

DEUTSCHLAND
DEUTSCHLAND



PLATZHIRSCH AMAZON BRINGT ONLINE-HÄNDLERN CHANCEN – UND PROBLEME

Deutschland bietet mit seinen Kennzahlen laut Ecommerce Foundation gute Bedingungen für den E-Commerce. In der Bevölkerung liegt der Anteil der Internetnutzer bei 91 Prozent, die Web-Durchdringungsrate wächst jährlich um 2,41 Prozentpunkte. Das Bruttoinlandsprodukt ist in den vergangenen Jahren stets um rund zwei Prozentpunkte gewachsen und liegt derzeit bei 36.000 Euro pro Person.

Im Inclusive Internet Index der Economist Intelligence Unit erreicht Deutschland 83,5 von 100 Punkten und liegt auf Platz 12 von 86 untersuchten Ländern. Aber es hapert vor allem im Bereich der Internet-Erreichbarkeit: Vor allem bei der mobilen Web-Nutzung liegt Deutschland weltweit nur im Mittelfeld. Auch die Voraussetzungen für Gründung und Betrieb eines Unternehmens sind demnach eher mittelmäßig.

DEUTSCHLAND BIETET WELTWEIT DIE BESTE LOGISTIK-INFRASTRUKTUR

Dafür punktet Deutschland mit hervorragenden Bedingungen in der Logistik: Im Logistik Performance Index der Weltbank ist Deutschland Spitzenreiter. Durch die Lage und Infrastruktur wird Deutschland von vielen Experten auch „das Tor zu Europa“ genannt.

Die Zahl der Online-Shopper ist in den vergangenen Jahren stets gestiegen und lag 2018 bei 79 Prozent der Bevölkerung. Rund ein Fünftel der Befragten will auch mehr im Web einkaufen als im Vorjahr – oder überhaupt damit anfangen. Am häufigsten kaufen die deutschen Online-Shopper dabei Bücher, Mode und Elektroartikel. Lebensmittel und Getränke spielen noch keine große Rolle – daher werden in diesem Bereich aber auch die größten Zuwächse erwartet.

DEUTSCHE KAUFEN IMMER HÄUFIGER AUCH IM EU-AUSLAND

Beim Online-Shopping orientieren sich die Deutschen immer öfter auch an Verkäufern, die nicht aus der Europäischen Union

stammen. 2017 haben 18 Prozent der Befragten in einem solchen Shop gekauft, allein sieben Millionen Deutsche in chinesischen Shops. Der Hauptgrund dafür: Die niedrigeren Preise. Insgesamt sind das Vereinigte Königreich, die USA und China die beliebtesten Länder für den Online-Einkauf. Weltweit liegt Deutschland auf Platz Drei im Import bzw. Export von Waren aus dem E-Commerce, auch hier liegen das Vereinigte Königreich und die USA ganz vorn.

Die deutschen Internet-Käufer nutzen für den E-Commerce vor allem Amazon: Rund die Hälfte der Ausgaben entfällt auf den Online-Riesen, Ebay kommt immerhin noch auf 16 Prozent. Weitere große Marktplätze sind die Angebote von Otto und Zalando. Amazon beherrscht vor allem den Buch- und Elektronikmarkt. Ist die Buch-Sparte für den Gesamtumsatz relativ irrelevant, liefert die Elektronik-Sparte über ein Drittel von Amazons Gesamtumsatz in Deutschland.

Seit November 2018 prüft das Bundeskartellamt die Marktmacht von Amazon und das Verhalten gegenüber Händlern. Das Problem: Amazon ist sowohl selbst Online-Händler, bietet darüber hinaus aber über seinen Marktplatz anderen Händlern einen Marktplatz. So könnten die Händler immer mehr von Amazon abhängig werden. Außerdem fürchten laut einer IFH-Studie viele Händler, dass Amazon umsatzstarke Produkte aus ihrem Bereich in sein eigenes Sortiment aufnimmt und damit die Konkurrenz aussticht.

PC UND LAPTOP BLEIBEN BELIEBT

Auch via Smartphone haben die deutschen Online-Shopper eingekauft. Wish war 2017 die beliebteste Shopping-App noch vor den Angeboten der großen Player Ebay und Amazon. Der PC bzw. der Laptop ist aber mit 90 Prozent das meistgenutzte Gerät zum Online-Kauf. Das Smartphone benutzen dafür nur ein Drittel der Befragten.

Beim Einkauf im Webshop sind für den deutschen Interessenten zwei Dinge besonders wichtig: Eine umfassende Produktbeschreibung sowie detaillierte Informationen über die Versandkosten. Diese Kriterien waren für 93 Prozent der Befragten „wichtig“ oder „besonders wichtig“. Ob es Social-Media-Elemente im Webshop gibt, spielt hingegen kaum eine Rolle. Zu hohe erwartete oder echte Versandkosten sind auch der meistgenannte Grund für

einen abgebrochenen Einkauf bei einem ausländischen Webshop.

Beim Bezahlen im Webshop wird die Ablehnung der Deutschen gegenüber Kreditkarten deutlich: 43 Prozent lehnen diese Zahlungsmethode ab. Im Gegensatz dazu wird diese Zahlungsmöglichkeit aber in 90 Prozent der führenden Webshops angeboten. Beliebteste Zahlmethode ist via elektronischer Geldbörse, wie etwa PayPal.

Die Customer Journey des Online-Kunden wird dabei immer individueller – und damit für die Unternehmen komplexer. „Die Nutzer kommen von überall, online und offline, und erwarteten von den Marken einen personalisierten Ansatz über die gesamte Omnichannel Journey hinweg“, erklärt Mark de Bruijn von SAP Customer Experience. Die Online-Händler müssen also aus der Masse an ihnen vorliegenden Daten die richtigen Schlüsse ziehen und in Taten umwandeln. Vielen Händlern würde es auch an einem generellen Plan für das digitale Zeitalter fehlen. Dieser sei aber zwingend notwendig, so de Bruijn.

RECHTLICHE ASPEKTE

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

In Deutschland müssen die Anforderungen der Richtlinien EU Nr. 83/2011 sowie EG Nr. 31/2000 beachtet werden, welche in § 312i BGB (Allgemeine Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr) sowie § 312j BGB (Besondere Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr gegenüber Verbrauchern) in deutsches Recht umgesetzt worden sind.

Zu beachten sind insoweit insbesondere vorvertragliche Informationspflichten nach Art. 246c EGBGB. Weiterhin muss für den Kunden die Möglichkeit geschaffen werden, die Vertragsinhalte einschließlich der Allgemeinen Geschäftsbedingungen bei Vertragsschluss abzurufen und zu speichern. Auch muss es dem Kunden in angemessenem Wege ermöglicht werden, Eingabefehler vor Abgabe der Bestellung zu erkennen und zu korrigieren. Bestelleingänge müssen zudem unverzüglich elektronisch bestätigt werden.

Soweit nicht Verbraucherverträge (B2C) betroffen sind, sind nach Vereinbarung Abweichungen von diesen Voraussetzungen – mit Ausnahme der Abrufbarkeit und Speicherfähigkeit von Vertragsinhalt und AGB – möglich.

Demgegenüber gelten für Verträge mit Verbrauchern gemäß § 312j BGB ergänzende Schutzvorschriften. Mit Blick auf einen Vertragsschluss per „Point and Click“ ist insoweit insbesondere hervorzuheben, dass es bei Aufgabe der Bestellung für den Verbraucher klar erkennbar sein muss, dass er sich zu einer Zahlung verpflichtet. Der Button, mit dem die Bestellung ausgelöst wird, darf daher ausschließlich mit „zahlungspflichtig bestellen“ oder einer vergleichbar eindeutigen Formulierung betitelt sein. Wird letztere Pflicht nicht erfüllt, kommt kein wirksamer Vertrag zustande(!).

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

In Deutschland birgt die Nichtkonformität mit Regeln des E-Commerce das Risiko einer wettbewerbsrechtlichen Abmahnung nebst Geltendmachung von Beseitigungs-, Unterlassungs- und Schadensersatzansprüchen, insbesondere durch Mitbewerber oder Interessenverbände.

Ist die Abmahnung berechtigt, kann der Abmahner darüber hinaus die ihm ggf. entstandenen – aufgrund verhältnismäßig hoher Gegenstandswerte i. d. R. nicht unerheblichen – Rechtsverfolgungskosten als erforderliche Aufwendungen ersetzt verlangen. Voraussetzung für eine solche Abmahnung ist, dass es sich bei der verletzten gesetzlichen Norm um eine „Markverhaltensregel“ handelt, d. h. um eine Norm, die das Marktverhalten im Interesse der Mitbewerber, Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer regelt. Derartigen gesetzlichen Normen ist beim Betrieb eines E-Commerce daher besondere Beachtung zu widmen.

Ausnahmsweise sind Abmahnungen unzulässig, wenn sie unter Berücksichtigung der gesamten Umstände missbräuchlich sind. Dies ist insbesondere der Fall, wenn die Abmahnung vor allem dem Ziel dient, einen Anspruch auf Ersatz von Rechtsverfolgungskosten (s. o.) entstehen zu lassen. Ein solches muss im Streitfall jedoch von dem abgemahnten Unternehmer dargelegt und bewiesen werden.

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

Neben der für sämtliche Unternehmer in der EU, die Online-Kauf- oder Dienstleistungsverträge im B2C-Bereich eingehen, geltenden Pflicht, die Online-Streitschlichtungsplattform der EU (<https://www.ec.europa.eu/consumers/odr>) zu verlinken und zudem ihre E-Mail-Adresse anzugeben, besteht in Deutschland seit dem 01.02.2017 gemäß § 36 VSBG (Verbraucherstreitbeilegungsgesetz) darüber hinaus die Pflicht des Unternehmers, den Verbraucher leicht zugänglich, klar und verständlich davon in Kenntnis zu setzen, inwieweit eine Bereitschaft oder Verpflichtung des Unternehmers besteht, an Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle teilzunehmen. Diese Pflicht besteht darüber hinaus nicht nur in Fällen des Online-Vertragschlusses, sondern bereits dann, wenn eine Website unterhalten und/oder Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) verwendet werden. In letzterem Fall sollte eine entsprechende Klausel (zusätzlich) in die AGB aufgenommen werden.

STEUERLICHE ASPEKTE

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

Die Lieferschwelle für die Frage der umsatzsteuerlichen Registrierung bei Lieferungen an Privatkunden nach Deutschland beträgt derzeit 100.000 Euro. Davon unabhängig gelten die Meldeschwellen für Intrastat-Meldungen (z. B. für Waren-Eingänge aus anderen EU-Mitgliedstaaten ab 800.000 Euro).

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?

Die Begründung einer ertragsteuerlichen Betriebsstätte setzt eine feste Geschäftseinrichtung oder Anlage voraus, die nachhaltig unterhalten wird, über die das Unternehmen eine gewisse Verfügungsmacht hat und in der die Unternehmenstätigkeit ausgeübt wird. Im Bereich des E-Commerce können daher auf

Servern gespeicherte Daten und Software regelmäßig keine Betriebsstätte begründen, da sie keine körperlichen Gegenstände sind. Eine Betriebsstätte könnte höchstens die Hardware-Komponente eines Servers darstellen, sofern die oben genannten Kriterien erfüllt sind. Hierzu zählt auch das wirtschaftliche Eigentum an der Hardware. Für abkommensrechtliche Zwecke kommt hinzu, dass durch den Hardware-Server nicht lediglich vorbereitende oder Hilfstätigkeiten erfolgen dürfen. Selbst wenn sowohl nach innerstaatlichem als auch bilateralem Recht eine Betriebsstätte vorliegt, stellt sich die Frage, welche Gewinne dieser zuzurechnen sind. Denn hierfür sind nach dem sog. Authorized OECD Approach („AOA“) die der Betriebsstätte zuzuordnenden Personalfunktionen maßgeblich.

Eine inländische umsatzsteuerliche Betriebsstätte (i. S. einer Niederlassung, die ein im Ausland ansässiger Unternehmer in Deutschland begründet) nach unionsrechtskonformer Auslegung, von der aus Umsätze bewirkt werden, verlangt einen durch das ständige Zusammenwirken der für die Erbringung bestimmter Leistungen erforderlichen Personal- und Sachmittel gebildeten Mindestbestand. Das Vorliegen einer festen Niederlassung setzt dabei einen hinreichenden Grad an Beständigkeit sowie eine Struktur voraus, die von der personellen und technischen Ausstattung her eine autonome Erbringung der betreffenden Leistungen ermöglicht.

Sofern eine umsatzsteuerliche Betriebsstätte in Deutschland begründet wird, besteht die Pflicht zur umsatzsteuerlichen Registrierung des ausländischen Unternehmers, zur Teilnahme am allgemeinen Besteuerungsverfahren mit der Abgabe von umsatzsteuerlichen Erklärungen zu in Deutschland (über die Betriebsstätte bezogenen/ausgeführten) Eingangs- und Ausgangsumsätze sowie ggf. weiterer (statistischer) Meldungen.

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

Wer im Inland eine Betriebsstätte eröffnet, hat dies binnen eines Monats den Finanzbehörden zu melden (§ 138 Abs. 4 AO). Die Nichtabgabe oder unvollständige Abgabe von Steuererklärungen kann zu Verspätungs- und Säumniszuschlägen führen. Darüber hinaus ist zu prüfen, ob eine Steuerverkürzung bzw. Steuerhinterziehung vorliegt.

Umsatzsteuerliche Konsequenzen aus der Nichtabgabe/unvollständigen Abgabe von Umsatzsteuererklärungen drohen in

Form von Verspätungs- oder Säumniszuschlägen oder sonstigen Bußgeldern bis hin zur strafrechtlichen Verfolgung bei Vorwürfen der Steuerhinterziehung.

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

In Abhängigkeit von der Ansässigkeit des leistenden Unternehmers, der Leistungsart (Warenlieferung oder auf elektronischem Weg erbrachte Dienstleistung) und dem Status des Kunden (Unternehmer oder Privatperson) ist ggf. deutsche Umsatzsteuer in der Rechnung – bei Feststellung eines steuerbaren und steuerpflichtigen Umsatzes in Deutschland – gesondert auszuweisen. Je nach Fallkonstellation sind für die Rechnungsstellung landesspezifische Besonderheiten zu beachten.

Die Rechnungserteilung kann sowohl in Papierform als auch auf elektronischem Weg erfolgen und in beiden Verfahren gegenüber Unternehmerkunden und Privatkunden (Nichtunternehmer) vorgenommen werden. Sofern mit einer elektronischen Rechnung ein Umsatz abgerechnet wird, muss der Leistungsempfänger der Abrechnung in elektronischer Form zustimmen (hierbei bedarf es keiner besonderen Form; die Zustimmung kann auch nachträglich erklärt und damit stillschweigend gebilligt werden).

Seit dem 01.01.2019 folgen die formellen Anforderungen der Rechnungsstellung den Regelungen des Registrierungsverfahrens für das MOSS-Verfahren und stellen damit eine deutliche Erleichterung des Abrechnungsprozesses für die Unternehmer dar. Deutsche Unternehmer müssen nunmehr z. B. für Umsätze (Dienstleistungen), die auf elektronischem Weg erbracht werden, nur – bei erfolgreicher Rechnungserteilung – die deutschen formellen Rechnungsangaben beachten und nicht mehr die lokalen Rechnungsangaben des Sitzlandes des jeweiligen Privatkunden.

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

Hinsichtlich des direkten E-Commerce ist insbesondere Folgendes zu beachten:

Für auf elektronischem Weg erbrachte Dienstleistungen sind besondere Vorschriften zum Leistungsort und zum Steuerersatz im deutschen UStG zu beachten. Für diese kann das sog. MOSS-Verfahren Anwendung finden.

Seit dem 01.01.2019 werden leistende Unternehmer als sog. „Micro-Unternehmer“ qualifiziert, sofern ein Netto-Umsatz für auf elektronischem Weg erbrachte Dienstleistungen (z. B. Downloads an Privatkunden) in anderen EU-Mitgliedstaaten bis max. 10.000 Euro erzielt wird. Die Leistungserbringung ist bis zu dieser Schwelle am Sitzort des Leistenden steuerbar.

ANSPRECHPARTNER

CLAUS WAGNER

SENIOR ASSOCIATE RÖDL & PARTNER

Zuständigkeit: Steuer
claus.wagner@roedl.com

DR. SUSANNE KOELBL

PARTNER RÖDL & PARTNER

Zuständigkeit: Steuer
susanne.koelbl@roedl.com

MELVIN DREYER

HÄNDLERBUND

Zuständigkeit: Recht
melvin.louis.dreyer@haendlerbund.de