten als diejenigen, die oben dargestellt sind, sind grundsätzlich nicht zu beachten. Vor Markteintritt in Kenia sollte aber eine einzelfallspezifische Prüfung vorgenommen werden.

**ANSPRECHPARTNER**

**JUDY CHEBET**

ASSOCIATE PARTNER RÖDL & PARTNER

Zuständigkeit: Recht/Steuer  
judy.chebet@roedl.com