



SJWZ
stiftung
juristische
weiterbildung
zürich

Abwanderung der Kunden zum E-Commerce

Die neue digitale Welt des Konsums

Referent

Alexander Brunner

Abwanderung der Kunden zum E-Commerce

Die neue digitale Welt des Konsums

Inhaltsübersicht

- 1 Einleitung und Fakten zur Corona-Pandemie im Detailhandel
- 2 Rechtliche Rahmenbedingungen des E-Commerce
- 3 Fazit und Rechtsvergleich Schweiz-Europa
- 4 Branchen-Regelungen der E-Commerce Anbieter
- 5 Ausblick

1 Einleitung und Fakten zur Corona-Pandemie im Detailhandel

1.1 Corona-Pandemie - „Ladenschluss“ im Detailhandel

1.2 Auswirkungen auf den elektronischen Handel B2C

1.3 Statistiken zum B2C-Boom im E-Commerce

1.4 Einsatzfähige Lösungen der Informationsgesellschaft

1.1 Corona-Pandemie - „Ladenschluss“ im Detailhandel

16.03.2020: Bundesrat verfügt die «ausserordentliche Lage» gemäss
Epidemiengesetz → **faktischer „Ladenschluss“ im Detailhandel**

19.06.2020: SR 818.101.26 Bundesrat erlässt Covid-19-VO

‘besondere Lage’

- Anhang I Schutzkonzepte → **3 Abstand** halten → 3.1 **mind. 1.5 Meter**
- Ziff. 3.1*bis* Zugang zu **öffentlichen Einrichtungen und Betrieben**
- lit. a-d betrifft alle **Einkaufsläden** nach Quadratmetern Verkaufsfläche

1.2 Auswirkungen auf den elektronischen Handel B2C

Auswirkungen des **faktischen „Ladenschlusses“** und der anschliessenden **Einschränkungen** im Detailhandel

- **Verlagerung** der Nachfrage, insb. im **Verhältnis B2C**
- von den **Einkaufsläden** in die **digitale Welt des Konsums**
- Insb. Einschränkungen im Non-Food-Bereich → **Zugangsverbote**
- **Ausserordentlicher Zuwachs** in vielen Bereichen des E-Commerce

1.3 Statistiken zum **B2C-Boom im E-Commerce**

Medienmitteilung 10.03.2021:



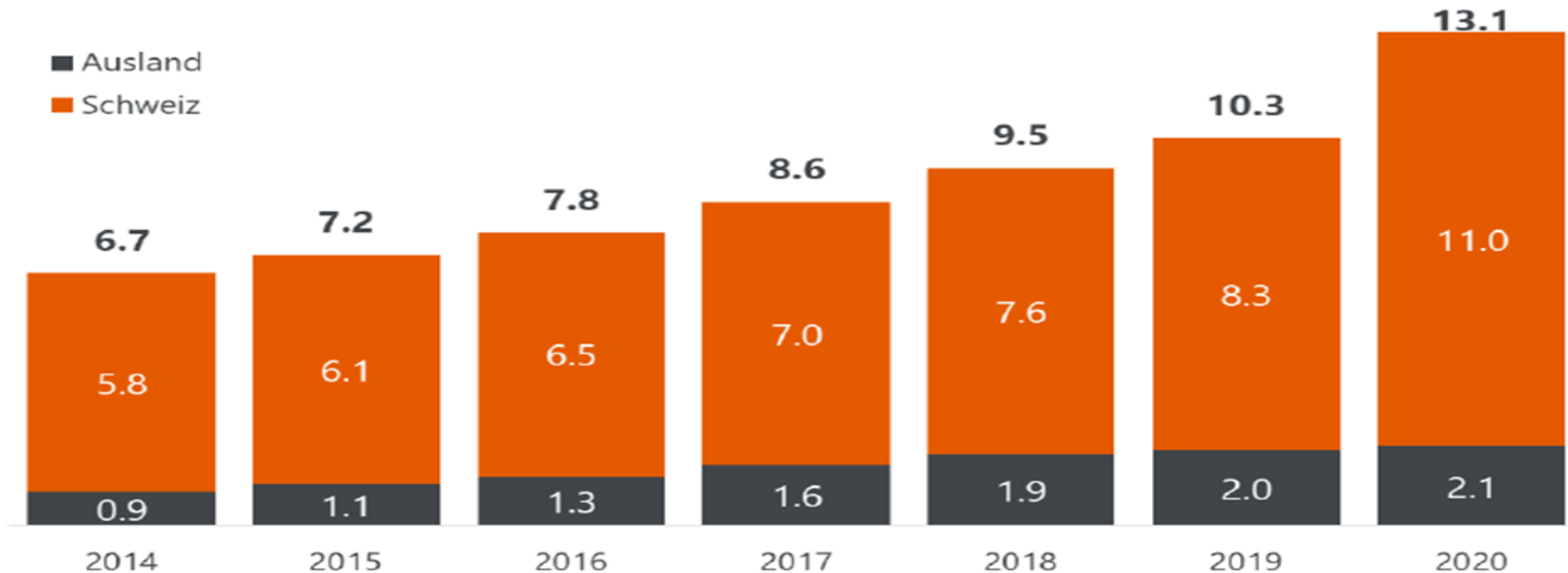
Schweizer Online-Konsum wächst 2020 um 27.2%

Bern/Rotkreuz – Der HANDELSVERBAND.swiss hat gemeinsam mit GfK und in Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Post die Gesamtmarterhebung für den Onlinehandel in der Schweiz durchgeführt. Der Onlinehandel in der Schweiz wächst infolge Corona ausserordentlich und macht 2020 einen Drei-Jahressprung.

1.3 Statistiken zum **B2C-Boom im E-Commerce**

Medienmitteilung Handelsverband 10.03.2021:

Grafik: Entwicklung Onlinehandel in Mrd. CHF



1.3 Statistiken zum **B2C-Boom im E-Commerce**

Medienmitteilung Handelsverband 10.03.2021:

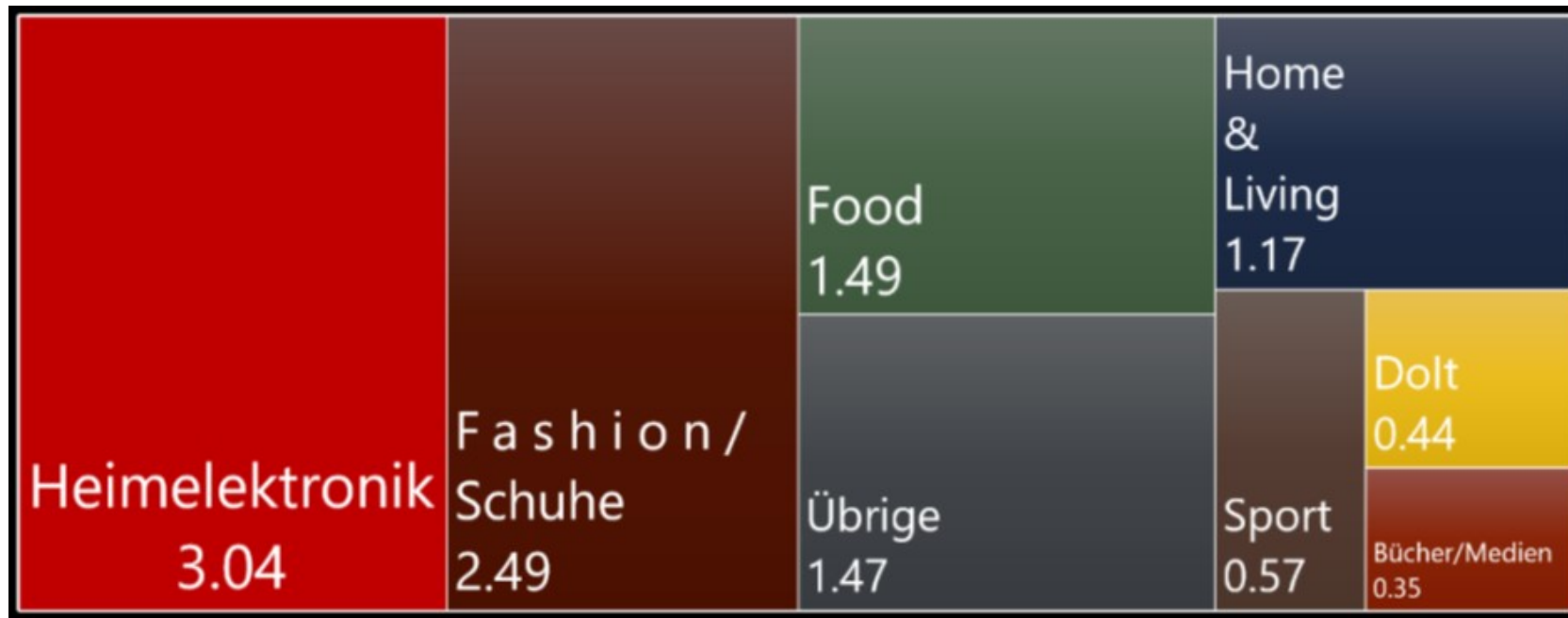
Die wichtigsten Erkenntnisse:

- 2020 kauften Schweizer Konsumenten für 13.1 Mrd. CHF Waren und Güter online ein, eine Steigerung um 2.8 Mrd. CHF oder 27.2 % gegenüber Vorjahr.
- Die Onlineeinkäufe haben sich innert 6 Jahren verdoppelt.
- Sortimente Möbel, Sport und Food wachsen überdurchschnittlich.
- Der Online-Inlandkonsum wächst 2020 um 32 %, während der Online-Auslandseinkauf nur um 5 % zulegt.

1.3 Statistiken zum **B2C-Boom im E-Commerce**

Medienmitteilung Handelsverband 10.03.2021:

Grafik: Sortiments-Volumen Onlinehandel in Milliarden CHF



1.4 Einsatzfähige Lösungen der Informationsgesellschaft

2020/2021 → **ausgereifte online-Technik** und **Förderung durch SECO**

<https://www.kmu.admin.ch/kmu/de/home/praktisches-wissen/kmu-betreiben/e-commerce.html>

E-Commerce: benutzerfreundliche, sichere Websites



Ein Online-Geschäft bietet einem KMU die Möglichkeit, viele potenzielle Kunden zu erreichen und dabei gleichzeitig die Zahl der Zwischenhändler und die Kosten zu reduzieren. Wie kann man diese Chance am besten nutzen?

2 Rechtliche Rahmenbedingungen des E-Commerce

2.1 Zur Rechtsentwicklung im Schweizer Recht

2.2 Informationspflichten der online-Anbieter

2.3 UWG 3 lit. s – die Schweizer Norm des Onlinehandels

2.4 UWG 16 und PBV

2.5 Vertragsschluss im E-Commerce

2.6 Widerrufsrecht im E-Commerce

2.7 Gewährleistung im E-Commerce

2.1 Zur Rechtsentwicklung im Schweizer Recht

Empfehlung der Eidg. Kommission für Konsumentenfragen (EKK) vom 7. Dezember 1999 über den elektronischen Handel (Auszug)

Der Bundesrat bereitet eine Änderung des **Allgemeinen Teils des Obligationenrechts** vor mit Bezug auf die Bestimmungen des **Vertragsabschlusses (elektronische Signatur, Information des Konsumenten, Widerrufsrechts und Rückgaberecht)**, dies gestützt auf die Richtlinienvorschläge der **Europäischen Union** vom 23. Dezember 1998 und vom 17. August 1999 (COM 1998.586.final und Dok. 98.0325-COD) sowie auf die Richtlinien ... **Ministerrat der OECD** (Dezember 1999)

E-Commerce:

→ **13. Mai 2004** → **Evaluation des Konsumentenschutzes in der Schweiz** → **2005 «NEIN»**

Schlussbericht der Parlamentarischen Verwaltungskontrolle

2.2 Informationspflichten der online-Anbieter

«Zehn Jahre danach» (1999-2011)

Schweizer Lösung:

- Nicht Obligationenrecht (Vertragsrecht unverändert)
- **Ergänzung des UWG** (*vorvertragliche* Pflichten der online-Anbieter)

BG vom 17. Juni 2011, in Kraft seit 1. April 2012
(AS 2011 4909; BBI 2009 6151)

- Unterlassen der vorvertraglichen Pflichten ist
- unlauter und widerrechtlich (Art. 3 lit. s UWG)

2.3 UWG 3 lit. s – die Schweizer Norm des Onlinehandels

241

Unlauterer Wettbewerb

s.¹³ Waren, Werke oder Leistungen im elektronischen Geschäftsverkehr anbietet und es dabei unterlässt:

1. klare und vollständige Angaben über seine Identität und seine Kontaktadresse einschliesslich derjenigen der elektronischen Post zu machen,
2. auf die einzelnen technischen Schritte, die zu einem Vertragsabschluss führen, hinzuweisen,
3. angemessene technische Mittel zur Verfügung zu stellen, mit denen Eingabefehler vor Abgabe der Bestellung erkannt und korrigiert werden können,
4. die Bestellung des Kunden unverzüglich auf elektronischem Wege zu bestätigen;

2.4 UWG 16 und PBV

Art. 16 Pflicht zur Preisbekanntgabe

¹ Für Waren, die dem Konsumenten zum Kaufe angeboten werden, ist der tatsächlich zu bezahlende Preis bekannt zu geben, soweit der Bundesrat keine Ausnahmen vorsieht. Ausnahmen sind insbesondere aus technischen oder Sicherheitsgründen zulässig. Dieselbe Pflicht besteht für die vom Bundesrat bezeichneten Dienstleistungen.

→ Preisbekanntgabe-VO (PBV) → **keine Sondernorm im E-Commerce**

- Transparenz
- Zugänglichkeit
- Lesbarkeit
- Spezifizierung

2.5 Vertragsschluss im E-Commerce

Varianten des online-Vertragsschlusses (Schweizer Recht):

Kontakt-Aufnahme	Phase Informationen	Antrag	Annahme Vertrag
Online-Anbieter	Informationspflicht Anbieter invitatio ad offerendum	Antrag Nachfrager	Annahme Anbieter Konsens / evtl. Willensmangel
Online-Nachfrager	Kenntnisnahme Informationen	Antrag Anbieter	Annahme Nachfrager Konsens / evtl. Willensmangel
Vorvertragliche Phase (UWG) Anbahnung und Information		Vertragliche Phase (OR) Kein Widerrufsrecht Nachfrager-Antrag	



2.6 Widerrufsrecht im E-Commerce

Widerrufsrecht	
Schweizer Recht	EU-Recht
Allgemeines Konsumvertragsrecht	Allgemeines Verbrauchervertragsrecht
JA , insb. OR 40a ff.	JA , zahlreiche EU-Richtlinien
E-Commerce	E-Commerce
NEIN Schweizer Recht kennt KEIN Widerrufsrecht im E-Commerce	JA , insb. Art. 6 RL 2011 83 Verbraucherrechte / RL 2019 2161 Modernisierungsrichtlinie insb. für E-Commerce (14→30t), Musterformular, Rückabwicklung, etc.

2.7 Gewährleistung im E-Commerce

Arten des E-Commerce	CH-Recht	EU-Recht
<p>Direkter E-Commerce <i>Direkte Lieferung</i> mittels Internet (Software, Texte, Musik, Programme)</p>	<p>OR – AT / BT Nachlieferung sinnvoll Wandlung möglich, bspw. mangelhafte Software Keine Minderung (evtl. Schadenersatz aus Dienstleistungsvertrag)</p>	<p>Eingehende Regelung RL 2019 770 digitale Inhalte</p> <p>Abhilfen Minderung</p>
<p>Indirekter E-Commerce <i>Indir. Lieferung</i> von Waren durch Versandhandel Anbieter → Intermediär → Nachfrager</p>	<p>OR – BT (Kaufrecht)</p> <p>Wandlung Minderung Schadenersatz Nachlieferung</p> <p>Keine Nachbesserung</p>	<p>Eingehende Regelung RL 2019 771 Warenkauf</p> <p>Ersatzlieferung Minderung Ersatzlieferung Nachlieferung</p> <p>Nachbesserung</p>

3 Fazit und Rechtsvergleich Schweiz-Europa

3.1 Fazit zu den rechtlichen Rahmenbedingungen

3.2 Rechtsvergleichender Hinweis Schweiz-Europa

3.1 Fazit zu den rechtlichen Rahmenbedingungen

Fazit zum Schweizer Recht:

- **Verzögerte** (EU / OECD 1999) und schliesslich erfolgte **Gesetzgebung (CH 2011)**
- Regelungsbestand zurückhaltend (UWG 3 lit. s): **Nur vier Eckpunkte**
- **Regelung ergänzungsbedürftig** durch Grundsätze des AT/BT Obligationenrecht

Bedeutung von Branchen-Regelungen für den Schweizer E-Commerce:

- **2005** (Verzicht auf EKK-Empfehlung 1999 bzw. Vorentwurf BG elektronischer Handel) geplante private Lösung «E-Comtrust» ohne Breitenwirkung
- Mehrere Branchen-Regelungen von Anbietern und Plattformen (→ 4.)
- Faktische «Kontrolle» des fairen E-Commerce durch den **Nachfragemarkt**
- Beispiele sind **freiwilliges** Widerrufsrecht, Rückgaberecht, Nachbesserung

3.2 Rechtsvergleichender Hinweis Schweiz-Europa

Normbestand im Vergleich

CH	EU
SR 241 UWG Art. 3 lit. s	EU RL 2000 31 E-Commerce - CELEX_32000L0031_DE_TXT.pdf EU RL 2002 65 Fernabsatz - CELEX_32002L0065_DE_TXT.pdf EU RL 2019 770 Digitale Inhalte - CELEX_32019L0770_DE_TXT.pdf EU RL 2019 771 Warenkauf - CELEX_32019L0771_DE_TXT.pdf EU RL 2019 2161 Modernisierung Verbraucherschutz - CELEX_32019L2161

4 Branchen-Regelungen der E-Commerce Anbieter

4.1 Zur Frage der Zertifizierung der Anbieter

4.2 SLK-Grundsatz Nr. B.15 mit Verweis auf ICC-Rules

4.3 Handelsverband.swiss (swiss-online-garantie), Ehrenkodex VSV

5 Ausblick

4.1 Zur Frage der Zertifizierung der Anbieter

Zertifizierung

Instrument zur Gewährleistung korrekten Marktverhaltens

Staatliche Zertifizierung

Marktzulassung durch **Bewilligungen**/Konzessionen (Banken, Versicherungen etc)

Private Zertifizierung

«Marktzulassung» durch **Label und Gütesiegel** von Branchen-Verbänden

Vertrauens-Signete der E-Commerce Anbieter

Faktisch: Kontrolle der privaten Label durch den Markt (**Anbieter-Nachfrage-Verhalten**)

4.2 SLK-Grundsatz Nr. B.15 mit Verweis auf ICC-Rules

Erkennbarkeit von kommerzieller Kommunikation

¹ Kommerzielle Kommunikation, gleichgültig in welcher Form sie erscheint oder welches Medium sie benutzt, ist unlauter, wenn sie nicht als solche eindeutig erkennbar und vom übrigen Inhalt nicht klar getrennt ist.

² Gleiches gilt, wenn eine Person einen Blog oder aber ein Benutzerkonto (Account), ein Profil oder eine ähnliche Form der Zugehörigkeit zu einer Social Media-Plattform oder zu einem durch Nutzer gestaltbaren Medienportal nutzt oder zur Verfügung stellt, um kommerzielle Kommunikation für Dritte zu betreiben oder zu ermöglichen, die für die Nutzer nicht eindeutig als solche erkennbar ist. Ist ein Beitrag nicht eindeutig als kommerzielle Kommunikation erkennbar, ist das Verhältnis zum Dritten offenzulegen. Dies gilt insbesondere, wenn der Dritte Sponsoringleistungen oder damit vergleichbare Entgelte oder Sachleistungen erbringt.

³ Das Verwenden von falschen oder gefälschten Identitäten, Benutzerkonten (Accounts), Profilen oder Vergleichbarem sowie das Nutzen von Tarn-, Täuschungs- und ähnlichen Massnahmen, um in sozialen Medien oder auf durch Nutzer gestaltbaren Medienportalen kommerzielle Kommunikation nicht als solche erkennen zu lassen, ist unlauter.

4.3 Handelsverband.swiss (swiss-online-garantie), Ehrenkodex VSV



Handelsverband.swiss vereint über 330 Online-Shops, welche in der Schweiz rund 60% des B2C-Online-Handelsvolumens und ca.30% des gesamten Paketvolumens der Schweizer Post generieren. ... Kleine Unternehmen aber auch Grossanbieter mit einem Ziel vereint: Den Online-Versandhandel in der Schweiz für Konsumenten fair und in einem vertrauenswürdigen Umfeld weiter zu entwickeln.

4.3 Handelsverband.swiss (swiss-online-garantie), Ehrenkodex VSV



Faktisches Widerrufsrecht

Bedeutung der swiss-online-garantie → «Träger der Swiss Online Garantie gewähren generell ein **14-tägiges Rückgaberecht** ausser bei begründeten Ausnahmen»

D.h.: zertifizierte Onlineshops räumen ihren Kunden ein Rückgaberecht ein mit klaren Ausnahmen: Bspw.: Lebensmittel und Getränke aus hygienischen Gründen; Medikamente aus Sicherheitsgründen; Massanfertigungen; urheberrechtsgeschützte Artikel wie CDs, DVDs oder Bücher nach Öffnung der Originalverpackung; hygienisch heikle Artikel wie geöffnete Parfums, Zahnbürsten, Erotikartikel und Unterhosen, etc.

5 Ausblick

- E-Commerce ist heute **etablierter Vertriebskanal**
- **Grosses Potential**
- **Erleichterung** für Detailhandel und Konsumenten **während Covid-Pandemie**

- **Faktisch hat die Schweiz** internationale Normen (EU / OECD) **übernommen**
- Umsetzung der **Gesetzgebung noch unvollständig**

- Anpassungsmöglichkeit unter Berücksichtigung der internationalen Arbeiten, insb.
- European Law Institute in Wien (ELI)
- Vgl. ELI Model Rules on Online Platforms (eingehende wissenschaftliche Analyse)
ISBN: 978-3-9504549-1-8; © European Law Institute 2019

5 Ausblick



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!
Alexander Brunner