

Was 2019 rechtlich wichtig wird

Der Ausblick auf das neue Jahr im E-Commerce

Das Jahr 2018 hatte es rechtlich in sich. Der EuGH entschied, dass Facebook Fanpage-Betreiber zusammen mit dem Konzern für den Datenschutz haften sollen und die frisch in Kraft getretene Datenschutzgrundverordnung stellt Händler sowie Juristen immer noch vor offene Fragen – etwa nach der Abmahnfähigkeit von Verstößen. Ins Jahr 2019 werden aber nicht nur ungeklärte Fragen mitgenommen, es kommen auch ganz neue auf Online-Händler zu. Wir klären, was sich mit dem neuen Jahr für die E-Commerce-Welt rechtlich ändert.



Freude für den Fiskus?

Zwei „Orte“ werden im Bereich der Steuern besonders interessant, einerseits die Schweiz, andererseits Online-Marktplätze.

Online-Händler mit einem höheren Volumen von kleinen Aufträgen aus der Schweiz werden dort ab dem 01.01.2019 umsatzsteuerpflichtig. Bisher galt, dass grundsätzlich bei allen Warenlieferungen in die

Schweiz mit der Einfuhr auch die Schweizer Einfuhrsteuer anfällt. Eine Ausnahme gab es jedoch für Kleinsendungen mit einem Steuerbetrag, der 5 CHF nicht übersteigt: Hier wurde bisher keine Einfuhrsteuer erhoben.

Diese Ausnahme gilt künftig nur noch, wenn der Händler mit den Kleinsendungen einen Umsatz in Höhe von unter 100.000 CHF erzielt. Liegt er höher, sind diese Lieferungen in der Schweiz steuerpflichtig. Händler können sich bei weiteren Fragen an die Eidgenössische Steuerverwaltung wenden.

In Deutschland wird zum 01.01.2019 die Marktplatzhaftung im Umsatzsteuerrecht eingeführt. Bislang sollen dem Fiskus jährlich bis zu eine Milliarde Euro abhanden gekommen sein, vornehmlich durch in Drittstaaten ansässige Händler. Um dem Einhalt zu gebieten, haften Marktplatz-Betreiber jetzt für diejenigen unter ihren Händlern, die es mit der Umsatzsteuer nicht ganz so genau nehmen. Dazu wird mehr Austausch zwischen Finanzbehörden und Marktplätzen angestrebt. Letztere müssen diverse Daten der Verkäufer bereithalten, etwa die Steuernummer und Einzelheiten zu den getätigten Umsätzen. Verletzt ein Händler seine Steuerpflicht, kann die Finanzbehörde dies dem Marktplatz mitteilen – welcher dann haften muss, sofern er den entsprechenden Händler nicht für den Verkauf sperrt.

Wenngleich sich die Änderung inhaltlich an ausländische Händler richtet, müssen auch deutsche gewerbliche Verkäufer handeln.



Ohne Registrierung kann man (nicht mehr) einpacken

Händler müssen sich auf Änderungen bei Verpackungen einstellen. Die bislang gültige

Verpackungsverordnung wird am 01. Januar 2019 durch das Verpackungsgesetz abgelöst. Neben einigen Änderungen von Definitionen wird damit der Verpackungsregister LUCID – der Name soll für Transparenz stehen – eingeführt. Eine Registrierung ist für alle Gewerbetreibenden, die systembeteiligungspflichtige Verpackungen in den Verkehr bringen, zusätzlich zur Anmeldung bei einem dualen System verpflichtend. Kosten bringt die Registrierung nicht mit sich. Versäumt man sie, kann es aber ungemütlich werden. Ohne eine Registrierung unterliegt der Händler automatisch einem Vertriebsverbot, Bußgelder in Höhe von bis zu 100.000 Euro sieht das Gesetz auch vor. Der Gesetzgeber verfolgt neben Umweltschutz-Aspekten auch Händler-Interessen mit dieser Änderung: Bisher gab es unter diesen nämlich zahlreiche schwarze Schafe, welche die Entsorgungskosten auf jene abgewälzt haben, die pflichtgemäß einen Vertrag mit einem dualen System abgeschlossen hatten. Da der Müll natürlich trotzdem anfällt, mussten die ehrlichen Händler dann die Kosten für die schwarzen Schafe mittragen. Mit dem Verpackungsregister ist künftig öffentlich einsehbar, wer seiner Verantwortung nachkommt. Dementsprechend steigt auch das Abmahnungsrisiko deutlich.

E-Kommunikation schützen: E-Privacy noch 2019?

Sie soll die DSGVO präzisieren, befasst sich thematisch aber auch mit anderen Punkten: Die E-Privacy-Verordnung. Eigentlich sollte sie schon längst in Kraft getreten sein, zusammen mit der Datenschutz-Grundverordnung, lässt sich jedoch deutlich mehr Zeit. Im Gegensatz zu ihrem Pendant zielt die E-Privacy-Verordnung eher auf die Kommunikationswege ab, regelt also den Schutz bis zu der Stelle, an der die Daten beim Empfänger ankommen. Wann mit der Verordnung gerechnet werden kann, ist noch nicht klar. Das Jahr 2019 steht im Raum, genauso aber auch 2020.



Fans auf Facebook zu haben, ist nicht einfach

Der EuGH hat bereits im Juni 2018 über die datenschutzrechtliche Verantwortung beim Betrieb von Facebook Fanpages entschieden – und sieht sowohl den Social Media-Giganten als auch den Betreiber der Fanpage in der Pflicht. Der Umgang mit dieser Verantwortung ist für die Betreiber jedoch mehr als schwierig, schließlich besitzen sie kaum die Mittel, die Datenschutzvorgaben zu erfüllen. Die Mitwirkung von Facebook findet außerdem bisher viele kritische Kommentare, und so sieht sich der Konzern mit einem weiteren Gerichtsverfahren konfrontiert, Klägerin ist die Verbraucherzentrale Sachsen. Wie dieser Prozess ausgeht, und ob Fanpages dann rechtssicher betrieben werden können, wird sich in den kommenden Monaten zeigen.

Wie der Like-Button dem EuGH gefällt ...

... wird sich in den nächsten Monaten zeigen. Facebook hält die Gerichte nicht nur mit Fanpages selbst auf Trab, sondern auch mit dem Like-Button, der in die eigene Webseite integriert werden kann. Auch hier gibt es gewichtige datenschutzrechtliche Bedenken. Mit diesen setzt sich zur Zeit der EuGH auseinander. Vor dem Hintergrund seiner Entscheidung zu den Fanpages kann gemutmaßt werden, dass er eine wesensgleiche Entscheidung treffen und sowohl Facebook als auch den Verwender des Like-Buttons für den Datenschutz in die Verantwortung nehmen wird. Noch ist aber alles offen.

Abmahnfähigkeit von DSGVO-Verstößen? Ja. Nein. Ja. Nein. Vielleicht...



Bisher noch immer ungeklärt ist die Frage, ob Verstöße gegen die DSGVO durch Mitbewerber abgemahnt werden können. Zwar gibt es mittlerweile einige (wenige) gerichtliche Urteile über diese Frage – sie finden aber keine einheitlichen Antworten. Es kann aber davon ausgegangen werden, dass die Rechtsprechung dazu im Laufe des Jahres 2019 durch höchstrichterliche Entscheidungen ein verlässlicheres Bild abgeben wird. Bis dahin sind Händler bei Umsetzungsproblemen mit der DSGVO zwar nicht vor Abmahnungen sicher. Durch die un stetigen Aussagen zur Abmahnbarkeit steigt jedoch auch für die Abmahner das Kostenrisiko.

Der Händlerbund hilft!

Die rechtliche Absicherung ihrer Internetpräsenzen verursacht vielen Online-Händlern einen enormen Mehraufwand. Der Händlerbund steht Ihnen bei juristischen Fragen als kompetenter Partner zur Seite. [Hier informieren!](#)

Über den Autor

Melvin L. Dreyer ist seit Mitte 2018 Teil der juristischen Fachredaktion. Er war schon während seines Rechtswissenschaft-Studiums journalistisch tätig und hat sein rechtliches Fachwissen in benachbarten Studiengängen vermittelt. Jetzt berichtet und berät er als juristischer Experte regelmäßig zu rechtlichen Neuigkeiten und Fragestellungen in der Welt des E-Commerce.

Titelbild © Zerbor / Fotolia

Beitragsbild © peterschreiber.media / Fotolia

Beitragsbild © DatenschutzStockfoto / Fotolia

Beitragsbild © Tatyana / Fotolia