

Omnibus-Regeln sorgen für Unsicherheiten im Online-Handel

Leipzig, 24.06.2022

Seit 28. Mai 2022 gilt die europäische Omnibus-Richtlinie in Deutschland. Zahlreiche KMU im Online-Handel stoßen bei der Umsetzung auf Hürden.

Die Regelungen aus der [europäischen Omnibus-Richtlinie](#) gelten seit 28. Mai in Deutschland. Durch die Richtlinie gibt es neue Verbraucherschutzregeln für Online-Händlerinnen und Online-Händler. Die Umsetzung ist dabei nicht ganz einfach: Zahlreiche KMU haben sich in den zwei Wochen seit Inkrafttreten der neuen Gesetze an den Händlerbund gewendet, um offene Fragen und Problemstellungen zu klären.

Die Rechtsexpertinnen und -experten beim Händlerbund haben in den letzten Tagen vielen Unternehmen geholfen, die verunsichert darüber waren, ob ihre Angaben und Formulierungen eine korrekte Umsetzung der Omnibus-Regeln darstellen. Darüber gibt es einige offene Problemfelder, die Hürden für E-Commerce-Unternehmen darstellen.

Preisangaben stellen Online-Händlern vor Herausforderungen

Mit der Omnibus-Richtlinie wurden neue Vorgaben für die Angabe und Darstellung von Preisen im Online-Shop eingeführt. So muss bei Rabattaktionen der niedrigste Preis angegeben werden, der innerhalb der letzten – mindestens – 30 Tage vor der Preisermäßigung angewandt wurde. Außerdem müssen Grundpreise für das Gewicht und Flüssigkeitsvolumen von Produkten künftig nur noch pro Kilogramm und Liter angezeigt werden. Die Höhe des Pfandbetrags, etwa bei Mehrwegflaschen, muss zudem separat neben dem Gesamtpreis ausgepreist werden und darf nicht in den Gesamtpreis einbezogen werden.

Vor allem für Händlerinnen und Händler auf Online-Marktplätzen ergeben sich hieraus Herausforderungen, da die korrekte Umsetzung der Omnibus-Regeln von den Marktplätzen teilweise nicht ermöglicht wird. So ist es etwa auf Plattformen wie Ebay oder Amazon derzeit nicht möglich, den konkreten Pfandbetrag separat auszuweisen, obwohl dies nach § 7 der Preisangabenverordnung, die durch die Omnibus-Richtlinie erneuert wurde, gefordert wird. Aus Sicht des Händlerbundes müssen die Marktplätze gewährleisten, dass ihre gewerblichen Nutzerinnen und Nutzer alle gesetzlichen Vorgaben bei Preisrabatten, Grundpreisen und Pfandpreisen auch umsetzen können.

Unsicherheiten gibt es auch bei der Nutzung von Streichpreisen im Rahmen von Rabattaktionen. Zahlreiche Händlerinnen und Händler sind unsicher, ob explizit erwähnt werden muss, dass es sich bei einer Preisgegenüberstellung bei dem durchgestrichenen Preis um den niedrigsten Preis der letzten 30 Tage handelt, der gegenüber Verbrauchern verwendet wurde. Der Händlerbund kann hier mit Expertise beraten und dies ist auch wichtig. Schließlich drohen bei einem Verstoß gegen die neuen Preisregelungen kostenintensive Abmahnungen.

Echtheitsprüfung von Bewertungen ist nicht immer einfach

Eine weitere Omnibus-Regel, die für Unsicherheit sorgt, ist die Hinweispflicht zur Echtheitsprüfung von Kundenbewertungen. Wer in seinem Shop Bewertungen zugänglich macht, muss darüber informieren, ob und wenn ja, wie sichergestellt wurde, dass die Bewertungen nur von Personen stammen, die wirklich auch im Shop eingekauft haben.

Hier brauchen Unternehmen oftmals Unterstützung bei der Frage, an welcher Stelle die Formulierungen dargestellt werden müssen. Außerdem gibt es die Konstellation, dass Online-Händlerinnen und -Händler bei der Nutzung von Marktplätzen auf eine korrekte Umsetzung der Regelungen durch die Marktplatzbetreiber angewiesen sind. Und auch für Unternehmen, die Kundenbewertungssysteme nutzen, haben die Omnibus-Vorgaben Folgen. Auch sie müssen Informationspflichten nachkommen.

Der Händlerbund unterstützt E-Commerce-Unternehmen bei rechtlichen Fragen

Der Händlerbund bietet viel Expertise in Rechtsfragen rund um den Online-Handel und unterstützt seine Mitglieder tatkräftig bei der Umsetzung der Omnibus-Regeln. Wichtig ist, dass die Politik die Belastungen für Online-Händlerinnen und Online-Händler im Maß hält, da diese bereits heute eine enorme Anzahl von komplizierten Rechtsvorgaben befolgen müssen, deren korrekte Befolgung für KMU, die in der absoluten Mehrzahl über keine eigene Rechtsabteilung verfügen, zeit- und kostenintensiv ist.

An die Marktplätze, Plattformen und Dienstleister appelliert der Händlerbund darüber hinaus, dass die Betreiber dieser Dienste eine reibungslose Umsetzung der gesetzlichen Vorgaben gewährleisten. Ansonsten drohen der gewerblichen Kundschaft dieser Dienste Abmahnungen, Bußgelder und andere Kosten.

Über den Händlerbund e.V.

Der Händlerbund ist ein 360° E-Commerce-Netzwerk, das gemeinsam mit seinen Service-Partnern und Mitgliedern die Professionalisierung von Händler aus ganz Europa vorantreibt. Seit Gründung im Jahr 2008 in Leipzig setzt sich der Händlerbund aktiv für die Weiterentwicklung der gesamten Branche ein. Die rechtliche Absicherung und Beratung von Online-Händlern wird durch Unterstützung im Kundenservice, Marketing und Verkauf, Fulfillment sowie ein breites Angebot an Weiterbildungen, Events, News u.v.m. ergänzt.

Kontakt

Patrick Schwalger
Referent Public Affairs

patrick.schwalger@haendlerbund.de