Händlerbund

STUDIE ZUR VERBRAUCHERRECHTERICHTLINIE

WORUM GEHT'S?

Das Gesetz zur Umsetzung der Verbraucherrechterichtlinie kommt – Am 13. Juni 2014 wird es ohne Übergangsfrist in Kraft treten. Die Richtlinie zieht eine Reihe von Änderungen nach sich, die die Verbraucherrechte in der EU vereinheitlichen werden.

Diese Vereinheitlichung wird auch den Online-Handel sehr stark betreffen. Die von der EU beschlossene Richtlinie wurde bereits mit der Einführung der sogenannten „Button Lösung" teilweise in Deutschland umgesetzt.

WER KENNT'S?

84% haben von den Änderungen bereits gehört

16% Haben noch nie etwas von dem Gesetz zur Verbraucherrechte-richtlinie gehört

NUR 17% der befragten Händler haben sich bereits auf die Umsetzung vorbereitet

Zwar haben bereits **84%** der befragten Online-Händler von der Verbraucherrechterichtlinie gehört, dennoch haben sich beinahe ebenso viele, rund **83%**, noch nicht auf die Umsetzung vorbereitet.

HÄNDLER SEHEN VORTEILE

49% sehen Vorteile

30% sehen keine Vorteile

21% wissen es nicht

Die Vereinheitlichung der Verbraucherrechte in der EU wird dem Online-Handel Vorteile bringen – Das glaubt etwa die Hälfte der Umfrageteilnehmer.

JEDOCH NICHT MEHR UMSÄTZE

80% Die Mehrheit rechnet jedoch nicht mit höheren Umsätzen oder

64% fühlt sich zum grenzüberschreitenden Handel ermutigt.

WIDERRUFS- VS. RÜCKGABERECHT

Die neue einheitliche Widerrufsfrist von 14 Tagen halten **90%** der Online-Händler für angemessen.

78% von ihnen begrüßen die Abschaffung des derzeit optional möglichen Rückgaberechtes.

78% begrüßen die Abschaffung des Rückgaberechts

22% sind dagegen

RÜCKSENDEKOSTEN

88% werden die Rücksendekosten auf Kunden umlegen

12% übernehmen weiterhin die Rücksendekosten

Mit der Einführung der Verbraucherrechterichtlinie können Online-Händler die Rücksendekosten auf die Kunden umlegen – **88%** der Befragten wollen von diesem Recht Gebrauch machen.

Während die E-Commerce-Riesen die Rücksendekosten voraussichtlich weiterhin übernehmen, werden es wahrscheinlich vorwiegend kleinere Unternehmen sein, die diese auf die Kunden umlegen – Ihre Wettbewerbsfähigkeit könnte darunter leiden.

Händlerbund Studie
September 2013

www.haendlerbund.de