

Digitale Agenda 2020

DIGITALISIERUNG & E-COMMERCE



INHALT

VORWORT

Der Kunde bleibt im digitalisierten Handel König 04

1

NETZPOLITIK 06

Digitale Infrastruktur 06
 Breitbandausbau und 5G 06
 WLAN 07
 IT-Sicherheit 08
 Künstliche Intelligenz und algorithmische Entscheidungen 09
 Instore-Analysemethoden und Computer Vision 13
 Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel 14

2

DATENSCHUTZ UND VERBRAUCHERPOLITIK 15

Datenschutzgrundverordnung 15
 ePrivacy 15
 Level playing field für digitale Dienstleister 17
 Vertragsbestimmungen im (Online-)Handel 17
 Vertikale Vertriebsbeschränkungen und Plattformverbote 18
 Fairness und Transparenz auf Plattformen 19
 Verantwortlichkeit von Fulfillment Centern 20
 Plattformhaftung/Digital Services Act 22
 Barrierefreiheit von Online-Shops 23
 Abmahnmissbrauch 24

3

STEUERRECHT 25

Fairness im Steuerrecht 25
 Durchsetzung des Umsatzsteuerrechts auch im Online-Handel 27
 Umsatzsteuervereinfachungen für den Versandhandel mit EU-Kunden 28

4	ZAHLUNGSSYSTEME	29
	Kreditkartenzahlung im Internet	29
	ELV im Internet (SEPA 2.0)	30
	Kryptowährungen und digitales Zentralbankgeld	30
	Instant Payment	31
	Kosten für Kreditkartenzahlungen	32
5	INFRASTRUKTUR	33
	Räume verändern sich	33
	Verödung der Innenstädte durch den E-Commerce	34
	Ländliche Versorgung durch E-Commerce	35
	Erhöhtes Verkehrsaufkommen durch E-Commerce	35
	E-Commerce Logistik	36
6	ARBEITSRECHT	37
	Tarifautonomie	37
	Betriebliche Mitbestimmung	38
	Mobile Arbeit	38
	EuGH-Urteil zur Arbeitszeiterfassung	39
	Modernes Arbeitszeitrecht	40
	Arbeitsschutz (Gefährdungsbeurteilung)	40
	Beschäftigtendatenschutz	41
7	BILDUNG	42
8	UMWELT UND ENERGIE	44
	Umweltbezogene Produktinformationen im E-Commerce	44
	Rücknahme von Elektrogeräten	45
	Transportverpackungen	45
	Digitalisierung der Energiewende	46

Der Kunde bleibt im digitalisierten Handel König

Roboter, smarte Spiegel, kassenlose Läden und Social Commerce – die technologischen Innovationsfähigkeiten des Handels scheinen grenzenlos. Doch welche Innovation setzt sich durch? Ob analog oder digital, die Kunden geben die Richtung vor.

In der Flut digitaler Möglichkeiten und technischer Erfindungen ist es schwer, den Überblick zu behalten. Folgende drei Megatrends bestimmen jedoch nachhaltig die Entwicklung des Handels: Künstliche Intelligenz (KI), Daten- und Plattformökonomie. Was haben die drei gemeinsam?

Alle drei stellen den Kunden in den Mittelpunkt. Sie ermöglichen ein flexibles, personalisiertes und bequemes Einkaufserlebnis. Dabei sind sie kein weiteres technisches Gimmick, sondern wahre wirtschaftliche Revolutionen. Denn: Mit dem Einsatz von KI hat die Digitalisierung ihre nächste Evolutionsstufe erreicht. In der Verbindung mit großen Datenmengen (Big Data) bieten sich dem Handel ungeahnte Möglichkeiten, auf Wünsche und Bedürfnisse der Kunden einzugehen. Plattformökonomie verändert mit ihrem hohen Maß an Convenience und Flexibilität für die Kunden die Spielregeln des Handels.

Diese Gamechanger sind jedoch nur der Anfang: Mit dem Einsatz neuer Technologien verändern sich zugleich auch die Anforderungen der Kunden an den Handel und bieten weiteren Innovationen Platz.

Die Digitalisierung verändert das Geschäftsmodell „Handel“ als Beziehungsgeflecht zwischen Erzeugern, Lieferanten, Dienstleistern, Händlern und Kunden. Dem Einzelhandel bieten sich dadurch neue Chancen. Er kann seine Strategie vertikal erweitern, indem er sich nicht mehr auf die reine Handelsfunktion beschränkt. 3D-Drucker zum Beispiel könnten in Zukunft die Möglichkeit bieten, Produkte selbst im Geschäft zu produzieren und sofort zu verkaufen. Auf der anderen Seite treten Hersteller, Dienstleister und Privatpersonen selbst auch als Händler auf und verschärfen damit den Wettbewerb.

Außerdem treibt die Digitalisierung die Internationalisierung des Handels voran. Lokale Geschäfte können Kunden in anderen Ländern erreichen. Erfolg haben sie dabei aber nur, wenn der freie Warenverkehr funktioniert. Auch aus diesem Grund ist der Einzelhandel ein überzeugter Verfechter des Europäischen Binnenmarkts. Dessen Spielregeln müssen nicht neu geschrieben werden. Aber es gilt, eine Reihe von Gesetzen anzupassen. Dabei geht es um Chancengleichheit: Zwischen verschiedenen Ländern, großen und kleineren Unternehmen, sowie zwischen Vertriebswegen.



Die vielleicht weitreichendste Veränderung betrifft das Verhältnis zwischen dem Handel und seinen Kunden. Denn ihre Beziehung löst sich aus dem lokalen Kontext: Wir können überall einkaufen, ob der Anbieter in der eigenen Nachbarschaft oder in einem anderen Land zuhause ist, verliert an Bedeutung. Digitalisierung lässt Vertriebskanäle zusammenwachsen. Kunden bedienen sich ganz selbstverständlich mehrerer Kanäle parallel, verschaffen sich so ein nahtloses Shopping-Erlebnis. Jeder vierte Verbraucher in Deutschland hat schon einmal Click & Collect oder Ship2Store genutzt, also online Bestelltes im Geschäft abgeholt. Oder sich umgekehrt den Pullover, der vor Ort nicht in der richtigen Größe vorrätig war, nach Hause schicken lassen.

Nicht zuletzt bietet uns das Zeitalter der Digitalisierung die Möglichkeit, unsere Vision vom Handel zu realisieren. Denn seien wir ehrlich: Wer träumt nicht vom Laden, bei dem die Regale immer aufgefüllt, die Schlange an der Kasse der Geschichte angehört (weil es gar keine Kasse mehr gibt) und mir als Katzenbesitzer die irrelevante Werbung für Hundefutter nicht eingeblendet wird? Das wäre mit KI und Computer Vision möglich. Die Frage ist: Wie gehen wir das vernünftig an? Diesen und weiteren Fragen widmet sich die Digitale Agenda des Handelsverbands Deutschland (HDE). Eins ist bereits jetzt klar: Ob Online- oder Offline-Handel: Die Zukunft des Handels ist digital.

Josef Sanktjohanser
Präsident Handelsverband Deutschland

NETZPOLITIK



Digitale Infrastruktur

1. Breitbandausbau und 5G

Ein flächendeckender Ausbau der digitalen Infrastruktur ist die Grundlage für die Digitale Transformation und Digitalisierung. Unter Breitbandausbau ist die Gewährleistung eines Zugangs zu einem relativ schnellen Internetzugang in ganz Deutschland zu verstehen. Breitband beschreibt dabei eine hohe Datenübertragungsgeschwindigkeit. Wie hoch diese Geschwindigkeit sein muss, um als Breitband bezeichnet zu werden, ist nicht definiert. Aktuelle offizielle Definitionen reichen von 2 Mbit/s bis 50 Mbit/s. Der Ausbau ist vor allem in ländlichen Regionen mit hohen Kosten verbunden.

// NETZPOLITIK

AKTUELLER STAND

- Die Regierung hat sich zum Ziel gesetzt eine flächendeckende Grundversorgung mit mindestens 50 Mbit/s zu erreichen.
- Zudem wurden im Frühjahr 2019 Frequenzen für 5G versteigert. Die Vergaberegeln sehen vor, dass 98 Prozent aller Haushalte bis Ende 2022 damit versorgt werden sollen.
- Bis spätestens 2025 sollen mindestens die 20 größten Städte Deutschlands mit 5G-Konnektivität ausgestattet werden.
- Bis Ende 2025 soll eine „gigabitfähige konvergente Infrastruktur“ in Deutschland errichtet sein.
- Im Rahmen der „Netzallianz Digitales Deutschland“ haben sich die Telekommunikationsanbieter verpflichtet, jährlich 8 Milliarden Euro in den Breitbandausbau zu investieren. Ab 2017 sollen diese Investitionen „bedarfsgerecht steigen“, also werden jährlich 8 Milliarden Euro + X investiert. In den nächsten 10 Jahren sollen etwa 80 Milliarden Euro investiert werden.
- Der Bund hat ein Breitbandförderprogramm aufgesetzt, seit Mitte 2019 in einer zweiten Runde mit einer Fördersumme zwischen 100.000 Euro und 30 Millionen Euro pro Projekt (im Regelfall 50 Prozent der Ausgaben) den Breitbandausbau in unterversorgten Gebieten unterstützt.
- Um den Handelsstandort Innenstadt zu stärken, sind Städtebaufördermittel für den Ausbau der digitalen Infrastruktur nötig.
- Zudem bietet eine gute Breitbandversorgung stationären Händlern die Chance, auch online zu verkaufen und Märkte zu erweitern. Dies bietet besonders für hochspezialisierte Fachhändler/Nischenhändler Potenzial.
- Flächendeckendes Breitband bietet zusammen mit Online-Handel die Chance für den Handel, Menschen zu erreichen, die ihn nicht mehr erreichen können. Damit wird die Versorgung des ländlichen Raumes gewährleistet. Klein- und Mittelstädte und ländliche Regionen müssen daher beim Breitbandausbau Vorrang haben.
- Ein wichtiger Faktor für die wachsende Bedeutung des Online- und des Multi-Channel-Handels ist die zunehmende Verbreitung von Smartphones und Tablet-PCs. Die Zunahme eröffnet dem Einzelhandel viele neue Chancen, setzt aber auch ein gut ausgebautes mobiles Datennetz voraus.
- Der Ausbau sollte technologieoffen erfolgen. Vectoring kann den Datendurchsatz auf vorhandenen Kupferleitungen kurzfristig verdoppeln. Langfristig muss jedoch der Glasfaserausbau forciert werden.

POSITION DES HDE

- Für das Wachstum im Bereich des Online-Handels ist ein flächendeckendes, hochleistungsfähiges Internet unabdingbar.
- Professionelle Onlineshops und zugehörige Marketingaktivitäten basieren auf schnellen Internetverbindungen.
- Eine gute Breitbandversorgung ist auch für Geschäftsprozesse und Kommunikation des stationären Handels wichtig und ermöglicht darüber hinaus den Einsatz von Technologien am POS (z. B. Kartenzahlung oder neue innovative Anwendungen wie Beacons).

2. WLAN

WLAN ist die wichtigste technische Infrastruktur für viele digitale Entwicklungen am POS und die Verknüpfung von Offline- und Online-Handel. Die Störerhaftung galt als einer der wichtigsten Gründe, weshalb sich öffentliche WLAN-Angebote in Deutschland noch nicht verbreitet haben. Da nicht eindeutig geklärt war, ob Anbieter von öffentlichen WLANs für Rechtsverstöße der Nutzer einstehen müssen, gaben 55 Prozent der Händler rechtliche Risiken als Haupthinderungsgrund für eine Errichtung von öffentlich zugänglichen WLAN-Optionen an.

// NETZPOLITIK

AKTUELLER STAND

- Am 30. Juni 2017 wurde der Regierungsentwurf zur dritten Änderung des Telemediengesetzes mit nur minimalen formalen Änderungen vom Bundestag verabschiedet.
- Der BGH legte mit Urteil vom 26. Juli 2018 das neue TMG-Gesetz europarechtskonform aus: „der Anspruch auf Sperrmaßnahmen (ist) nicht auf bestimmte Sperrmaßnahmen beschränkt und auch die Pflicht zur Registrierung von Nutzern, zur Verschlüsselung des Zugangs mit einem Passwort oder – im äußersten Fall – zur vollständigen Sperrung des Zugangs umfassen (kann).“

POSITION DES HDE

- Händler müssen in die Lage versetzt werden, ihren Kunden ohne Haftungsrisiken rechtssicher die Nutzung eines öffentlichen WLANs anzubieten.
- Der Zugang zum WLAN muss Kunden so leicht wie möglich gemacht werden. Registrierungen oder Passworteingaben sind umständlich und praxisfern.
- Die Einrichtung von Netzsperrern zur Verhinderung von Rechtsverletzungen birgt insbesondere für kleine Händler zusätzlichen Koordinations- und Kostenaufwand. Es muss sichergestellt werden, dass ihr Einsatz im Verhältnis zum wirtschaftlichen Aufwand der WLAN-Anbieter steht.

IT-Sicherheit

Insgesamt **900 Millionen Schadprogramme** gibt es laut Angaben des Bundesamtes für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) derzeit, allein im vergangenen Jahr seien 114 Millionen neue Schadsoftware-Varianten hinzugekommen. Jeden Tag werden außerdem bis zu 110.000 neue Botinfektionen in deutschen Systemen festgestellt. Händler zählen zu den Opfern diverser IT-Angriffe, insbesondere in Form von Distributed-Denial-of-Service-Angriffen (DDoS). Hierbei werden künstlich Anfragen erzeugt, die das System nicht mehr beantworten kann und dadurch zusammenbricht. Neben diesen Angriffen werden zudem erpresst. Hierbei entsteht zum einen ein finanzieller Schaden und zum anderen verliert der Verbraucher das Vertrauen, insbesondere, wenn Daten entwendet werden.

AKTUELLER STAND

- Das Bundesinnenministerium (BMI) hat im April 2020 den Referentenentwurf für das IT-Sicherheitsgesetz 2.0 vorgelegt.
- Im Mittelpunkt steht dabei die Rolle des Bundesamtes für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI), dessen Befugnisse im BSI-Gesetz geregelt werden. Hier plant das Innenministerium Änderungen. Paragraph 4a soll dem BSI weitreichende Kontrollmöglichkeiten über die Kommunikationstechnik des Bundes einräumen. Künftig, so schreibt das Ministerium in der Begründung, solle das BSI auch in der Lage sein, „die verschlüsselte Kommunikation des Bundes“ zu öffnen und zu analysieren.
- Auch für die passive Gefahrenabwehr bekommt das BSI demnächst mehr Befugnisse. Paragraph 7b, Absatz 4, erlaubt dem BSI beispielsweise, so genannte „**Honeypots**“ zu bauen: Mit deren Hilfe wird Schadprogrammen ein erfolgreicher Angriff vorgetäuscht, damit Daten über den Code des Programms und die Angriffsmethoden erhoben werden können.



// NETZPOLITIK



- Neu ist ebenfalls das „**IT-Sicherheitskennzeichen**“, das eine Selbsterklärung des Herstellers und eine Information des BSI über mögliche Sicherheitslücken enthalten soll.
- Am 27. Juni 2019 trat zudem der EU Cybersecurity Act in Kraft. Mit der europäischen Verordnung wird zum einen das Mandat der EU-Cybersicherheitsagentur (Agentur der Europäischen Union für Netz- und Informationssicherheit, ENISA) gestärkt und zum anderen ein EU-weit geltendes Rahmenwerk für die IT-Sicherheitszertifizierung von Produkten, Dienstleistungen und Prozessen etabliert.

POSITION DES HDE

- Cyberangriffe und technische Ausfälle sind Hindernisse für das Ausschöpfen des wirtschaftlichen Potenzials, das im elektronischen Handel steckt. Ausfälle belasten Wirtschaft und Verbraucher gleichermaßen mit erheblichen finanziellen und rechtlichen Folgen.
- Darüber hinaus beeinträchtigen sie das Vertrauen in das Internet insgesamt.

Der HDE unterstützt die Initiative der IT-Branche zur freiwilligen Meldung von IT-Sicherheitsvorfällen. Ein entsprechendes Meldesystem hat die ITK-Branche in Zusammenarbeit mit dem BSI unter www.allianz-fuer-cybersicherheit.de bereits etabliert. Deshalb haben das BSI und der HDE eine Kooperation für mehr Cybersicherheit im Handel in Deutschland geschlossen. Die Partnerschaft sensibilisiert insbesondere mittelständische Handelsunternehmen für das Thema und stärkt das Engagement für IT-Sicherheit langfristig.

Künstliche Intelligenz und algorithmische Entscheidungen

Aufgrund ihrer Schnittstellenfunktion befinden sich Händler im komplizierten Beziehungsgeflecht zwischen Kunden, Herstellern, Logistikern und Plattformen. Um im Wettbewerb zu bestehen, gilt es, die Kundenbedürfnisse optimal zu erfassen und möglichst effizient und passgenau zu erfüllen – also die richtigen Entscheidungen zur idealen Einbindung der Akteure zu treffen. Algorithmen und KI erschließen dabei neue Dimensionen der Prozessoptimierung, Personalisierung und Entscheidungsgenauigkeit.

Der Kunde in der digitalisierten Welt fordert maßgeschneiderte Angebote, stellt sich selbstbewusst in den Mittelpunkt und will seine individuelle Handelswelt erleben. So sind **65 Prozent der Deutschen vor allem Anbietern treu, die ihr Angebot gezielt auf die Bedürfnisse und Vorlieben des Kunden zuschneiden**. Um dieser Nachfrage zu entsprechen planen **45 Prozent der Händler in den kommenden drei Jahren künstliche Intelligenz einzusetzen**.

Bereits heute nutzen Händler KI und Algorithmen in folgenden Einsatzbereichen:

1. Planung und Prozesse

- **Intelligente Bedarfsprognosen** erlauben die Optimierung der Bestellmengen und Automatisierung der Bestellprozesse, sodass Lagerbestände reduziert, Rücksendungen minimiert und Ressourcen effizienter eingesetzt werden können
- **Betrugspräventionssysteme** entscheiden auf Basis von Verhaltens-, Zahlungs- und Produktdaten in Sekundenschnelle, welche Zahlungsarten einem Käufer angeboten werden und ermöglichen den beliebten Kauf auf Rechnung
- **Intelligente Lieferrouten** und -roboter berücksichtigen aktuelle Verkehrs- und Wetterdaten, um eine schnelle und zeitgenaue Lieferung zum Kunden zu ermöglichen.

// NETZPOLITIK

2. Produktangebot und -darstellung

- **Personalisierte Produktempfehlungen**, Sonderangebote und Rabatte berücksichtigen individuelle Wünsche & Bedürfnisse der Kunden und können so relevante Angebote ausspielen
- **Intelligente Produktdarstellung** und Websitegestaltung stellt relevante Inhalte für den Kunden in übersichtlicher Weise dar, indem z. B. Produktbewertungen nach Themen gefiltert werden
- **Intelligente Preisgestaltung** ermittelt den optimalen Preis unter Berücksichtigung von z. B. Wettbewerbspreisen, Wetterdaten und Lagerbeständen, um Lagerbestände zu reduzieren und Kostenunterschiede zu berücksichtigen

3. Beratung und Service

- **Chatbots** bieten 24/7 Online-Kundenberatung und assistieren Mitarbeitern in Call Center und Kundenchat, sodass Warteschlangen vermieden werden
- **Intelligente Einkaufshilfen** wie Alexa und Co. ermöglichen ein komfortables Einkaufserlebnis indem sie bei der Einkaufsplanung unterstützen und den Kaufprozess vereinfachen
- **Verkaufs- und Promotion-Roboter** unterstützen als digitale Verkäufer im stationären Geschäft z. B. bei der Navigation und Vorstellung von Produkten und Techniken

Aktuelle Best Practice-Beispiele für KI-Anwendungen im Handel finden Sie auf unserer Seite: handel4punkt0.de/kuenstliche-intelligenz

Im Rahmen der Debatte über „digitale Ethik“ gibt es Forderungen nach mehr Transparenz von Algorithmen, da diese diskriminierende und stigmatisierende Wirkung entfalten können, wenn sie fehlerhaft programmiert sind oder anhand verzerrender Daten trainiert wurden.

Dabei muss zwischen zwei Ansätzen differenziert werden: Der externen Kontrolle von Algorithmen und algorithmischen Entscheidungen hinsichtlich Rechtsverstößen durch eine Aufsichtsbehörde (Stichwort „Algorithmen-TÜV“) auf der einen Seite und der (zumindest teilweisen) Offenlegung dieser Algorithmen gegenüber Verbrauchern auf der anderen Seite.

Die Gründe, weshalb der Handel sein Angebot und seine Services vermehrt differenziert sind unterschiedlich:

- Unterschiedliche Bedürfnisse und Interessen z. B. Kleidungsstil
- Unterschiedliche Risiken z. B. Zahlungsausfälle
- Unterschiedliche Kosten z. B. Liefergebiete
- Geschäftsstrategie z. B. Abverkauf saisonaler Artikel
- Unterschiedliche Zahlungsbereitschaft

Was als Diskriminierung bezeichnet wird, ist häufig eine legitime unternehmerische Differenzierung, die auch dem Verbraucher nutzt.

AKTUELLER STAND

→ Am 15. November 2018 hat die Bundesregierung ihre Strategie Künstliche Intelligenz verabschiedet. Die Strategie wurde gemeinsam durch BMWi, BMBF und BMAS erarbeitet. Mit ihr will die Bundesregierung den exzellenten Forschungsstandort Deutschland sichern, die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft ausbauen und die vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten von KI in allen Bereichen der Gesellschaft fördern. Der Nutzen für Mensch und Umwelt soll dabei in den Mittelpunkt gestellt und der intensive Austausch zum Thema KI mit allen gesellschaftlichen Gruppen gestärkt werden. Um die ehrgeizigen Ziele zu erreichen, hat die Bundesregierung beschlossen, 2019 eine halbe Milliarde Euro zusätzlich in Maßnahmen zur KI-Förderung zu investieren. Im Fokus stehen die Bereiche Forschung, Transfer, gesellschaftlicher Dialog, Technikfolgenabschätzung, Qualifikation und Datenverfügbarkeit.

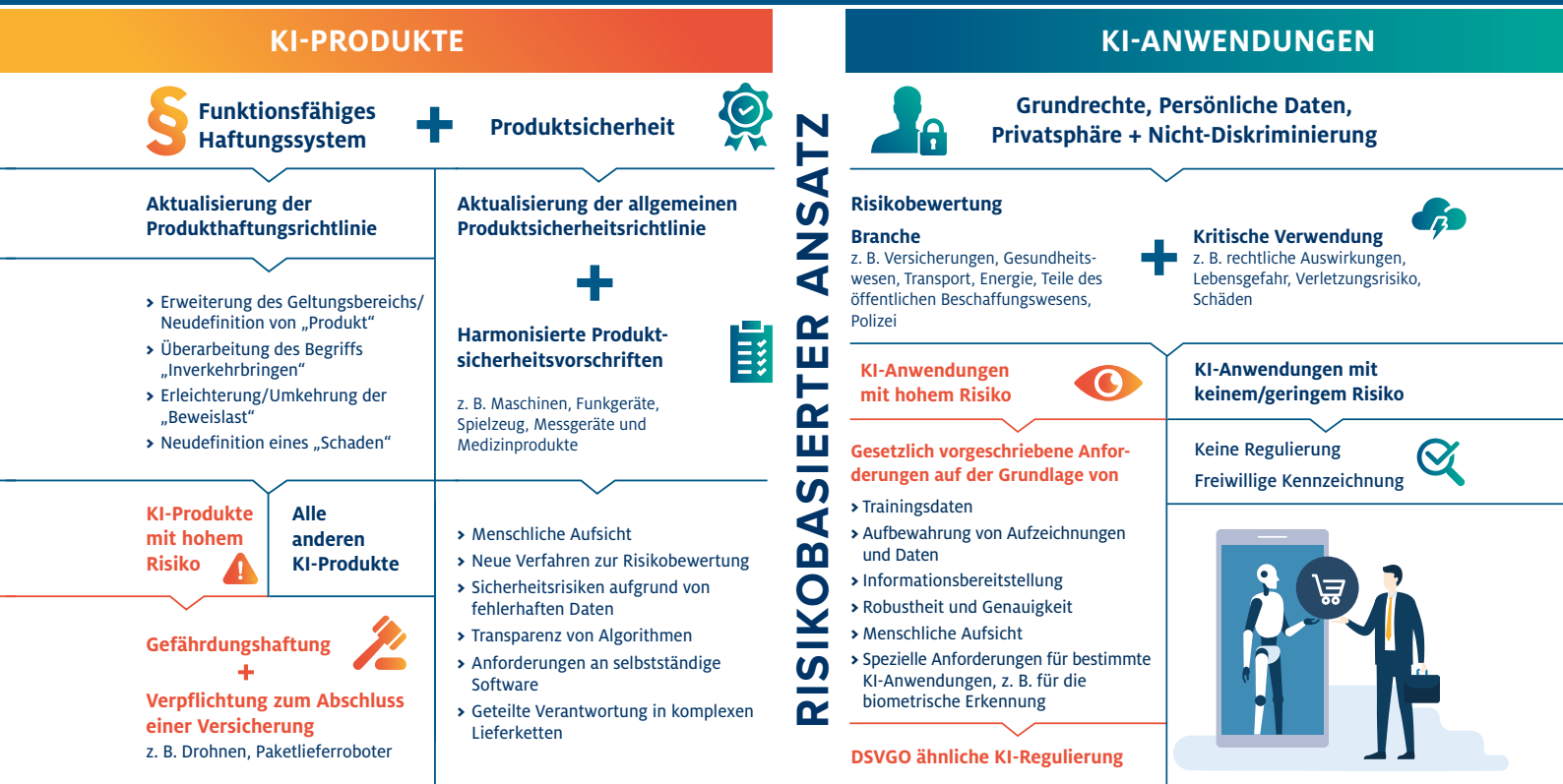
// NETZPOLITIK

- Die Enquete-Kommission des Bundestages zur Künstlichen Intelligenz gibt ihre Handlungsempfehlungen im Sommer 2020 zum Abschluss ihrer zweijährigen Arbeitsperiode der Bundesregierung.
- Mitte Februar 2020 hatte die EU-Kommission in einem Weißbuch und einem begleitenden Bericht zu Robotik und dem Internet of Things erste Regulierungsvorschläge für den Bereich der Künstlichen Intelligenz vorgestellt. Die zum Weißbuch, den identifizierten Problembereichen (z. B. Diskriminierung, Grundrechte und Haftung) und den Lösungs-

vorschlägen dazugehörige Konsultation wurde kürzlich auch auf Drängen des HDE bis zum 14. Juni 2020 verlängert.

- Es sind drei Regulierungsabsichten zu erwarten: eine horizontale KI-Regulierung zur Wahrung der Grundrechte und des Diskriminierungsverbots, eine Revision der Produkthaftungsrichtlinie und verschiedene Anpassungen im Produktsicherheitsrecht. Der EU-Regulierungsansatz für das gesamte Themenfeld KI ist in der folgenden Grafik zusammengefasst.

Der EU-Ansatz zur Regulierung der Künstlichen Intelligenz 



RISIKOBASIERTER ANSATZ

// NETZPOLITIK

POSITION DES HDE

→ Algorithmen sind entscheidend an der Gestaltung moderner Handelsunternehmen beteiligt: Sie ermöglichen eine Anpassung des Produktangebots an die individuellen Bedürfnisse und Wünsche der Kunden, erlauben eine Abschätzung des Zahlungsausfallrisikos und optimieren Absatzprognosen und Liefer-routen.

Die dahinterstehenden Entscheidungen sind nicht neu. Auch im klassischen Tante-Emma-Laden schlägt der Händler Stammkunden ihre Lieblingsprodukte vor und lässt nur vertrauenswürdige Kunden anschreiben – diese Entscheidungen sind Teil der unternehmerischen Freiheit und integrativer Bestandteil der Unternehmensstrategie.

→ Genauso wie es grob fahrlässig ist, die Erfolge von Algorithmen im kommerziellen Bereich einfach so auf andere Problemfelder wie die Handlungen von Menschen zu übertragen, ist es innovationshemmend und deplatziert, aus Regulatorik für sensible gesellschaftliche Vorgänge auf einfache Empfehlungsalgorithmen und Mustererkennung zu schließen. Der HDE begrüßt deshalb das Risikobewertungsschema des EU-Parlaments für KI und automatisierte Entscheidungsfindung sowie einen gemeinsamen, risikobasierten europäischen Ansatz, um die Vorteile dieser Prozesse zu sichern und die Risiken in der gesamten EU zu mindern.

→ Eine staatliche Überprüfung oder Zwang zur Offenlegung von Algorithmen würde Unternehmen einer allgemeinen a priori Kontrolle unterwerfen und somit einen übermäßig starken Eingriff in die Geschäftsaufonomie eines jeden Unternehmers bedeuten.

Zudem ergeben sich folgende Risiken aus der Offenlegung von Algorithmen:

- **Innovationshemmend:** Algorithmen sind zum Wettbewerbsfaktor geworden. Wenn ihre Kriterien und deren Gewichtungen offengelegt werden müssen, verschwindet der Anreiz für Innovationen.

- **Manipulation:** Transparente Algorithmen sind manipulierbar, sodass beispielsweise irrelevante aber algorithmisch optimierte Ergebnisse priorisiert werden könnten.
- **Umsetzungsaufwand:** Transparenzpflichten bringen bürokratischen Aufwand – für Unternehmen und Behörden. Algorithmen sind oft vielschichtig, ändern sich häufig und enthalten Zufallszüge, was eine effektive Überprüfung erschwert. Zudem fehlen die nötigen IT-Experten.
- **Absprachen:** Geheime Geschäftsinformationen werden freigelegt, wodurch abgestimmtes Wettbewerbsverhalten erleichtert wird.
- **Benachteiligung:** Deutsche Digitalunternehmen werden im internationalen Wettbewerb benachteiligt.

Schon jetzt werden Verbraucher vor jeglicher ungerechtfertigten Diskriminierung (AGG), sowie vor unlauterem Verhalten und Irreführungen (UWG) geschützt. Dies gilt sowohl in der analogen Wirtschaft mit menschlichen Entscheidungen, als auch in der digitalen Wirtschaft mit datenbasierten Entscheidungen.

Folgender rechtlicher Rahmen für Algorithmen schützt den Verbraucher:

- **Diskriminierungsverbot:** Die Benachteiligung von Kunden aus Gründen der Rasse oder der ethnischen Zugehörigkeit, des Geschlechts, der Religion oder Weltanschauung, einer Behinderung, des Alters oder der sexuellen Identität ist unzulässig.
- **Datenschutz:** Personenbezogene Daten des Kunden dürfen nur erhoben, verarbeitet und verwendet werden, soweit dies datenschutzrechtlich zulässig ist, weil ein gesetzlicher Erlaubnistatbestand oder eine Einwilligung des Kunden vorliegt.
- **Informationen:** Händler müssen die Irreführung des Verbrauchers vermeiden. Bei einem Verstoß kann der betreffende Händler von Konkurrenten oder Verbraucherverbänden abgemahnt und zur Abgabe einer Unterlassungserklärung veranlasst werden.

// NETZPOLITIK

Instore Analysemethoden und Computer Vision

Momentan etablieren sich neue Technologien im Einzelhandel, die neben anderen Anwendungsmöglichkeiten auch dazu geeignet sind, Kundenverhalten zu erfassen und zu analysieren. Technologien wie Bluetooth Low Energie (BLE) und WLAN können massive Kundendaten speichern und Bewegungsströme erfassen. Auch der Einsatz von Computer Vision, d.h. maschinelles Sehen durch Verknüpfung von Künstlicher Intelligenz mit Videokameras und daraus genierten Datenmengen, hat zugenommen, um Werbeanzeigen offline zu personalisieren. Die Daten werden nicht gespeichert und sind nicht-personenbezogen, dennoch werden sie in der Öffentlichkeit kritisch wahrgenommen.

Diese und andere Technologien setzen sich immer weiter durch. Man kann davon ausgehen, dass sie in Zukunft eine größere Rolle im Einzelhandel spielen werden.

AKTUELLER STAND

- Die Nutzung von Kameras für Analysezwecke ist nur sehr beschränkt möglich. Die erhobenen Daten dürfen nicht personenbezogen sein und müssen anonymisiert werden. Zudem muss das Foto- und Videomaterial sofort gelöscht werden.
- Im Vorfeld der Veröffentlichung des KI-Weißbuchs der Kommission wurden in einem Arbeitspapier spezielle Auflagen (und sogar Verbot) für Gesichtserkennung diskutiert. Das am 19. Februar 2020 veröffentlichte Weißbuch enthält kein Verbot von Gesichtserkennungssoftware oder anderer Anwendungen der Computer Vision. Auch hier gilt der risikobasierte Ansatz (siehe oben). Als Teilgebiet der KI wird Computer Vision im Rahmen des Weißbuchs diskutiert.
- Andere Technologien (WLAN, BLE, Ultraschall) werden derzeit durch die ePrivacy-Verordnung neu geregelt.
- Die mediale Diskussion dreht sich um berechtigte Fragen: Was passiert mit den erfassten Daten? Wozu Gesichtserkennung? Greift der Datenschutz? Was darf KI?

POSITION DES HDE

- Neue Technologien sind eine große Chance für den stationären Einzelhandel, um Kunden besser anzusprechen oder interessantere Inhalte anzubieten. Das Smartphone eignet sich dabei hervorragend, um als Bindeglied zwischen Ladengeschäft, Kunde und Internet zu fungieren.



// NETZPOLITIK

- Neue wie alte Technologien dürfen nur unter Beachtung der entsprechenden Datenschutzbestimmungen eingesetzt werden.
- Der Handel braucht keine Gesichtserkennung, um die Vorteile von Computer Vision für sich nutzen zu können. Dank der Messtechnik, die Computer Vision Systeme bereits jetzt ausgezeichnet beherrschen, können biometrische Daten für die Differenzierung einzelner Kunden genutzt werden, um Geschäftsmodelle wie bequemes kassenloses Bezahlen zu ermöglichen. Dabei sind die Kameras an der Decke montiert und nicht in der Lage, die Gesichter der Kunden zu filmen. Auch das automatische Verbergen von Gesichtern z. B. mittels Verpixelung, ist eine Möglichkeit die Vorteile von Computer Vision zu nutzen.
- Computer Vision – ob mit oder ohne Gesichtserkennung – und andere Instore-Analysemethoden müssen möglich sein: Bestimmte biometrische Identifikationssysteme tragen zu maßgeblichen Innovationen im Handel bei, wie z. B. das Bezahlen per Fingerabdruck. Diese sollten im Sinne der

Innovationsförderung sowie der Erleichterung von Prozessen für den Kunden und Anbieter weiterhin möglich sein.

Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel

Seit Juli 2019 unterstützt der HDE als Konsortialführer gemeinsam mit seinen Partnern ibi research, IFH und EHI den mittelständischen Handel bei der digitalen Transformation. Das Projekt wird innerhalb der Initiative Mittelstand-Digital vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie gefördert und läuft bis Ende Juni 2022. Die Nachfrage an den Angeboten ist bei kleinen und mittleren Unternehmen extrem hoch. Dieses Projekt sollte daher verstetigt und als feste Anlaufstelle für KMU verankert werden. Gerade der mittelständische Handel braucht Unterstützung bei der Digitalisierung, um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben und seiner gesellschaftlichen Rolle gerecht zu bleiben.



DATENSCHUTZ UND VERBRAUCHERPOLITIK 2



Datenschutzgrundverordnung

AKTUELLER STAND

Die Datenschutzgrundverordnung ist am 25. Mai 2018 in Kraft getreten. Insbesondere die sehr weitreichenden Informationspflichten verursachen für die Unternehmen einen großen Aufwand.

Die Auslegung der vielen unbestimmten Rechtsbegriffe und der abstrakten Regelungen ist jedoch oft noch nicht eindeutig geklärt, so dass in der praktischen Anwendung nach wie vor große Rechtsunsicherheit herrscht. Klarheit wird erst im Laufe der nächsten Jahre durch Auslegungsentscheidungen des Europäischen Datenschutzausschusses und des EuGHs eintreten.

POSITION DES HDE

→ Im Hinblick auf die praktische Umsetzung der Vorschriften hat der HDE bereits gefordert, die Informationspflichten auf ihren Nutzen für den Betroffenen zu überprüfen und bestimmte Informationspflichten zu streichen.

→ Künftig sollen derart umfangreiche und abstrakte Regelungen zudem erst durch die Unternehmen angewendet werden müssen, wenn zuvor die in der Verordnung vorgesehenen Leitfäden oder Entscheidungen zur konkretisierenden Auslegung des Gesetzes vorliegen.

ePrivacy

Anfang 2017 legte die Europäische Kommission ihren Vorschlag für eine Novelle der Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation 2002/58/EG (sog. E-Privacy-Richtlinie) vor. Mit den vorgeschlagenen Maßnahmen sollen die geltenden Regeln modernisiert und ihr Anwendungsbereich auf alle Anbieter elektronischer Kommunikation ausgeweitet werden. Gleichzeitig sollen mit dem Vorschlag die Vorschriften für die elektronische Kommunikation an die DSGVO angepasst werden, um Kohärenz zu schaffen.

// DATENSCHUTZ & VERBRAUCHERPOLITIK

AKTUELLER STAND

- Das Europäische Parlament fordert ein deutlich höheres Regulierungsniveau als die Kommission und dementsprechend einen strikteren Schutz der Privatsphäre – insbesondere in dem sie das ohnehin schon dominierende Element der Einwilligung als Grundlage für die Datenverarbeitung weiter stärkt.
- Der Ministerrat konnte sich bis zum Ende des Jahres 2019 nicht auf eine Position einigen.

Es wird auf eine weitere Verfolgung der ePrivacy-Verordnung unter der deutschen Ratspräsidentschaft in der zweiten Jahreshälfte 2020 gehofft.

POSITION DES HDE

- In der ePrivacy-Verordnung werden für viele digitale Dienste von der DSGVO abweichende Regeln vorgeschlagen. Das würde zu Abgrenzungsproblemen und zu neuen Rechtsunsicherheiten führen. Hier muss die größtmögliche Kohärenz sichergestellt werden. Insbesondere muss das Setzen eines Cookies aufgrund eines berechtigten Interesses des Verantwortlichen zulässig sein.
- Die Technikregulierung des Browsers in Artikel 10 ist abzulehnen, weil sie es Webseitenbetreibern stark erschwert, die nach Artikel 8 künftig erforderliche

Einwilligung für das Setzen von Cookies vom Nutzer einzuholen. Bei zielgerichteter Werbung würde daher eine starke Marktkonzentration bei den internationalen Log-In-Giganten entstehen, die abzulehnen ist.

- Artikel 8 Absatz 2 des Kommissionsvorschlags ermöglicht, Informationen zum Verbindungsaufbau mit anderen Geräten zu erheben (z.B. im WLAN), wenn darauf in dem dort beschriebenen Maße hingewiesen wird. Diese Regelung ist weitgehend praxisgerecht und sollte unbedingt beibehalten werden. Sie ist zum Beispiel für die Digitalisierung des stationären Einzelhandels von zentraler Bedeutung.

Praktisch nicht umsetzbar ist dagegen die Forderung, auch insoweit einen Einwilligungsvorbehalt im Gesetzestext zu verankern. Denn in der Praxis bestehen große Probleme, die danach erforderliche Einwilligung einzuholen und zu dokumentieren. Der stationäre Handel ist auch im Vergleich zum stark wachsenden Online-Handel darauf angewiesen, von den Möglichkeiten der Digitalisierung zu profitieren, z. B. im Hinblick auf die Präsentation von Produkten an viel frequentierten Wegen im Laden oder der Ladengestaltung insgesamt. Auch die gezielte Ansprache von Kunden im Ladengeschäft, z. B. die digitale Übermittlung eines Gutscheins für ein Produkt, für das sich ein Kunde interessiert, sollte möglich sein.

- Eine effektive und zugleich verhältnismäßige Rechtsdurchsetzung muss sichergestellt werden.



// DATENSCHUTZ & VERBRAUCHERPOLITIK

Level playing field für digitale Dienstleister

Das Internet gibt digitalen Dienstleistern wie z. B. Plattformen die Möglichkeit, ihre Dienste weltweit anzubieten und auszurichten. Dadurch können sie sich auch auf dem deutschen Markt bewegen, selbst wenn sich ihr Sitz in einem anderen EU-Mitgliedsstaat oder sogar außerhalb der EU befindet. Sie treten damit in vielfältigen Wettbewerb mit nationalen Anbietern.

AKTUELLER STAND

- Innerhalb der EU gilt zwar weitgehend das Marktortprinzip. Es wird aber in wesentlichen Rechtsbereichen wie dem Steuerrecht durch das Herkunftslandprinzip unterhöhlt. Dieses Herkunftslandprinzip verursacht Wettbewerbsverzerrungen.
- Die Aktivitäten digitaler Dienstleister, die ihren Sitz außerhalb der europäischen Union haben, unterliegen de facto grundsätzlich dem Rechtsregime des Staates, in dem sich ihr Sitz befindet.

POSITION DES HDE

- Wenn ein Online-Dienstleister seine Tätigkeit auf den nationalen Markt ausrichtet und auf diese Weise mit deutschen Anbietern in den Wettbewerb eintritt, muss er auch das nationale Recht vollumfänglich beachten. Das Marktortprinzip muss daher auch für alle digitalen Dienstleistungen vollumfänglich Anwendung finden.
- Die nationalen Aufsichtsbehörden müssen wirksam sicherstellen, dass die nationalen und europäischen Vorschriften beachtet werden. Wettbewerbsvorteile durch einen abweichenden Standort des digitalen Dienstleisters am nationalen Markt sind auf diese Weise wirksam auszuschließen. Dies muss auch gelten, wenn der digitale Dienstleister seinen Sitz außerhalb der EU hat.

Vertragsbestimmungen im (Online-)Handel

Die Kommission präsentierte Ende 2015 zwei Vorschläge für EU-Richtlinien zur Harmonisierung einzelner Aspekte des Vertragsrechts im Online-Handel in Bezug auf den:

1. Vertrieb von Sachgütern über den Online-Handel oder andere Fernabsatzkanäle
2. Vertrieb digitaler Inhalte wie Musik(-Downloads), Filme, Software, Spiele, E-Books etc., aber auch Cloud-Speicherdienste u.ä.

Der Warenkauf ist zur Zeit über die Verbrauchsgüterkaufrichtlinie von 1999 minimalharmonisiert, mit deutlichen nationalen Abweichungen. Für digitale Inhalte gibt es kaum spezifische Vorschriften in den Mitgliedstaaten. Durch angegliche Regeln und Rechtssicherheit soll es Unternehmen erleichtert werden, grenzüberschreitend zu verkaufen, um so ihre Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen. Im Bereich der digitalen Inhalte soll ein Vakuum gefüllt und dem Entstehen national divergierender Regelungen vorgebeugt werden, da diese zumeist noch nicht existieren.

AKTUELLER STAND

- Die EU-Richtlinien zur Harmonisierung des Vertragsrechts wurden am 22. Mai 2019 im EU-Amtsblatt veröffentlicht. Damit steht fest, dass die Richtlinien bis zum 1. Juli 2021 in nationales Recht umgesetzt werden müssen und die neuen Vorschriften ab dem 1. Januar 2022 anwendbar werden. Die alte Richtlinie 1999/44/EG wird ab dem 1. Januar 2022 aufgehoben.

POSITION DES HDE

- Grundsätzlich unterstützt der HDE die Absicht, im Binnenmarkt einheitliche Regeln in Zusammenhang mit dem Kaufvertrag zu schaffen. Lücken beim harmonisierten Vertragsrecht sollten auf Basis der Verbrauchsgüterkaufrichtlinie geschlossen werden.

// DATENSCHUTZ & VERBRAUCHERPOLITIK

Deren Regelungsniveau ist ausreichend und bietet die realistischste Grundlage für eine Einigung. Keinesfalls darf ein neues EU-Vertragsrecht über dieses Verbraucherschutzniveau hinausgehen.

- Somit widerspricht der HDE einer Ausweitung der bestehenden Gewährleistungsrechte – insbesondere der Verlängerung der Gewährleistungsfrist/der Frist für die Beweislastumkehr.
- Der HDE spricht sich für einheitliche Vorschriften für Online- und Offline-Käufe und gegen eine Benachteiligung bestimmter Vertriebskanäle aus. Nach der Beschlussfassung des Ministerrats soll de facto auf eine Vollharmonisierung des europäischen Kaufrechts verzichtet werden (zumindest in den entscheidenden Bereichen der Richtlinie), während gleichzeitig die Frist für die Beweislastumkehr im Gewährleistungsrecht von derzeit sechs Monaten auf ein Jahr angehoben werden soll. Da die Fristen für die Gewährleistung und die Beweislastumkehr dabei nur mindestharmonisiert sind, droht dem Handel bei der Umsetzung auf nationaler Ebene eine erneute Diskussion über das Verbraucherschutzniveau im Gewährleistungsrecht.
- Zudem wurden weitere Verschärfungen der Verbraucherrechte mit Kostenwirkungen für die Einzelhändler beschlossen, insbesondere die realitätsferne Update-Pflicht. Nachdem das Ziel der Vollharmonisierung aufgegeben wurde, stehen den drohenden Belastungen damit kaum Vorteile gegenüber.

Vertikale Vertriebsbeschränkungen und Plattformverbote

Markenartikelhersteller versuchen zunehmend, Einfluss auf die Vertriebsentscheidungen des Einzelhandels zu nehmen. Insbesondere im Online-Handel kam es in der Vergangenheit zu Versuchen, Mindestpreise durchzusetzen und den Vertrieb im Internet oder über Plattformen zu verbieten. Entsprechende Verpflichtungen des Händlers sind häufig Bestandteil selektiver Vertriebsvereinbarungen.

AKTUELLER STAND

- Nach den Vertikal-Leitlinien der EU-Kommission sind solche Beschränkungen des Online-Handels grundsätzlich unzulässig.
- In selektiven Vertriebssystemen dürfen die objektiven Anforderungen der Hersteller an den Vertrieb nicht zu einem de facto Verbot des Internethandels führen. Nach der neueren Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofes (EuGHs) – Urteil vom 6. Dezember 2017, Az. C-230/16 – sind aber pauschale Plattformverbote mindestens für bestimmte Produkte aus dem Luxussegment zulässig, weil diese nicht zu einem Verbot des gesamten Online-Vertriebs führten.
- Der EuGH folgt mit seiner Auffassung zur Rechtmäßigkeit pauschaler Plattformverbote der Wertung der Europäischen Kommission aus der Sektoruntersuchung zum elektronischen Handel. Danach beschränken Plattformverbote weder die effektive Nutzung des Internets als Verkaufskanal noch führen sie per se zu einem de facto-Verbot des Internethandels.
- Nach den Ergebnissen einer Sektoruntersuchung der EU-Kommission haben 64 Prozent der befragten Hersteller innerhalb der vergangenen zehn Jahre ihren eigenen Online-Shop eröffnet.

POSITION DES HDE

- Der HDE will die Autonomie der Einzelhändler bei ihren Vertriebsentscheidungen verteidigen. Die bestehenden kartellrechtlichen Rahmenbedingungen bieten für Hersteller und Händler angemessene Möglichkeiten, sachgerechte Lösungen zu finden.
- Die objektiven Kriterien selektiver Vertriebssysteme müssen für den Online-Handel genauso wie für den stationären Handel gelten. Dabei muss sichergestellt sein, dass der Hersteller Kriterien gegenüber dem Online-Handel durchsetzen kann, die denen des stationären Handels gleichwertig sind. Willkürliche Diskriminierungen einzelner Vertriebskanäle durch die Hersteller werden abgelehnt. Plattformen sind

// DATENSCHUTZ & VERBRAUCHERPOLITIK

eine Chance für den mittelständischen Einzelhandel, um im Wettbewerb zu bestehen. Pauschale Plattformverbote werden daher abgelehnt.

- Daher bewertet der HDE die aktuelle Rechtsprechung des EuGH sehr kritisch. Die Europäische Kommission muss vor diesem Hintergrund mindestens sicherstellen, dass die Markenindustrie keinen generellen und willkürlichen Einfluss auf die Vertriebsentscheidungen des Einzelhandels nehmen kann. Es muss daher durch entsprechende Bestimmungen in den Vertikal-Leitlinien gewährleistet werden, dass die EuGH-Rechtsprechung nicht über den Bereich „echter“ Luxuswaren hinaus auch noch auf sämtliche (hochwertige) Markenprodukte angewandt werden kann. Eine klare Definition von „Luxus“-Produkten ist außerdem erforderlich, um in der Praxis eine rechtssichere Abgrenzung der Luxusgüter zu hochwertigen Markenprodukten zu ermöglichen und eine uferlose Ausweitung von Vertriebsbeschränkungen der Hersteller gegenüber dem Handel zu vermeiden.

Fairness und Transparenz auf Plattformen

Die Europäische Kommission hatte im April 2018 einen Vorschlag für eine Verordnung zur Förderung von Fairness und Transparenz auf Plattformen vorgelegt. Damit soll gegen bestimmte unfaire Praktiken von Intermediären vorgegangen und Unternehmen vor der Macht von Plattformen geschützt werden.

AKTUELLER STAND

- Im Februar 2019 einigten sich die EU-Institutionen im Trilog auf die neue Verordnung und am 11. Juli 2019 wurde sie offiziell im EU-Amtsblatt veröffentlicht.
- Damit steht fest, dass die Verordnung nach einer einjährigen Übergangsfrist ab dem 12. Juli 2020 direkt in den EU-Mitgliedstaaten anwendbar sein wird. Momentan erarbeitet die EU-Kommission Leitlinien zu Artikel 5 der Verordnung (Rankingkriterien auf Plattformen).

POSITION DES HDE

- Bereits im Kommissionsvorschlag waren zentrale Forderungen zu Fairness, Transparenz und Datenzugang aus dem HDE-Positionspapier zum Thema Missbrauch der Marktstärke supranationaler Online-Marktplätze aufgenommen worden. Der Vorschlag barg damit das Potenzial, das in manchen Fällen bestehende Ungleichgewicht zwischen Händlern und Plattformen zu beseitigen, ohne Plattformen übermäßig zu belasten. Der HDE begrüßt diesen prinzipienbasierten Ansatz der Initiative.
- In einem Positionspapier zur Plattformökonomie teilt der HDE deshalb die Position der EU-Kommissarin Margrethe Vestager, dass grundsätzlich keine neuen weitreichenden allgemeinen Regeln für alle Plattformen nötig sind, da nicht-dominante Plattformen durch den Wettbewerb diszipliniert werden. Die Rolle und das Potenzial des wettbewerbswidrigen Verhaltens global marktbeherrschender Plattformen ist zu analysieren und die richtigen rechtlichen Schlussfolgerungen auf Basis der gültigen Gesetze daraus zu ziehen.



// DATENSCHUTZ & VERBRAUCHERPOLITIK

- Neue Gesetze müssen aus Sicht des HDE das Spannungsfeld zwischen dominanten Plattformen und Plattformen, die im Wettbewerb stehen, berücksichtigen. Neue Regelungen sollten nur dann eingeführt werden, wenn sie zielgenau Marktverwerfungen verhindern oder beseitigen. Darüber hinaus ist ein EU-einheitlicher wirksamer Vollzug der bestehenden Regelungen unabdingbar.
- Hochkonzentrierte Märkte mit starken Netzwerkeffekten und hohe Marktzutrittschranken müssen besser kontrolliert werden.
- Bei allen weiteren Maßnahmen im Wettbewerbsrecht ist zwingend zu berücksichtigen, dass „Offline“ und „Online“ als ein Markt betrachtet werden müssen. Beides wächst immer stärker zusammen. Getrennte Definitionen sollten deshalb vermieden werden.
- Das Wettbewerbsrecht muss im Rahmen der rechtsstaatlichen Möglichkeiten proaktiver ausgestaltet werden, um potenzielles wettbewerbswidriges Verhalten frühzeitig zu unterbinden und damit Wettbewerb zu schützen. Insbesondere beim Enveloping ist dies entscheidend. Abwarten bedeutet in diesem Falle, dass marktbeherrschende Unternehmen mit ihren Netzwerkeffekten ihre Dominanz ausnutzen und auch andere Märkte beherrschen. Die von der Wettbewerbskommission 4.0 geforderte „Daten-sharing-Pflicht“ lehnt der HDE grundsätzlich ab.
- Aus Sicht des HDE ist zu verhindern, dass dominante hybride Verkaufsplattformen Kundendaten, die im Rahmen der Verkaufstätigkeit der Händler generiert wurden, auch für eine eigene Handelstätigkeit der marktmächtigen Plattformen genutzt werden.
- Der HDE setzt sich daher dafür ein, entsprechend der Rechtsauffassung des Bundeskartellamts pauschale Plattformverbote (auch innerhalb eines selektiven Vertriebssystems) in den Leitlinien immer als eine unzulässige Kundengruppenbeschränkung zu bewerten.

- Der HDE begrüßt die Neuregelung zur Mehrwertsteuerhaftung von Plattformen in diesem Zusammenhang. Der HDE fordert eine bessere Kontrolle der Warensendungen aus Drittstaaten an einzelne Verbraucher durch den Zoll.
- Eine gründliche Analyse des Marktversagens für die wichtigsten Märkte innerhalb oder um die digitale Wirtschaft ist nötig (z. B. das Duopol von Facebook und Google im Werbemarkt). Für marktbeherrschende Plattformen sollen nach Vorschlägen der Wettbewerbskommission 4.0 klare Verhaltensregeln in Form einer europäischen „Plattform-Verordnung“ eingeführt werden. Dies soll der Gatekeeper-Position dieser Plattformen Rechnung tragen.

Verantwortlichkeit von Fulfillment Centern

Produkte, die von Händlern außerhalb der EU an Verbraucher verkauft werden, kommen auf den deutschen Markt. Der Verkauf findet oft über Internetplattformen statt, die Abwicklung des Verkaufs erfolgt teilweise über in der EU ansässige Lager, sogenannte Fulfillment Center. Diese unterliegen nach aktueller Rechtslage nicht dem Produktsicherheitsrecht und der Marktüberwachung. Die Behörden prüfen im Rahmen ihrer Überwachungstätigkeit Produkte aus dem hiesigen Einzelhandel. Produkte, die aus dem Nicht-EU-Ausland direkt an Verbraucher innerhalb der EU verkauft werden, werden jedoch nicht von der Marktüberwachung erfasst.

Während die in der EU ansässigen Händler hohe Investitionen in die Produktsicherheit und die Umsetzung der Verbraucherschützenden Vorschriften tätigen müssen, können Händler von außerhalb der EU diese Kosten einsparen und die Produkte günstiger anbieten. Dies führt zu Wettbewerbsverzerrungen zu Lasten deutscher Händler. Vergleichbare Probleme gibt es auch im Bereich des Gewährleistungsrechts, des Umweltrechts und des Steuerrechts.

// DATENSCHUTZ & VERBRAUCHERPOLITIK

AKTUELLER STAND

- Die EU-Kommission hat Ende 2017 einen Vorschlag für eine neue Marktüberwachungsverordnung vorgelegt, mit der Fulfillment Center in den Anwendungsbereich der Marktüberwachungsverordnung einbezogen werden. Außerdem soll danach künftig für jedes Produkt eine „für die Konformität verantwortliche Person“ existieren und veröffentlicht werden. Insbesondere wegen der im Kommissionsvorschlag vorgesehenen Veröffentlichungspflichten, die für innereuropäische Unternehmen hohe Bürokratiekosten verursacht hätten, hatte der HDE den Vorschlag gleichwohl kritisiert.
- Das Europäische Parlament und der Ministerrat haben den Verordnungsentwurf wesentlich verbessert und vielen Kritikpunkten des HDE Rechnung getragen. So wurden darin Belastungen für europäische Unternehmen reduziert und viele Unklarheiten beseitigt. Der Trilog wurde im Februar 2019 abgeschlossen.
- Am 25. Juni 2019 wurde die Verordnung offiziell im EU-Amtsblatt veröffentlicht. Sie ist am 15. Juli 2019 in Kraft getreten und wird nach einer zweijährigen Übergangsfrist ab dem 16. Juli 2021 direkt in den EU-Mitgliedstaaten anwendbar sein.

POSITION DES HDE

- Gleiche Wettbewerbsbedingungen und Verbraucherschutz sind gerade im weltweiten globalen Onlinehandel unverzichtbar. Da die Händler von außerhalb

der EU jedoch in der Praxis nicht von den zuständigen Behörden belangt werden können, haben sie derzeit keine Sanktionen zu befürchten. Dadurch entstehen Lücken im Verbraucherschutz und der Wettbewerb zwischen den Handelsunternehmen wird eingeschränkt.

- Auch Produkte aus Staaten außerhalb der EU, die über eine Plattform verkauft und über Fulfillment Center importiert werden, müssen den europäischen Sicherheitsstandards entsprechen. Plattformbetreiber und Fulfillment Center müssen in die Pflicht genommen werden und die Pflichten eines Händlers jedenfalls dann erfüllen, wenn der Anbieter aus einem Nicht-EU-Staat kommt. Wenn es keinen Verantwortlichen Marktakteur gibt, sollte das Fulfillment Center selbst die Pflichten des Importeurs oder Bevollmächtigten übernehmen.
- Die deutsche Politik muss sich auf europäischer Ebene dafür einsetzen, dass Plattformbetreiber und Fulfillment Center die gleichen Pflichten wie Händler erfüllen müssen. Insbesondere müssen sie sicherstellen, dass es bei Verkäufen in die EU auch einen Produktverantwortlichen (Importeur oder Bevollmächtigten) im Sinne des europäischen Produktsicherheitsrechts gibt. Zudem müssen auch Kontrollbefugnisse der Marktüberwachungsbehörden geschaffen werden.



// DATENSCHUTZ & VERBRAUCHERPOLITIK

Plattformhaftung/Digital Services Act

Auf nationaler wie europäischer Ebene entsteht momentan eine Diskussion um die (Neu-) Regelung der Haftung von Plattformen. Deutsche und europäische Plattformen befinden sich im internationalen Wettbewerb. Chinesische Akteure wie z. B. Shein und AliExpress sowie Plattformen wie Wish wachsen mit großer Geschwindigkeit in Europa. Chinesische Akteure haben erhebliche Wettbewerbsvorteile dadurch, dass Gesetze zu Steuern, Zoll sowie Produktsicherheit, Umwelt, Verpackungen und Abfall gegenüber diesen nicht in gleichem Maße durchgesetzt werden können wie gegenüber europäischen Anbietern. Schätzungen von Branchenexperten gehen von einem Wettbewerbsvorteil von 30 bis 45 Prozent gegenüber europäischen Unternehmen aus.

AKTUELLER STAND

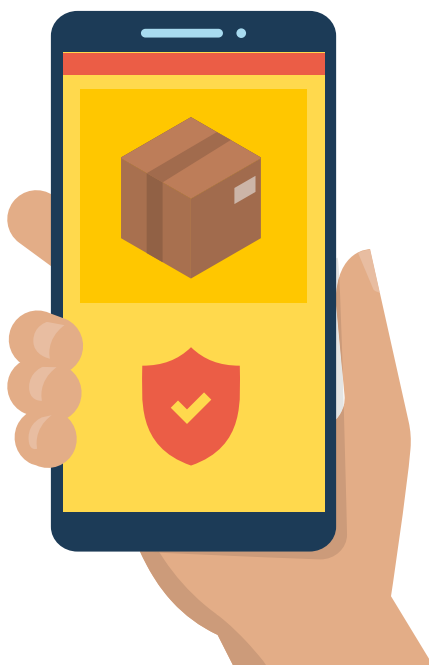
→ Die neue Kommissionpräsidentin Ursula von der Leyen greift Pläne für ein neues Gesetz über digitale Dienste (sog. Digital Services Act) auf. Basierend auf einer Revision der E-Commerce-Richtlinie des Jahres 2000 sollen „bessere Haftungs- und Sicherheitsvor-

schriften für digitale Plattformen, Dienste und Produkte geschaffen und der digitale Binnenmarkt vollendet werden“.

→ Ein Gesetzesvorschlag ist für Ende 2020 zu erwarten.

POSITION DES HDE

- Es fehlt derzeit teilweise noch am Problembewusstsein und an der Durchsetzung unserer Regeln bei außereuropäischen Händlern und Plattformen. Richtig ist daher, dass neue Wege gefunden werden müssen, wie Händler und Plattformen außerhalb der EU gezwungen werden können, sich an unser Recht zu halten, wenn sie an unsere Verbraucher verkaufen.
- Deutsche und europäische Plattformen sind jedoch bereits reguliert. Sie noch stärker zu regulieren, ignoriert das Problem und schwächt die deutsche und europäische E-Commerce-Branche weiter im Wettbewerb mit den aggressiven Akteuren, vor allem aus China. Wer im EU-Binnenmarkt verkauft, muss die gleichen Regeln einhalten, egal ob er seinen Sitz in der EU hat oder nicht.
- Eine über die bestehenden Regelungen der neuen EU-Marktüberwachungsverordnung und der P2B-Verordnung hinausgehende Verantwortung für Plattformen lehnen wir daher ab.
- Vielmehr fordert der HDE eine bessere Kontrolle der Warensendungen aus Drittstaaten an einzelne Verbraucher durch den Zoll. Unabhängig vom Umstand, ob Händler aus Drittstaaten bei Lagerung und Versand ihrer Waren Leistungen von europäischen Fulfillment-Dienstleistern in Anspruch nehmen, muss die Ware bei Einführung aus Drittstaaten durch den Zoll. Unseres Erachtens sollten dafür die Kapazitäten erhöht werden. Nur der Zoll hat bei dem Direktversand von Waren durch Verkäufer aus Drittstaaten an EU-Verbraucher den direkten Zugriff auf die Ware und kann diese bei Mängeln aus dem Verkehr ziehen.



// DATENSCHUTZ & VERBRAUCHERPOLITIK

An dieser Stelle sind Kontrollen am wirkungsvollsten. Eine bedarfsgerechte Ausstattung des Zolls für diese Aufgabe ist aus Sicht des HDE von großer Bedeutung für den Verbraucherschutz und die Stärkung des Wettbewerbs.

Barrierefreiheit von Online-Shops

Derzeit haben einige Mitgliedsstaaten bereits Regelungen zur Barrierefreiheit eingeführt. Um zu verhindern, dass die Regelungen zu unterschiedlich ausfallen, möchte die Europäische Kommission sie mithilfe einer Richtlinie harmonisieren. Die betroffenen Produkte und Dienstleistungen umfassen unter anderem Computer, Telefone und Zahlungsterminals sowie E-Books und den Online-Handel.

AKTUELLER STAND

→ Die Kommission legte Ende 2015 einen Richtlinien-vorschlag vor, mit dem verbindliche, harmonisierte Barrierefreiheitsanforderungen für die Vermarktung

bestimmter Produkte und Dienstleistungen festgelegt werden sollen.

- Im Dezember 2018 wurden die Trilogverhandlungen erfolgreich abgeschlossen. Die Richtlinie wurde am 7. Juni 2019 im EU-Amtsblatt veröffentlicht.
- Damit muss die Richtlinie bis zum 28. Juni 2022 in nationales Recht umgesetzt werden und die neuen Vorschriften werden ab dem 28. Juni 2025 anwendbar.
- Zusätzlich wurde ein weiterer Übergangszeitraum geschaffen, in dem Dienstleistungserbringer ihre Dienstleistungen weiterhin unter Einsatz von Produkten erbringen können, die von ihnen bereits vorher zur Erbringung ähnlicher Dienstleistungen eingesetzt wurden. Dieser Zeitraum – unter den auch Zahlungsterminals fallen – endet am 28. Juni 2030.
- Gleichzeitig muss auf Grundlage der funktionalen Vorgaben der Richtlinie ein detaillierter Standard für die Barrierefreiheitsanforderungen jeder betroffenen Produktgruppe (Zahlungsterminals, Online-Handel, etc.) erarbeitet werden. Dies geschieht in der Regel unter Mitwirkung der betroffenen Wirtschaftsakteure.



// DATENSCHUTZ & VERBRAUCHERPOLITIK

POSITION DES HDE

→ Der HDE begrüßt die Absicht einen EU-weit einheitlichen Barrierefreiheitsbegriff zu schaffen und Anforderungen anzugleichen, um das Funktionieren des Binnenmarktes zu verbessern.

Händler sollten daher Maßnahmen ergreifen, um ihre Online-Shops frühzeitig auf dieses Thema und die damit verbundenen Herausforderungen vorzubereiten. Wir haben daher eine Merkblatt erarbeitet.

→ Allerdings muss die Harmonisierung mit Augenmaß geschehen. Besonders die Auswirkungen für die Privatwirtschaft wurden in der Folgenabschätzung verharmlost. Hier muss bei der nun folgenden Ausarbeitung der Standards die Praktikabilität im Vordergrund stehen.

Abmahnmissbrauch

Immer wieder nehmen Rechtsanwaltskanzleien und Verbände selbst kleinste Rechtsverstöße zum Anlass, um Abmahnungen auszusprechen. Diese Abmahn-tätigkeit wird teilweise lediglich mit dem Ziel betrieben, Gebühren zu generieren. Die Absicht, für einen lauterer Wettbewerb zu sorgen, tritt demgegenüber mitunter vollständig in den Hintergrund.

AKTUELLER STAND

→ Der HDE hat mit weiteren Wirtschaftsverbänden frühzeitig vor der Bundestagswahl 2017 Forderungen zur Bekämpfung des Abmahnmissbrauchs formuliert und diese an die Parteien herangetragen. Bei der Formulierung der Forderungen wurde berücksichtigt, dass gesetzliche Änderungen die Funktionsfähigkeit der privaten Rechtsdurchsetzung nicht beschädigen dürfen.

→ Das BMJV hat im September 2018 auf der Basis dieser Vorschläge einen Gesetzentwurf zur Stärkung des fairen Wettbewerbs vorgelegt, mit dem der Abmahnmissbrauch eingeschränkt werden soll.

Vorgesehen sind erweiterte Anforderungen an die Befugnis zur Geltendmachung von Ansprüchen, eine behördliche Kontrolle der klagebefugten Einrichtungen, verringerte finanzielle Anreize für Abmahnungen und verbesserte Möglichkeiten, Gegenansprüche anzumelden. Insbesondere ist auch die Streichung des fliegenden Gerichtsstands vorgesehen. Der Gesetzentwurf befindet sich seit 2019 im parlamentarischen Verfahren.

POSITION DES HDE

→ Die von der Bundesregierung geplanten gesetzlichen Maßnahmen gehen vollständig in die richtige Richtung und werden dementsprechend vom HDE begrüßt. Notwendig sind lediglich noch einige wenige Modifikationen, um die Zielerreichung des Gesetzgebers sowie die weitere Funktionsfähigkeit der privaten Rechtsdurchsetzung auch mit Hilfe seriöser Verbände der Wirtschaft sicher zu gewährleisten. Hierzu sind u. a. die Anforderungen an die Eintragung und Klagebefugnis der qualifizierten Wirtschaftsverbände sowie die Regelbeispiele zur Definition des Missbrauchstatbestands nachzuschärfen und zu erweitern.

→ Um Abmahnungen wegen unbewusster Verstöße gegen die DSGVO zu vermeiden, sollte in § 3 a UWG deklaratorisch ergänzend klargestellt werden, dass diese Vorschrift nicht für Verstöße gegen die DSGVO gilt. Die Diskussion im Hinblick auf Vorschläge zur Optimierung des Regierungsentwurfs darf aber keinesfalls zu einer Verzögerung des gesamten Gesetzgebungsverfahrens führen. Ggf. müssen notwendige Ergänzungen z. B. im Hinblick auf Abmahnungen wegen Datenschutzverstößen im Nachgang diskutiert und umgesetzt werden.

Der HDE wird die Zusammenarbeit mit den anderen Wirtschaftsverbänden im weiteren Gesetzgebungsverfahren fortsetzen und weiterhin eine zügige Beschlussfassung im parlamentarischen Verfahren anmahnen.

3

STEUERRECHT



Fairness im Steuerrecht

Wenn ausländische Online-Händler erheblich niedriger besteuert werden als deutsche Händler, fehlt es am steuerlichen Level-Playing-Field. Ursachen können sowohl von ausländischen Staaten bewusst geschaffene Steueranreize als auch die gezielte Ausnutzung vorhandener Besteuerungslücken durch Unternehmen aufgrund fehlender nationaler Abstimmung von Steuerregeln sein.

AKTUELLER STAND

- Sowohl OECD und EU haben sich des Themas der fairen Besteuerung von Gewinnen angenommen. Die OECD hat 15 Berichte zu BEPS („Base Erosion and Profit Shifting“) vorgelegt, die Handlungsempfehlungen an die Staaten enthalten. Auf EU-Ebene wurden 2016 und 2017 zwei BEPS-Umsetzungsrichtlinien und zusätzlich mehrere Reformen der Amtshilferichtlinie beschlossen. Der deutsche Gesetzgeber hat begonnen, die OECD-Empfehlungen und die BEPS-Umsetzungsrichtlinien in nationales Recht umzusetzen.
- Darüber hinaus wird sowohl auf Ebene der OECD als auch der EU diskutiert, ob und wie Geschäftsmodelle der sog. digitalen Wirtschaft künftig besteuert werden sollten. Auf EU-Ebene werden vor allem die Einführung einer auf den Umsatz bezogenen Digitalsteuer (Digital Services Tax DST) und die Einführung einer digitalen Betriebsstätte (Significant Digital Presence SDP) diskutiert. Die beiden Ansätze unterscheiden sich grundlegend: Ersterer wäre im Prinzip eine zusätzliche Verbrauchsteuer, die auf digitale Leistungen erhoben wird. Letzterer beinhaltet eine Neuaufteilung der Besteuerungsrechte zwischen den Staaten. Bisher steht nur dann einem Staat das Recht zu, Unternehmensgewinne zu besteuern, wenn ein Unternehmen dort eine physische Präsenz, z. B. eine Tochtergesellschaft oder eine Betriebsstätte hat, die Funktionen ausübt, die auch zum Gewinn des Unternehmens beitragen.
- Beide Vorschläge sind allerdings umstritten. Der EU-Finanzministerrat konnte sich in seiner Sitzung am 4. Dezember 2018 nicht auf den Vorschlag der EU-Kommission für die Einführung einer DST einigen.

// STEUERRECHT

Die deutsche Regierung hat als weiteren Vorschlag eine weltweite Mindestbesteuerung eingebracht. Nun werden beide Ansätze – eine Neuaufteilung der Besteuerungsrechte zwischen den Staaten und eine weltweite Mindestbesteuerung – gemeinsam als Paketlösung auf OECD-Ebene diskutiert (Addressing the Tax Challenges of the Digitalisation of the Economy – Two Pillar Approach). Bei der ECOFIN-Ratssitzung am 4. Dezember 2018 haben Deutschland und Frankreich eine gemeinsame Erklärung abgegeben, in der vorgeschlagen wird, eine Digitalsteuer auf Online-Werbung ab 2021 nur dann einzuführen, wenn keine globale Lösung auf OECD-Ebene gefunden wird.

POSITION DES HDE

- Die Unternehmen brauchen gleiche steuerliche Wettbewerbsbedingungen.
- Viele Länder, insbesondere alle EU-Staaten haben die Empfehlungen der 15 BEPS Aktionspunkte umgesetzt. Dies trägt wesentlich dazu bei, dass die Besteuerung dort stattfindet, wo die Gewinne erwirtschaftet werden und Gewinne nicht in Niedrigsteuerländer verlagert werden können. Dies ist aus Sicht des Handels der wichtigste Beitrag zu gleichen steuerlichen Wettbewerbsbedingungen. Gleichzeitig



sollten die Staaten die Möglichkeit haben, ihre eigenen Steuergesetze machen zu können und die Höhe der Ertragsbesteuerung selbst festlegen zu können.

- Wird nun durch das OECD Projekt **Marktstaaten, in denen ein Unternehmen keine physische Präsenz hat, ein Besteuerungsrecht zugewiesen**, treten neue Regeln zu den bestehenden hinzu. Denn die Gewinne einer digitalen Betriebsstätte lassen sich schwerlich mit den üblichen Verrechnungspreismethoden ermitteln. Deshalb besteht die Gefahr einer hohen Komplexität und der Doppelbesteuerung. Der HDE hat deshalb in seiner Stellungnahme an die OECD gefordert, dass Rechtssicherheit, sowohl für die Steuerbehörden der beteiligten Staaten als auch die betroffenen Unternehmen das Leitmotiv für die Umsetzung einer möglichen Reform sein muss. Insbesondere bedarf es eines verbindlichen Doppelbesteuerungs-Streitbelegungsverfahrens.
- Die Einführung einer **internationalen Mindestbesteuerung** verfolgt demgegenüber einen gänzlich anderen Ansatz. Da digitalisierte Unternehmen für ihre Aktivitäten in einem Marktstaat nicht zwingend eine physische Präsenz benötigen, können sie Ihre Aktivitäten gezielt in Niedrigsteuerländern ansiedeln. Sollte dort die effektive Besteuerung unter einem international vereinbarten Mindestniveau liegen, heben die anderen OECD-Staaten die Steuerlast auf dieses Niveau an. Dies kann durch verschiedene Maßnahmen erfolgen. Vorgesehen ist unter anderem eine erweiterte Form der Hinzurechnungsbesteuerung, d.h. Gewinne von niedrig besteuerten Tochterunternehmen werden der Mutter zugerechnet und so versteuert werden, dass die Mindestbelastung erreicht wird. Ein anderer Weg sind Abzugsbeschränkungen. D.h. Zahlungen an niedrig besteuerte Konzerngesellschaften dürfen nicht steuermindernd vom Gewinn abgezogen werden.
- Der Ansatz mag zunächst einleuchtend erscheinen, greift aber erheblich in die in der Vergangenheit getroffenen Investitionsentscheidungen der Unternehmen ein. Dies kann zu erheblichen Verwerfungen in Wertschöpfungsketten führen.

// STEUERRECHT

Dann wäre zu klären, auf welcher Ebene die effektive Besteuerung zu ermitteln ist: konzernweit, auf ein Land bezogen oder auf eine einzelne Konzerngesellschaft bezogen. Das größte Problem ist aber, dass die vorgesehenen Maßnahmen weltweit simultan angewendet werden sollen und zur bereits bestehenden Abwehrgesetzgebung gegen BEPS hinzutreten; dies sind die bereits erwähnten Empfehlungen der OECD in den 15 BEPS-Aktionspunkten. Es wäre also zunächst zu klären, in welcher Reihenfolge welche Abwehrmaßnahmen anzuwenden sind und auch durch welchen Staat.

- Der HDE hat deshalb empfohlen, bei der weiteren Ausarbeitung und Umsetzung der Pläne zur Bewältigung der steuerlichen Herausforderungen durch die Digitalisierung der Wirtschaft Sorgfalt walten zu lassen. Die Unternehmen brauchen gleiche Wettbewerbsbedingungen. Dies darf aber nicht zu Verwerfungen im internationalen Steuerrecht führen, die sich möglicherweise nicht mehr beherrschen lassen. Im Übrigen hat das Problem der Vermeidung von Gewinnsteuern aufgrund der auf Ebene der OECD bzw. G20 abgestimmten Maßnahmen und aufgrund einzelner Gesetzesverschärfungen im Zuge der U.S.-Steuerreform an Dramatik verloren.

Durchsetzung des Umsatzsteuerrechts auch im Online-Handel

Im Online-Handel führen Schwierigkeiten bei der Umsatzsteuererhebung dazu, dass Händler teilweise unter Vermeidung von Umsatzsteuer Waren verkaufen. Dies stellt für den deutschen Handel einen Wettbewerbsnachteil dar.

AKTUELLER STAND

- Die Politik ist mittlerweile aktiv geworden. Der deutsche Gesetzgeber hat eine Regelung zur Haftung von Betreibern elektronischer Marktplätze in das Umsatzsteuergesetz aufgenommen. Danach können Marktplatzbetreiber unter bestimmten Voraussetzungen für nicht abgeführte Umsatzsteuer aus den auf ihrem Marktplatz ausgeführten Umsätzen in Haftung genommen werden, insbesondere dann, wenn die Unternehmen, die im Inland steuerpflichtige Umsätze erzielen und hier steuerlich nicht registriert sind, auf ihrem Marktplatz Waren anbieten lassen.
- Darüber hinaus werden die Marktplatzbetreiber verpflichtet, bestimmte Angaben ihrer Verkäufer, für deren Umsätze in Deutschland eine Steuerpflicht in Betracht kommt, aufzuzeichnen. Die Regelungen gelten ab 1.1.2019.



// STEUERRECHT

- Ab 2021 werden Online-Marktplätze EU-weit in die Pflicht genommen. Deutschland hatte die Umsetzung der EU-Richtlinie auf 2019 vorgezogen, was andere Staaten nicht vorgenommen haben.

POSITION DES HDE

- Es war richtig ist, dass sich der deutsche Gesetzgeber des Problems der Umsatzsteuerhinterziehung im Handel über Online-Marktplätze angenommen hat. Zwar dürfte die steuerliche Registrierung der Händler in Deutschland einen möglichen Umsatzsteuerbetrug nicht völlig eindämmen, es ist aber ein Schritt in die richtige Richtung. Gleichzeitig sind die Haftungsrisiken für Marktplatzbetreiber beherrschbar, da sie nur die Aktivitäten eines Händlers auf ihrem eigenen Marktplatz überwachen müssen.
- Lediglich die Papierbescheinigungen, die die Marktplatzhändler zum Nachweis der steuerlichen Registrierung dem Marktplatzbetreiber vorlegen sollen, sind problematisch. Eine solche Bescheinigung ist für den Marktplatzbetreiber allerdings notwendig, wenn er das Haftungsrisiko für die Umsatzsteuer des Händlers vermeiden will. Die für die Zukunft geplante elektronische Schnittstelle der Finanzverwaltung für die Abfrage der steuerlichen Registrierung muss schnellstmöglich umgesetzt werden.

Umsatzsteuervereinfachungen für den Versandhandel mit EU-Kunden

Der Händler, der an einen Privatkunden im EU-Ausland liefert, muss nach geltendem Recht den Umsatz im jeweiligen Ansässigkeitsstaat seines Kunden versteuern, wenn die Lieferungen in diesen Staat einen bestimmten Umfang überschreiten. Das bedeutet, er muss sich dann dort umsatzsteuerlich registrieren und Umsatzsteuererklärungen nach ausländischem Recht an ein ausländisches Finanzamt übermitteln. Das bedeutet eine hohe bürokratische Belastung.

AKTUELLER STAND

- Der EU-Finanzministerrat hat am 5. Dezember 2017 verschiedene Maßnahmen beschlossen, die darauf abzielen, die Umsatzbesteuerung von Versandhandelsgeschäften zu verbessern.
- Unter anderem ist vorgesehen, dass ab 2021 der für elektronische Dienstleistungen bereits bestehende One-Stop-Shop auf Warenlieferungen ausgeweitet wird. Über den One-Stop-Shop können deutsche Händler Umsatzsteuern anderer EU-Staaten anmelden und abführen. Damit entfiele das Problem, bei Warenlieferungen an EU-ausländische Privatkunden Umsatzsteuererklärungen im Ausland abgeben zu müssen.

POSITION DES HDE

- Die Ausweitung des One-Stop-Shops auf grenzüberschreitende Warenlieferungen ist richtig.
- Allerdings muss gesehen werden, dass der One-Stop-Shop letztlich nur als Briefkasten und Zahlstelle fungiert. Er löst nicht das Problem, dass der Händler ausländisches Umsatzsteuerrecht anwenden muss.
- Insofern ist die vom Finanzministerrat ebenfalls beschlossene Absenkung der Umsatzschwelle, bis zu der eine Versteuerung im Sitzstaat des Händlers möglich ist, kritisch zu sehen. Die Absenkung läuft darauf hinaus, dass deutsche Händler sehr viel häufiger mit ihren Umsätzen im EU-Ausland steuerpflichtig werden als derzeit.
- Es sollten daher einfach zugängliche Online-Informationen über die Umsatzsteuerregelungen der Mitgliedstaaten, insbesondere zu den anwendbaren Steuersätzen zur Verfügung stehen.

4

ZAHLUNGSSYSTEME



Kreditkartenzahlung im Internet

Die Umsetzung der zweiten Zahlungsdienstrichtlinie in deutsches Recht stellt Handel und Verbraucher vor Herausforderungen. Die für viele Zahlungen seit September 2019 vorgeschriebene Zwei-Faktor-Authentifizierung sieht vor, dass zwei von drei Sicherheitsmerkmalen (Wissen, Hardware, biometrisches Merkmal) genutzt werden sollen. Diese Vorgaben könnten zu Marktverschiebungen führen, wenn große Marktteilnehmer Freistellungen erreichen oder Lösungen finden, die für den Verbraucher einfacher zu handhaben sind.

AKTUELLER STAND

→ Die Europäische Bankenaufsichtsbehörde (EBA) hat technische Rahmenbedingungen zur Umsetzung der Anforderungen nach der sogenannten starken Authentifizierung vorgelegt. Die Regulatory Technical Standards (RTS) wurden von der Kommission für wirksam erklärt.

- Die Anwendung der RTS sollte im Rahmen der Umsetzung der zweiten Zahlungsdienstrichtlinie bis Mitte September 2019 erfolgen. Die EBA hat es allerdings den nationalen Aufsichtsbehörden freigestellt, die Kontrolle der Anwendung auszusetzen.
- Die Aufsichtsbehörde BaFin hat daraufhin entschieden, „nicht zu beanstanden, wenn Zahlungsdienstleister mit Sitz in Deutschland Kartenzahlungen im Internet bis zum 31. Dezember 2020 auch ohne eine nach der PSD2 erforderliche Starke Kundenauthentifizierung ausführen.“ Onlineshops können daher in Abstimmung mit ihren Zahlungsdienstleistern/PSP die Zeit für die Umstellung nutzen.
- Insbesondere Zahlungen mit der Kreditkarte müssen auf neue technische Standards umgestellt werden. Künftig muss eine Autorisierung der Zahlung mittels zwei unabhängiger Faktoren sichergestellt werden.

// ZAHLUNGSSYSTEME

POSITION DES HDE

- Der HDE setzt sich für eine praxisnahe Regelung der Anforderungen ein. Zahlungsverfahren müssen bequem und komfortabel bleiben, um nicht neue Hürden für den Einkauf im Internet aufzubauen und unterstützt dabei den Informationsaustausch zwischen Kartensystemen, Acquiren/PSP und Handelsunternehmen.
- Der HDE weist darauf hin, dass die zulässigen Ausnahmen von der starken Kundenauthentifizierung große Plattformen und Händler bevorzugen können. Die Möglichkeit des Kunden, bestimmte Unternehmen auf eine White List zu setzen, um damit bei diesen auf die starke Authentifizierung zu verzichten, wird erwartungsgemäß eher bei großen Shops oder Plattformen genutzt.

ELV im Internet (SEPA 2.0)

Seit der Einführung von SEPA ist zur Ausstellung einer Lastschrift ein autorisiertes Mandat erforderlich. Die dazu notwendige Unterschrift (elektronische Signatur) hat sich im E-Commerce bislang nicht durchgesetzt. Daher hat der HDE im Deutschen SEPA Rat eine Übereinkunft aller Parteien im Zahlungsverkehr erreicht. Demnach werden Lastschriften auch ohne Unterschrift abgewickelt. Allerdings hat in diesen Fällen der Handel für 12 Monate das Rücklastschriftisiko zu tragen und muss in diesen Fällen auf anderem Weg seine Forderung eintreiben. So konnte die im Internet beliebte und komfortable Lastschrift erhalten werden.

AKTUELLER STAND

- Die bisherige Geschäftspraxis für Lastschriften im Internet kann fortgeführt werden. Eine Anpassung der SEPA-Anforderungen (Prenotifikation, IBAN) ist notwendig und auch möglich. Eine Diskriminierung von Verbrauchern mit ausländischen Konten darf nicht erfolgen und wird seitens der Politik angemahnt.

- Der EuGH hat zudem mit Urteil vom 5. September 2019 festgestellt, dass die Möglichkeit, per SEPA-Lastschrift zu zahlen, nicht von einem Wohnsitz im Inland abhängig gemacht werden darf.
- Bislang gibt es keine alternative Lösung zur Erstellung eines autorisierten Mandates, die praxistauglich ist. Digitale Signaturen sind nicht weit verbreitet.

POSITION DES HDE

- Der HDE setzt sich für eine Beibehaltung der bisherigen Geschäftspraxis ein.
- Der Vorwurf einer IBAN-Diskriminierung wird zurückgewiesen. Der Handel muss sein Recht auf Ausschlüsse bestimmter Zahlungsarten behalten, um Geschäftsrisiken vermeiden zu können.
- Die Vorgaben der SEPA-Verordnung sowie des EuGH-Urteils zeigen jedoch, dass eine Lastschriftakzeptanz nicht nur nach den Kriterien Herkunftsland der IBAN und Wohnsitzland des Zahlers abhängig gemacht werden darf.
- Es muss Rechtssicherheit bestehen, dass der gewohnte nationale Umgang mit der Lastschrift im Internet fortgeführt werden kann. Die in Kraft getretene Geoblocking-Verordnung gibt hierzu Ansätze: Auf Lastschrift kann verzichtet werden, wenn die Zahlungsfähigkeit eines Kontos nicht eingeschätzt werden kann.

Kryptowährungen und digitales Zentralbankgeld

Die Ankündigungen zur Einführung von Libra hat die Diskussion um neue digitale Zahlungsoptionen wieder angeheizt, wobei auch digitales Zentralbankgeld zunehmend in den Fokus genommen wird. Nach wie vor besteht im Handel Interesse an neuen Währungen. Jedoch konnten sich private Kryptowährungen

// ZAHLUNGSSYSTEME

wie Bitcoins bislang nicht als Zahlungsmittel durchsetzen. Grundsätzlich könnte jedoch auch heute schon die Akzeptanz von bestimmten Zahlungsmitteln im Handel erfolgen, rechtliche oder technische Hindernisse sind überwindbar.

AKTUELLER STAND

- Die Bedingungen für ein Massenzahlungssystem erfüllt derzeit keine Kryptowährung. Es bleibt die Frage offen, ob der Staat derartige Verfahren etablieren oder befördern kann und sollte.
- Überlegungen zur Einführung eines digitalen Euros zeigen, dass die Schaffung von staatlichem digitalen Bargeld möglich ist und wirtschaftliche Relevanz bringen kann.
- Die Blockchain-Technologie bietet über den Zahlungsverkehr hinaus interessante Ansätze, handelsrelevante Anwendungen könnten sich ergeben.

POSITION DES HDE

- Die Einführung von Stable Coins wie Libra könnte erfolgreich sein und neue einfache Möglichkeiten der Abwicklung von Einkäufen auf Plattformen schaffen. Der Handel würde den Verbrauchererwartungen folgen.



- Um privaten Währungen auf Augenhöhe begegnen zu können, unterstützt der HDE die Einführung eines staatlich gestützten digitalen Euro (virtuelles Bargeld) und hat Politik und Zentralbanken aufgefordert, die Optionen zu prüfen.

Instant Payment

Instant Payment ist eine Initiative des European Retail Payment Board (ERPB) unter Federführung der Europäischen Zentralbank (EZB). Insbesondere im E-Commerce im „Zug um Zug-Geschäft“ werden Vorteile für ein derartiges Verfahren gesehen. Mit einem entsprechenden europäischen Instant-Payment-Standard könnte eine Alternative zu den beherrschenden Zahlungsplattformen entstehen.

AKTUELLER STAND

- Es wurde ein Instant-Payment-Standard auf Basis der SEPA-Überweisung (SCT Inst.) entwickelt. Viele Banken bieten inzwischen Echtzeitüberweisungen auf SCT Inst-Basis an. Teilweise werden allerdings hohe Gebühren verlangt, so dass eine Anwendung im Massenzahlungsverkehr nicht möglich ist.
- Erste Ansätze im Handel zeigen, dass Echtzeitüberweisungen Mehrwerte generieren können. So können eingehende Zahlungen beim Händler zeitgleich im Kundenkonto angezeigt und weitere Prozesse bis zur Auslieferung sofort angestoßen werden.
- HDE hat gemeinsam mit GS1 Germany ein Denkmodell zur Anwendung von Echtzeitüberweisungen im Zahlungsverkehr am POS entwickelt. Eine standardisierte Schnittstelle zwischen Bank und Händler sowie Händler und Kundenservice ermöglicht die Entwicklung von Zahlungsprodukten sowohl am POS als auch im Online-Handel und im In-App-Payment.

// ZAHLUNGSSYSTEME

POSITION DES HDE

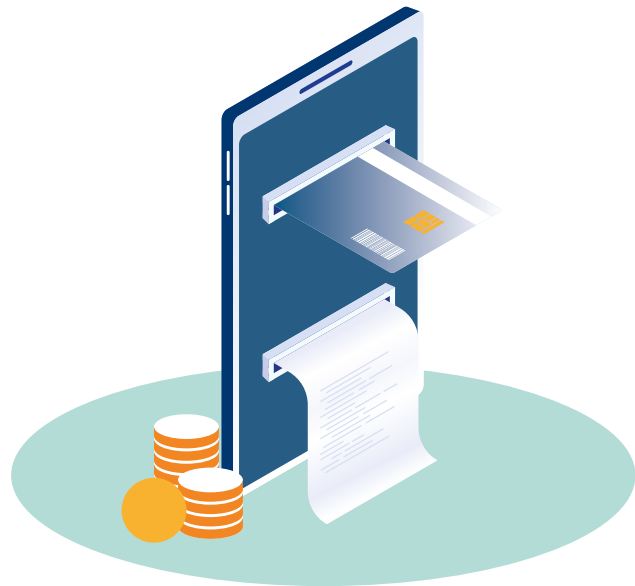
- Der HDE setzt sich für eine integrierte Betrachtung aller Schnittstellen ein. Die Standardisierung der Prozesse ermöglicht eine Entwicklung von Zahlungssystemen auf Basis von Instant Payment ohne die Notwendigkeit der Einbeziehung globaler Zahlungssysteme. Der Aufbau einer neuen Infrastruktur bietet die Möglichkeit, die Anforderungen des Handels einzubringen, um ein effizientes Verfahren zu erhalten.
- Instant Payment sollte nicht auf bestimmte Zahlungsvorgänge bzw. Nischenprodukte beschränkt werden. Alle Zahlungen am POS, im E-Commerce und zwischen Personen können über den SEPA-Standard SCT Inst abgewickelt werden. Instant Payment hat damit das Potenzial, den globalen Kartenzahlverfahren eine Alternative entgegenzustellen und so zu einer effizienten europäischen Zahlungslandschaft zu kommen.

Kosten für Kreditkartenzahlungen

Kreditkartenzahlungen tragen einen bedeutenden Anteil am Zahlungsverkehr. Durch den herrschenden Duopol von Mastercard und Visa werden die zu zahlenden Entgelte seit Jahren vom Handel als zu hoch kritisiert.

AKTUELLER STAND

- Die Verordnung zur Deckelung der Interbankentgelte (MIF-Verordnung) ist seit Dezember 2015 wirksam. Es ist nun zu prüfen, inwieweit die Unternehmen von den Regelungen profitieren.
- Durch die Senkung der Entgelte wurden Preisspielräume für die Kartenanbieter möglich. Die sogenannten Scheme-Fees, die Lizenz- und sonstigen Nebenkosten der Kartensysteme sind teilweise stark gestiegen und haben inzwischen die Senkung der Interbankentgelte teilweise substituiert.



- Die EU-Kommission sollte zum 9. Juni 2019 einen Bericht über die Anwendung der MIF-Verordnung vorlegen. Mit einer Studie zur Wirkung der Verordnung wird nun im 1. Quartal 2020 gerechnet.

POSITION DES HDE

- Der HDE setzt sich seit 2005 gegen die wettbewerbsrechtlich fragwürdige Geschäftspolitik von Visa und Mastercard ein. Preisspielräume durch Entgeltsenkungen werden im Handel im Rahmen des starken Wettbewerbs an Endkunden weitergegeben. Grundsätzlich steht allerdings noch immer in Frage, ob Interbankentgelte wettbewerbswidrig sind.
- Um Umgehungstatbestände zu vermeiden, setzt sich der HDE für eine Begrenzung der Scheme-Fees ein. In den vergangenen Jahren sind die Nebenkosten, die der Acquirer auf den Händler umlegt, überproportional gewachsen. Zudem sollte die Option des sogenannten Surcharging wieder freigegeben werden. Zwar ist dieses Instrument im Handel unbeliebt, könnte aber als Verhandlungsargument für Senkungen der Kartenkosten sorgen.
- Der HDE fordert gleiche Spielregeln für alle Zahlverfahren. Auch bislang von der Verordnung ausgekommene 3-Parteien-Systeme sowie Commercial-Cards sollten aufgenommen werden, die Deckelung sollte auf die Scheme-Fees ausgeweitet werden.

INFRASTRUKTUR

5



Räume verändern sich

Auch wenn der Online-Handel in einem „virtuellen Raum“ stattfindet, ergeben sich räumliche Auswirkungen infolge der Umsatzverschiebungen vom stationären in den Online-Handel. Diese Auswirkungen wurden 2017 erstmalig in einer gemeinsamen wissenschaftlichen Studie des Bundesministeriums für Umwelt, Natur, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) und des Handelsverband Deutschland (HDE) analysiert. Unterstrichen werden die Ergebnisse ebenfalls durch die von den Mitgliedern des HDE bundesweit festgestellten Frequenzrückgängen in den Innenstadtlagen.

AKTUELLER STAND

→ Der Online-Handel ist nur Katalysator eines Wandlungsprozesses im Einzelhandel. Städte werden jedoch zunehmend mit ihren in der Vergangenheit geschaffenen Flächenüberhängen konfrontiert.

→ Im Wesentlichen sind drei unterschiedliche Ausgangslagen in den Städten festzustellen:

1. Die derzeit noch nachfragestarken Zentren sind mit Verdrängungstendenzen, Interessenkonflikten sowie teilweise steigenden Miet- und Bodenpreisen konfrontiert.
2. Die nachfrageschwachen Zentren müssen mit Leerständen, Verlust der Zentren- und Nahversorgungsfunktion sowie Trading-Down-Effekten kämpfen.
3. In den Stadtteil- und Quartierszentren geraten kleine und mittlere Einzelhändler zunehmend unter Druck. Dieser bereits seit längerem stattfindende strukturelle Wandel wird durch den zunehmenden Online-Handel erheblich verstärkt und wirkt sich zuerst auf die nachfrageschwächeren Standorte aus.

// INFRASTRUKTUR

- Die Leerstände werden in den schwachen Regionen sowie B-Lagen zunehmen, wobei dieser Prozess schleichend ist. In naher Zukunft werden an diesen Standorten jedoch „leerstandsinduzierte Leerstände“ auftreten. Dies sind Leerstände, die nicht durch die Attraktivität des Handels an sich, sondern durch die Funktionsschwäche des gesamten Standortes auftreten. In dieser Situation kann der einzelne Händler diese Trading-Down-Effekte nicht mehr aktiv umkehren. In der Folge wird auch dieser Handel verschwinden und „strukturelle Leerstände“ entstehen.
- Diese vermehrten Leerstände infolge des Ladensterbens sowie die damit verbundenen Funktionsverluste werden jedoch nicht nur die Versorgungsqualität der Bevölkerung negativ beeinflussen. Dergleichen verlieren diese Standorte/Innenstädte automatisch die mit dem Handel verbundene „soziale Funktion“ (Face-to-Face-Begegnung).
- Zudem hat eine Studie des Instituts für Demoskopie Allensbach 2018 herausgestellt, dass Veränderungen im Einzelhandel auch mit dem Begriff der Heimat in Beziehung gesetzt werden. Demnach sehen die befragten Bundesbürger die Heimat am stärksten (78 Prozent) durch den Verlust von „alteingesessenen Geschäften“ bedroht. Die Veränderungen im Handel haben daher eine gesellschaftliche Tragweite über die Versorgungs- bzw. soziale Funktion des Handels hinaus.
- Die Ergebnisse der HDE-/BMUB-Studie waren die wesentliche Grundlage für den Endbericht sowie den Beschluss der 43. Sitzung der Ministerkonferenz für Raumordnung am 16. November 2018 in Berlin zu den „Auswirkungen des Online-Handels auf stationären Handel, Siedlungsstruktur, Verkehr und Logistik – Steuerungsmöglichkeiten der Raumordnung“.

POSITION DES HDE

Es gilt, in mit dem Handel abgestimmten Einzelhandelskonzepten die Verkaufsflächen der Zukunft zu definieren. Dabei darf in Zukunft auch die geplante Schrumpfung kein Tabu sein, um eine zwar räumlich konzentrierte, jedoch durchgehende Handelslage zu gewährleisten. Hierbei ist weiterhin die „reale“ Erreichbarkeit wie auch zusätzlich die „digitale“ Erreichbarkeit der Handelslagen zu garantieren. Diesbezüglich hat der Handelsverband Deutschland das Positionspapier „Zukunft für die Innenstadt“ in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Städtetag veröffentlicht, welches u.a. die gemeinsame Willensbildung erklärt und diese Themen in den politischen Raum stellt.

Verödung der Innenstädte durch den E-Commerce

Die Verödung der Innenstädte ist ein reales Szenario für viele deutsche Regionen. Hierbei werden weiche Faktoren wie z.B. die Aufenthaltsqualität, die bauliche Gestaltung (Baukultur) immer gewichtigere Faktoren, bei der Vitalisierung der Handelsstandorte.

AKTUELLER STAND

- Die Funktion einer Stadt wird sich in Zukunft noch stärker an den Begriffen „Erlebnisstadt“ und „Versorgungsstadt“ orientieren. Vor allem in Mittelstädten droht ein Bedeutungsverlust von der Erlebnisstadt zur Versorgungsstadt. In diesen Städten werden die Kunden das Angebot auch aufgrund der jederzeitigen Verfügbarkeit aller Waren im Online-Handel als für eine Erlebnisstadt nicht weiterhin angemessen beurteilen.

POSITION DES HDE

- Die Städte müssen ihre „Funktion im Raum“ hinterfragen und ihre Planung konsequent darauf ausrichten. Hierzu gilt es auch, bei abnehmenden

// INFRASTRUKTUR

Frequenzen in Geschäften für die Innenstadt, andere, handelsergänzende Funktionen stärker in Wert zu setzen, um somit eine zusätzliche Sogwirkung in den Kern der Stadt zu bewirken. Dazu zählt vor allem, Innenstädte als Orte der Kommunikation zu erhalten. Hier ist der Breitbandausbau sowie leistungsfähiger und flächendeckender WLAN-Empfang in kommunaler Verantwortung.

- Der HDE hat zu diesen komplexen Herausforderungen einen 11-Punkte-Plan „Gute Politik für attraktive Innenstädte“ veröffentlicht. Die Erkenntnisse basieren unter anderem auf den im „HDE-Standortmonitor 2020“ veröffentlichten wissenschaftlichen Ergebnissen.



- In der politischen Diskussion wird daher der Verbleib eines stationären Nahversorgungsnetzes erörtert.

Ländliche Versorgung durch E-Commerce

Die demographische Entwicklung sowie die fortschreitende Zuwanderung in die Großstädte bewirken, dass die notwendigen Kennziffern für einen betriebswirtschaftlich sinnvollen Betrieb eines Versorgungsbetriebes in den ländlich geprägten Räumen abnehmen. Das Problem besteht darin, dass sich Nahversorgungseinrichtungen und insbesondere die hier im Fokus stehenden Lebensmittelmärkte zunehmend aus den kleineren Orten der ländlichen Räume zurückziehen.

AKTUELLER STAND

- Chancen einer flächendeckenden Nahversorgung insbesondere in den ländlichen Räumen können nur durch eine ausreichende Kundendichte gewährleistet werden. Die teilweise in die Diskussion eingebrachte Vorstellung, dass der Online-Handel die flächenhafte Nahversorgung der Bevölkerung in ruralen Räumen gewährleisten kann, ist betriebswirtschaftlich nicht abzubilden. Selbst in den hochverdichteten Metropolregionen mit optimierter Routenplanung ist ein rentables Angebot derzeit nicht zu realisieren.

POSITION DES HDE

- Die im politischen Raum gestellte Forderung zur Aufrechterhaltung auch unrentabler Lebensmitteleinzelhändler im ländlichen Raum ist nur die Konservierung des unzureichenden Status Quo. Zudem löst dieser Zustand auch nicht die Migration in die Großstädte. Der ländliche Raum benötigt vielmehr eine ganzheitliche Vision für eine zukunftsfähige Perspektive. Der Breitbandausbau spielt hier eine große Rolle, um die Chancen der Digitalisierung auch im ländlichen Raum zu nutzen. Pull-Effekte können am ehesten und nachhaltigsten durch die Schaffung hochwertiger, flexibler und mobiler Arbeitsplätze ausgelöst werden, die gleichzeitig die Kundendichte erhöhen würden.

Erhöhtes Verkehrsaufkommen durch E-Commerce

Durch den Online-Handel entstehen neue Verkehre, die in der Summe aller Verkehre zwar einen geringen Teil ausmachen (ca. zwei Prozent), jedoch in ihrer Wirkung auf den Verkehrsfluss (Lieferfahrzeuge in der zweiten Reihe) oder Verkehrsverlagerungen (zunehmender Verkehr in Wohngebieten) kritisch diskutiert werden.

// INFRASTRUKTUR**AKTUELLER STAND**

- Durch die für den Online-Handel beauftragten Kurier- und Expressdienste (KEP) wird zwar ein Teil des Individualverkehrs (Versorgungsverkehr) kompensiert, jedoch entstehen u.a. durch das hybride Einkaufsverhalten sowie die hohe Retourenquote mehr Verkehrsprobleme.
- Die diesbezüglich 2018 veröffentlichte Studie „Verkehrlich-städtebauliche Auswirkungen des Online-Handels“ vom Bundesministerium für Umwelt, Natur Bau und Reaktorsicherheit (BMUB), bei der der HDE Mitglied des Expertenkreises war, stellte zudem heraus, dass Cross-Channel Strategien im Einzelhandel („Showrooms“) deutlich zunehmen.
- Zudem haben die Studienergebnisse gezeigt, dass die gewonnene Zeit durch den Online-Handel (Ersatz der eigenen Versorgungsfahrten durch beauftragten Lieferverkehr) dazu führen wird, dass die Bürger diese Zeit zur Freizeitgestaltung nutzen werden. Während die Versorgungswege der Bürger jedoch durch die Raumordnung des Bundes und der Länder sowie die Bauleitplanung der Kommunen „optimiert sind (kurze Wege), sind die Wege im Freizeitverhalten nicht optimiert sondern chaotisch. Daher wird der Tausch von Versorgungsfahrten in Fahrten während der Freizeitgestaltung zu insgesamt mehr Verkehr führen.

POSITION DES HDE

- Das Kernproblem im Kunden- sowie Lieferverkehr ist der drohende Verkehrsinfarkt durch die Zunahme an Verkehren auf einer bestehenden und insbesondere in den städtebaulich hochverdichteten Bereichen nicht weiter ausbaubaren Verkehrsinfrastruktur. Daher muss der Verkehrsfluss durch geeignete Maßnahmen erhalten bzw. erhöht werden.
- Erschwerend kommt hinzu, dass die Verkehrsinfrastruktur seit etlichen Jahren „auf Verschleiß gefahren wird“, so dass Ausfälle an wichtigen Knotenpunkten schon heute den Verkehrsfluss massiv behindern. Daher muss die Finanzierung der Verkehrsinfrastruktur auf den Erhalt fokussiert und die Mittel aus dem Bundeshaushalt aufgestockt werden.

- Der HDE hat hierzu eine gemeinsame Position mit den kommunalen Spitzenverbänden sowie dem Bundesverband Paket- und Expresslogistik „Gute Logistik für lebenswerte Innenstädte“ veröffentlicht.

E-Commerce Logistik

Die Anforderungen des E-Commerce an die Handelslogistik sind vielfältig und unterscheiden sich in großem Maße von der herkömmlichen Filiallogistik. Unterschiedliche Liefergrößen und -rhythmen, Zustellungsformen und Retourenprozesse sind oft nicht geeignet, um Synergien zu heben. Die Entscheidung, wie eine E-Commerce Logistik in die Prozesse der Handelsunternehmen integriert werden kann, ist von zentraler Bedeutung für den Geschäftserfolg. Besondere Berücksichtigung muss in der politischen Diskussion auch die Zustellung der Waren an den Verbraucher finden. Hier verändern sich Verkehrsströme mit besonderen Auswirkungen an die Innenstädte.

AKTUELLER STAND

- Die Themen und Fragestellungen in der Logistik des E-Commerce sind je nach Unternehmen sehr individuell zu beantworten. Der Logistik Roundtable wird hierzu regelmäßig befragt und die Erfahrungen in Bezug auf notwendige politische Forderungen ausgewertet.

POSITION DES HDE

- Der HDE weist auf die Besonderheiten des E-Commerce auch in Bezug auf logistische Fragestellungen hin. Unternehmen stehen vor großen Herausforderungen, wenn sie die Filiallogistik auf die wachsenden Anforderungen des E-Commerce ausrichten wollen. Hierbei kann der HDE durch Moderation und Erfahrungsaustausch beitragen.
- Der HDE unterstützt zudem die Erforschung der verkehrlichen Auswirkungen des E-Commerce und wirkt intensiv bei der Verfassung von Studien zu diesem Thema mit.

6

ARBEITSRECHT



Tarifautonomie

Die Entscheidungen in der Lieferkette zwischen Produktion, Lager und Filiale werden durch die Digitalisierung und dabei vor allem durch den Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) künftig voraussichtlich immer weiter automatisiert. Durch die effiziente automatisierte Bestellung von Produkten lassen sich erhebliche Kosten (bspw. durch unnötige Lagerung) einsparen. Die intelligente Bestellsoftware wird durch den Einsatz von lernenden Algorithmen auch zunehmend selbstständige Entscheidungen treffen können.

AKTUELLER STAND

→ Der Koalitionsvertrag sieht vor, das Zeitalter der Digitalisierung als Chance für mehr und bessere Arbeit zu nutzen. Neue Geschäftsmodelle sollen gefördert und gleichzeitig die Tarifbindung gestärkt werden.

→ In den Handlungsempfehlungen des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (BMAS) zum Zukunftsdialog „Neue Arbeit. Neue Sicherheit.“ (September 2019) wurde u.a. eine „Zweites Gesetz zur Stärkung der Tarifautonomie“ angekündigt. Bislang gab es hierzu aber noch keine konkreten gesetzgeberischen Aktivitäten.

POSITION DES HDE

→ Aufgrund sich immer rasanter vollziehenden Innovations- und Änderungszyklen werden im Zeitalter von KI immer weniger (und nicht etwa mehr) pauschale gesetzliche Regelungen gebraucht. Tarifverträge, die von den Sozialpartnern auf Augenhöhe verhandelt werden, sind zukünftig also mehr denn je das zentrale Instrument, um die erforderlichen branchenspezifischen Rahmenbedingungen zu garantieren.

// ARBEITSRECHT

- Es bedarf also wieder mehr (anstatt weniger) Gestaltungsspielraum für Sozialpartner durch zusätzliche Öffnungsklauseln im Gesetz. Auf diese Weise können in Tarifverträgen – abweichend von der Gesetzeslage (Status quo) – maßgeschneiderte und ausreichend flexible Lösungen für eine Branche angeboten werden. Aber auch die Sozialpartner selbst sind aufgefordert, in ihren Tarifverträgen vermehrt Öffnungsklauseln für betriebliche Lösungen aufzunehmen und so für mehr Flexibilität und damit Zukunftsfestigkeit der Tarifverträge zu sorgen. Auch das Konzept einer modularen Tarifbindung, nach dem Arbeitgeber im Sinne eines Baukastensystems nur bestimmte Komponenten eines gesamten komplexen Tarifwerks auswählen können, wäre sehr zu begrüßen.
- Eine weitere Lockerung der gesetzlichen Voraussetzungen für eine Allgemeinverbindlicherklärung (AVE) sowie eine AVE der Tarifverträge des Einzelhandels wird hingegen strikt abgelehnt. Die AVE stellt bereits unter den gegebenen Voraussetzungen einen massiven Eingriff in die Tarifautonomie und eine Einschränkung der negativen Koalitionsfreiheit nach Art. 9 Abs. 3 GG dar, der die absolute Ausnahme bleiben muss.

Betriebliche Mitbestimmung

Durch die Digitalisierung verändert sich die Arbeitswelt so schnell wie nie zuvor. Insbesondere der Einsatz von KI wird für Unternehmen zunehmend zu einem wichtigen Wettbewerbsfaktor. In diesem Zusammenhang wird diskutiert, ob die Mitbestimmungsrechte im Betriebsverfassungsgesetz (BetrVG) diese Entwicklung noch hinreichend abbilden können.

AKTUELLER STAND

- Der Koalitionsvertrag greift dieses Thema nicht auf. Die Bundesregierung hat in ihrer KI-Strategie im November 2018 angekündigt, die betrieblichen Mitbestimmungsrechte bei der Einführung von KI-Anwendungen prüfen und ggf. weiter ausbauen zu wollen.
- Auch der Zwischenbericht der Bundesregierung „Ein Jahr KI-Strategie“ aus dem November 2019 nimmt das Thema betriebliche Mitbestimmung nicht auf.

POSITION DES HDE

- Bereits heute besteht im Rahmen der Mitbestimmung nach dem BetrVG für Arbeitnehmer hinreichend die Möglichkeit, den Einsatz von KI im Betrieb mitzugestalten. Eine Ausweitung der betrieblichen Mitbestimmungsrechte ist daher ausdrücklich abzulehnen. Sie sind mit dem technologischen Fortschritt hinreichend kompatibel.
- Dringend erforderlich wäre hingegen eine Beschleunigung der bestehenden betrieblichen Mitbestimmungsverfahren. Aktuell ist nämlich nicht nur die Einführung einer Vielzahl von technischen Einrichtungen sondern oftmals sogar auch jedes technische Update mitbestimmungspflichtig. Letzteres ist im Zeitalter von KI schon wegen der zeitlichen Abläufe nicht praktikabel und müsste angepasst werden.

Mobile Arbeit

Durch die Digitalisierung gibt es immer mehr Möglichkeiten, Aufgaben ortsunabhängig zu erbringen. In der öffentlichen Debatte wird aktuell insbesondere ein Recht auf mobiles Arbeiten (inklusive Homeoffice-Anspruch) diskutiert.

AKTUELLER STAND

- Laut Koalitionsvertrag soll „mobile Arbeit“ gefördert und erleichtert werden. Zu diesem Zweck soll im Gesetz ein Auskunftsanspruch der Arbeitnehmer gegenüber ihrem Arbeitgeber über die Entscheidungsgründe der Ablehnung geschaffen werden.
- Das BMAS prüft aktuell, zur Förderung mobiler Arbeit, einen gesetzlichen Anspruch auf mobile Arbeit zu schaffen, den der Arbeitgeber z. B. aus betrieblichen Gründen ablehnen kann.

// ARBEITSRECHT

POSITION DES HDE

- Viele Unternehmen bieten ihren Beschäftigten bereits mobiles Arbeiten an, sofern dies betrieblich möglich ist. Ein Rechtsanspruch auf mobile Arbeit ist hingegen abzulehnen. Im Rahmen seines Weisungsrechts obliegt es dem Arbeitgeber Ort und Zeit der Arbeitsleistung näher zu bestimmen. In der öffentlichen Debatte wird zudem häufig vernachlässigt, dass die meisten Tätigkeiten für mobile Arbeit bzw. Homeoffice offensichtlich ungeeignet sind (z. B. Verkäufer, Pfleger, in der industriellen Produktion).
- Ferner gibt es diverse Bürotätigkeiten, die ebenfalls Präsenz erfordern. Beispielsweise teambezogene Tätigkeiten und Tätigkeiten, bei denen Gruppendynamiken entscheidend sein können (z. B. Entwickler, Werber).
- Abzulehnen ist zudem die Schaffung einer Begründungspflicht für Arbeitgeber bei der Ablehnung eines Antrages auf Arbeiten im Homeoffice. Dies schafft unnötige Bürokratie. Arbeitgeber werden einem Arbeitnehmerantrag je nach Möglichkeit ohnehin stattgegeben, weil sich auf diesem Wege Räumlichkeiten einsparen lassen. Zudem können sie sich als

familienfreundlicher und attraktiver Arbeitgeber im Kampf um Fachkräfte positionieren und zudem das Betriebsklima verbessern

EuGH-Urteil zur Arbeitszeiterfassung

Der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat im Mai 2019 in einem spanischen Fall entschieden, dass die Mitgliedstaaten die Arbeitgeber verpflichten müssen, ein objektives, verlässliches und zugängliches System einzurichten, mit dem die tägliche Arbeitszeit der Arbeitnehmer gemessen werden kann, um den Schutzzweck der EU-Arbeitszeitrichtlinie umfassend zu gewährleisten.

AKTUELLER STAND

- Ein erstes Gutachten im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (BMAS) kommt zu dem Ergebnis, dass das deutsche Recht keine grundsätzliche Pflicht zur Aufzeichnung der Arbeitszeit kenne und es daher einer Umsetzung der EuGH-Rechtsprechung in deutsches Recht bedürfe. Ergänzend hat das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) ein zweites Rechtsgutachten dazu angekündigt. Dies liegt allerdings noch nicht vor.

POSITION DES HDE

- Eine Umsetzung der EuGH-Entscheidung ist hierzulande nicht geboten. Gegen eine Änderung der nationalen Regelungen spricht insbesondere, dass der EuGH lediglich fordert, dass der Arbeitgeber ein Zeiterfassungssystem zur Verfügung stellt, mit dem die Arbeitszeit gemessen werden „kann“. Eine Verpflichtung zur Aufzeichnung spricht er gerade nicht aus.
- Darüber hinaus haben die Gewerbeaufsichtsämter, die in den Bundesländern den Arbeitsschutz kontrollieren, bereits heute das Recht, Arbeitgeber anzuweisen, die Arbeitszeit ihrer Mitarbeiter weitgehend aufzuzeichnen.



// ARBEITSRECHT

- Sollte sich der Gesetzgeber dennoch zu einer Umsetzung der EuGH-Entscheidung entschließen, wäre Zurückhaltung geboten. Der EuGH gibt in seinem Urteil z. B. keine spezifischen technischen Aufzeichnungsbedingungen vor. Zudem bleibt eine Delegation an die Mitarbeiter in vollem Umfang möglich. Der Gesetzgeber sollte ferner im Falle einer Umsetzung die Herausnahme bestimmter tätigkeitsbezogener Aufgaben und Arbeitnehmergruppen aus der Arbeitszeiterfassung ins Auge fassen.

Modernes Arbeitszeitrecht

Die Digitalisierung fördert die Vernetzung und die ortsunabhängige länderübergreifende Zusammenarbeit in Unternehmen. So ist es in internationalen Konzernen durchaus üblich, dass Mitarbeiter aus verschiedenen Ländern und Zeitzonen projektbezogen in einem Team arbeiten. Die tägliche Höchstarbeitszeit von acht Stunden ist in der Praxis zu starr, insbesondere bei Projektarbeiten über verschiedene Zeitzonen hinweg. Reformbedarf besteht auch bei der im Arbeitszeitgesetz (ArbZG) ebenfalls nach wie vor vorgeschriebenen ununterbrochenen täglichen Ruhezeit von elf Stunden.

AKTUELLER STAND

- Der Koalitionsvertrag sieht hierzu lediglich die Schaffung von Experimentierräumen für tarifgebundene Unternehmen mittels einer Tariföffnungsklausel im ArbZG vor, um eine Öffnung für mehr selbstbestimmte Arbeitszeit der Arbeitnehmer und mehr betriebliche Flexibilität in der zunehmend digitalen Arbeitswelt zu erproben. Auf Grundlage dieser Tarifverträge soll es dann möglich sein, mittels Betriebsvereinbarungen „insbesondere“ die Höchstarbeitszeit wöchentlich flexibler zu regeln.
- Konkrete gesetzgeberische Maßnahmen wurde dazu bislang nicht ergriffen.

POSITION DES HDE

- Die Vereinbarung im Koalitionsvertrag bezüglich der „Experimentierräume“ ist nicht ambitioniert genug und für die Praxis an zu viele Voraussetzungen geknüpft. Eine starre tägliche Höchstarbeitszeit wird den Anforderungen der digitalisierten Arbeitswelt nicht mehr gerecht.
- Erforderlich ist daher ein Wechsel von einer täglichen zu einer wöchentlichen Höchstarbeitszeit direkt im ArbZG. Eine wöchentliche Höchstarbeitszeit wäre nach geltendem EU-Recht auch zulässig, da der nationale Gesetzgeber den Gestaltungsspielraum bei der Umsetzung der EU-Arbeitszeitrichtlinie im ArbZG nicht voll ausgeschöpft hat. Aber auch die im ArbZG vorgesehene ununterbrochene Ruhezeit von elf Stunden täglich ist in Zeiten von mobilem Arbeiten mit Smartphone und Tablet etc. nicht praktikabel. Entsprechend den hierzu strengeren Vorgaben des EU-Rechts sollten Abweichungen durch erweiterte Öffnungsklauseln für Kollektivregelungen erleichtert werden.

Arbeitsschutz (Gefährdungsbeurteilung)

Der Arbeitgeber hat durch eine Beurteilung der für die Arbeitnehmer mit ihrer Arbeit verbundenen Gefährdung zu ermitteln (sog. Gefährdungsbeurteilung), welche Maßnahmen des Arbeitsschutzes erforderlich sind. Dazu reicht die Beurteilung eines Arbeitsplatzes oder einer Tätigkeit aus, wenn die Arbeitsbedingungen gleichartig sind. Problematisch ist, dass die Digitalisierung die Individualisierung der Arbeitsgestaltung fördert, so dass die Vergleichbarkeit abnehmen wird. In der öffentlichen Debatte tritt zudem verstärkt die Befürchtung auf, dass in Zukunft die psychischen Belastungen bei der Arbeit steigen werden. So wird von gewerkschaftlicher Seite eine sog. „Antistressverordnung“ gefordert, mit der vor allem auf die befürchtete Entgrenzung von Arbeitszeit und Freizeit reagiert werden soll.

// ARBEITSRECHT

AKTUELLER STAND

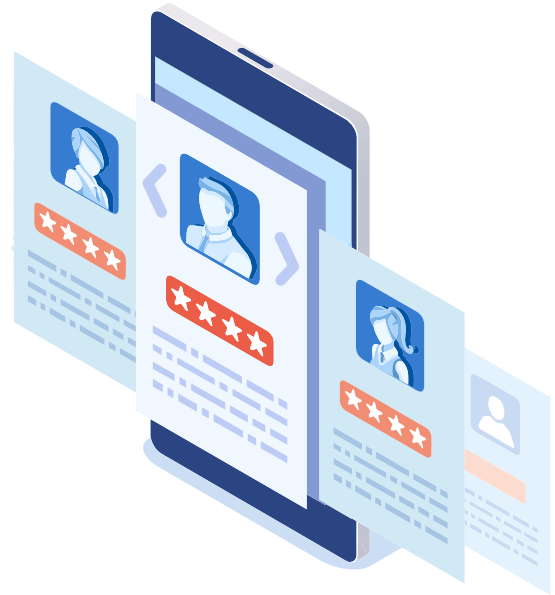
- Im Koalitionsvertrag wurde vereinbart, den Arbeitsschutz mit Blick auf die Herausforderungen der Digitalisierung zu überprüfen. Dazu sollen die Studien der Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin, besonders mit Blick auf psychische Erkrankungen, ausgewertet werden.
- Konkrete Ergebnisse sind nicht bekannt. Gesetzgeberische Maßnahmen gibt es bislang nicht.

POSITION DES HDE

- In § 5 Abs. 3 Nr. 6 Arbeitsschutzgesetz (ArbSchG) wurde bereits gesetzlich klargestellt, dass der Arbeitgeber bei der Gefährdungsbeurteilung u.a. „psychische Belastungen bei der Arbeit“ zu berücksichtigen hat, so dass kein weiterer Bedarf für gesetzgeberische Maßnahmen, etwa in Form einer „Antistressverordnung“, existiert. Der zunehmenden Diversifizierung der Arbeitsgestaltung kann ohnehin nur auf Ebene der zuständigen Berufsgenossenschaft effektiv begegnet werden.
- Die Berufsgenossenschaft Handel und Warenlogistik (BGHW) hat bereits auf die öffentliche Diskussion um die mögliche Zunahme von psychischen Belastungen durch die Digitalisierung reagiert, indem umfangreiche Instrumente und Materialien zur Erfassung der psychischen Belastung in der Gefährdungsbeurteilung im Einzelhandel (sog. PegA-Konzept) zur Verfügung gestellt werden.

Beschäftigtendatenschutz

In der Öffentlichkeit wird vor dem Hintergrund der Debatte um Big Data insbesondere das Thema Beschäftigtendatenschutz thematisiert. In der Arbeitswelt werden zur Unterstützung der Beschäftigten zunehmend KI-gestützte Assistenzsysteme (wie etwa Datenbrillen) zum Einsatz kommen können, die auch fortlaufend Daten der Beschäftigten erfassen. Es wird ein „gläserner Arbeitnehmer“ befürchtet.



AKTUELLER STAND

- Im Koalitionsvertrag wurde vereinbart, die Schaffung eines eigenständigen Gesetzes zum Beschäftigtendatenschutz zu prüfen. Angekündigt wird die Herstellung von Klarheit über Rechte und Pflichten der Arbeitgeber und Arbeitnehmer sowie die Sicherstellung der Persönlichkeitsrechte von Beschäftigten.
- Das BMAS hat im September 2019 angekündigt, einen interdisziplinären Beirat einzusetzen, der das Ministerium bei Fragen der Ethik und des Schutzes von Beschäftigtendaten berät. Der Beirat soll Empfehlungen dazu formulieren, ob ein eigenes Beschäftigtendatenschutzgesetz sinnvoll ist, und gegebenenfalls mögliche Inhalte eines solchen Gesetzes vorschlagen.

POSITION DES HDE

- Das Datenschutzniveau in Deutschland ist aufgrund europäischer und nationaler Regelungen bereits heute sehr hoch. Am 25. Mai 2018 sind die neue EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) sowie das neue Bundesdatenschutzgesetz in Kraft getreten. Letzteres dient insbesondere dazu, den Beschäftigtendatenschutz im Rahmen der DSGVO zu spezifizieren.
- Vor diesem Hintergrund ist die Forderung nach einem (zusätzlichen) eigenständigen Beschäftigtendatenschutzgesetz überflüssig. Zumal ein neues Gesetz voraussichtlich weitere Kosten und neue Bürokratie für die Arbeitgeber verursachen würde.

BILDUNG



Technisch-organisatorischer Wandel verändert die Qualifikationsanforderungen im Beschäftigungssystem. Die Arbeitswelt des Einzelhandels wird durch den zunehmenden Einsatz digitaler Techniken – vor allem seit Beginn des Jahrhunderts – und durch den dynamisch wachsenden E-Commerce verändert. Aus- und Fortbildungsberufe müssen in gewissen Abständen weiterentwickelt werden, damit die Aus- und Fortbildungen modern und bedarfsgerecht bleiben. Die bedarfsgerechte Modernisierung der Berufe für den Handel ist einer der Arbeitsschwerpunkte des HDE.

AKTUELLER STAND

Das im Mai 2015 vom HDE vorgelegte Konzept für die Gestaltung eines Ausbildungs- und eines Fortbildungsberufs für das Tätigkeitssegment E-Commerce bildet die Grundlage für die sozialpartnerschaftlichen Schaffungsprozesse des neuen Ausbildungsberufs Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce und des Fortbildungsberufs Fachwirt/Fachwartin im E-Commerce:

- Seit dem 1. August 2018 kann in dem neuen zukunftsfähigen und attraktiven Beruf Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce ausgebildet werden. Handelsunternehmen erhalten so eine weitere Option, ihren durch E-Commerce und Multi-Channel-Handel wachsenden Fachkräftebedarf zu decken.
- Seit dem 12. Dezember 2019 gibt es die Möglichkeit den anerkannten Fortbildungsabschluss Fachwirt/Fachwartin im E-Commerce zu erwerben. Die neue Fortbildung ist wie die bewährten Fachwirte des Handels – Handelsfachwirt/Handelsfachwartin und Fachwirt/Fachwartin für Vertrieb im Einzelhandel – gleichwertig zum hochschulischen Bachelorabschluss gestaltet und dem Niveau 6 des Deutschen Qualifikationsrahmens (DQR) zugeordnet. Der Fortbildungsberuf wurde ebenfalls unter federführender Beteiligung des HDE geschaffen.
- Jährlich werden 10 Prozent aller Ausbildungsverträge in den beiden klassischen Einzelhandelsberufen – Verkäufer/Verkäuferin und Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel – abgeschlossen.

// BILDUNG

Seit dem 1. August 2017 gilt für diese beiden Berufe eine modernisierte Ausbildungsordnung. Auswirkungen der Digitalisierung auf die Arbeit im stationären Handel wurden aufgegriffen. Mit der völlig neuen Wahlqualifikation „Onlinehandel“ erhalten Multi-Channel-Händler die Möglichkeit, ergänzend zum stationären Tätigkeitsschwerpunkt von Kaufleuten im Einzelhandel diese auch für Fachaufgaben im Online-Handel auszubilden.

- Die vier IT-Ausbildungsberufe, die für den Handel auch eine Bedeutung haben, wurden ebenfalls modernisiert und sollen zum 1. August 2020 Inkrafttreten.

POSITION DES HDE

- Die Weiterentwicklung weiterer Berufe, die für den Handel Bedeutung haben (z. B. Gestalter/Gestalterin für visuelles Marketing sowie die Lager- und Logistikberufe), muss durch E-Commerce und Digitalisierung veränderte Qualifikationsanforderungen aufgreifen.
- Digitalisierung verändert auch die Lehr-/Lernprozesse. Die Kompetenzen des Bildungspersonals müssen verstärkt um Digital- und Medienkompetenz erweitert werden.

- Die IT-Ausstattung der allgemein- und berufsbildenden Schulen muss dringend verbessert werden. Lernen mit digitalen Medien muss zum Schulalltag gehören. Lehreraus und -fortbildung müssen daher intensiviert und verbessert werden. Die Initiative der Bundesregierung zur umfassenden Verbesserung der IT-Ausstattung der allgemein- und berufsbildenden Schulen muss ergänzt um die KMK-Strategie „Bildung in der digitalen Welt“ zügig und konsequent umgesetzt werden.
- Die Nutzung von E-Learning- und Blended-Learning-Konzepten – gerade auch gemäß dem von der Zentralstelle für Berufsbildung im Handel (zbb) entwickelten Konzept des Flexible Learning und mit Nutzung der multimedialen Lernprodukte der zbb – sollte im Handel deutlich ausgebaut werden, um die Lernpotenziale neuer Medien besser auszuschöpfen. In diesem Sinne müssen auch die Kompetenzen des Bildungspersonals im Handel und bei den handelsorientierten Bildungseinrichtungen weiterentwickelt werden.



UMWELT UND ENERGIE

8



Umweltbezogene Produktinformationen im E-Commerce

AKTUELLER STAND

- Händler müssen in ihrem Webshop für online vertriebene Elektrogeräte die für das jeweilige Gerät geltenden EU-Energielabel sowie die Produktdatenblätter gut sichtbar und leserlich in der Nähe des Produktpreises zur Kundeninformation zur Verfügung stellen. Die Aktualität der Geräteinformationen ist dabei unbedingt zu beachten. Umfangreiche Details zur vollständigen und richtigen Umsetzung der Pflicht sowie die Geräte, die unter diese Regelungen fallen, finden Sie [hier](#).
- Die europäischen Vorgaben zur Energieverbrauchskennzeichnung (Richtlinie 2017/1369/EU) wurden kürzlich überarbeitet. Ab 2021 wird das Energielabel für alle Produktgruppen auf eine einheitliche von A bis G-Skala geändert. Der HDE begleitet diesen Prozess intensiv und setzt sich für „händlerfreundliche“

Lösungen ein. Durch die Teilnahme am EU-weiten Projekt Label 2020 bietet der HDE Händlern Informationsmaterialien und –Konzepte, um den Übergang zum neuen Energielabel zu vereinfachen.

POSITION DES HDE

- Der HDE unterstützt eine transparente und für den Verbraucher nachvollziehbare Produktinformation im E-Commerce. Gleiche Informationspflichten sind im stationären Handel bereits etabliert.
- Auf eine unbürokratische Umsetzung der Informationspflicht muss aber geachtet werden, z. B. im Hinblick auf die hohe Fehleranfälligkeit bei der Aktualisierung der Energielabels im Handel. Dazu gehört, dass Produktinformationen (Labels, etc.) ihre Gültigkeit auch im Falle anschließender Überarbeitungen behalten, um ein aufwändiges Umlabeln zu vermeiden, zumindest jedoch muss eine angemessene Übergangsfrist für das Umlabeln im Handel vorhanden sein.

// UMWELT & ENERGIE

- Es muss sichergestellt sein, dass die Verantwortung zur Richtigkeit der Angaben bei den Herstellern verbleibt und diese verpflichtet werden, den Vertreibern unaufgefordert und kostenlos digitale Produktinformationen und Labels zur Verfügung zu stellen.

Rücknahme von Elektrogeräten

AKTUELLER STAND

- Mit der Umsetzung der Richtlinie 2012/19/EU über Elektro- und Elektronik-Altgeräte sollen ambitioniertere Sammelquoten für Elektroaltgeräte (45 Prozent bis 2018; 65 Prozent ab 2019) erreicht werden. Die Richtlinie sieht als Umsetzungsmaßnahmen u. a. Rücknahmepflichten (mit und ohne Neukauf) des Handels vor.
- Deutschland hat die Richtlinie durch eine Novellierung des ElektroG umgesetzt. Seit dem 24. Juli 2016 müssen alle Online-Händler, die über Elektroverkaufsflächen von mind. 400 qm (im Onlinehandel gilt die Elektrolagerfläche als Bezugsgröße) verfügen, Elektroschrott zurücknehmen. Betroffene Händler müssen sich bei der Stiftung ear anzeigen, jedes Jahr ihre Rücknahmemengen melden und im Markt bzw. im Onlineshop ihre Kunden informieren. Beim grenzüberschreitenden Verkauf von Elektrogeräten kommt erschwerend hinzu, dass der Händler die gesetzlichen Bestimmungen des Ziellands befolgen muss.

POSITION DES HDE

- Der HDE hat sich bei der Umsetzung in nationales Recht erfolgreich gegen die Einführung einer Einzu-eins-Rücknahmepflicht (d. h. bei Neukauf eines Geräts mit denselben Funktionen) für Einzelhändler mit weniger als 400qm Elektroverkaufsfläche eingesetzt. Hintergrund waren die absehbar großen Umsetzungsschwierigkeiten und unverhältnismäßig hohen betrieblichen Aufwände für die betroffenen Einzelhändler.

- Im Jahr 2020 ist mit einer Novellierung des ElektroG zu rechnen, die unter anderem eine Ausweitung der Rücknahmepflicht auch für Vertreter unter 400 Quadratmetern beinhalten könnte, da die erhöhte Rücknahmequote von 65 Prozent ab 2019 aller Wahrscheinlichkeit nach nicht erreicht wird.

- Alle relevanten Dokumente und weitere Informationen zu diesem Thema finden Sie [hier](#).

Transportverpackungen

In der öffentlichen Debatte taucht im Zusammenhang mit dem starken Wachstum des Online-Handels die Frage auf, ob dieser mehr oder weniger Müllaufkommen (z. B. durch Produkt-, Transport- oder Versandverpackungen) verursacht als der stationäre Handel. Außerdem stellt sich die Frage, inwiefern der Online-Handel seiner Verantwortung bei der Müllentsorgung gerecht wird.

AKTUELLER STAND

- Es ist zu einem Anstieg des Verpackungsmüllaufkommens durch den Online-Handel gekommen, insbesondere im Bereich PPK (Papier, Pappe, Karton).
- Das Jahr 2019 hat gezeigt, dass der Online-Handel, insbesondere das Versandgeschäft aus nicht EU-Ländern nach Deutschland, anfällig dafür ist, nicht den Verpflichtungen nach dem ab 01. Januar 2019 geltenden Verpackungsgesetz nachzukommen.
- Transportverpackungen im E-Commerce, die beim Endkunden anfallen, müssen ebenso wie Verkaufsverpackungen lizenziert werden.

POSITION DES HDE

- Für alle Vertriebskanäle des Einzelhandels soll gleiches Recht gelten. Das gilt auch für das Abfallrecht, das allen Marktteilnehmern des Handels gleiche Pflichten im Rahmen der Kreislaufwirtschaft auferlegen soll.

// UMWELT & ENERGIE

- Der Onlinehandel, wie der stationäre Handel, nimmt seine Entsorgungsverantwortung über die Teilnahme am dualen System wahr.
- Onlinehändler sind nach dem ab 01. Januar 2019 geltenden Verpackungsgesetz leichter ausfindig zu machen, da sie sich bei der Zentralen Stelle registrieren müssen und in einem öffentlichen Register geführt werden. Der Vollzug ist aber noch verbesserungswürdig.

Digitalisierung der Energiewende

Ein wesentlicher Faktor für ein effizientes Energiemanagement sind Echtzeitdaten über den Energieverbrauch. Gerade Filialisten sind auf Daten in einer gleichen Taktung und in einem einheitlichen Format angewiesen. Nur so kann ein sinnvolles Energie-Benchmark-System unterhalten werden. Der deutsche Einzelhandel betreibt solche Systeme mit intelligenten Zählern bereits seit Jahren und ist ein Vorreiter in diesem Bereich.

AKTUELLER STAND

- Das Roll-Out intelligenter Messsysteme erfolgt von 2017 bis 2025.
- Die Übertragungstechnik der Daten erfolgt nach dem BSI-Standard.

POSITION DES HDE

- Der Handel ist oftmals freier Messstellenbetreiber. Daher ist er durch die Regelungen auch in seinem Geschäftsmodell direkt betroffen. Der HDE konnte erreichen, dass zumindest die Abschreibungskosten für bereits installierte Zähler im Rahmen einer Übergangsfrist wieder hereingeholt werden können.
- Zudem konnte zumindest formal eine Ungleichbehandlung zwischen freien Messstellenbetreibern und den Grundzuständigen bzw. denjenigen die gleichzeitig noch ein Stromnetz mitbewirtschaften verringert werden, indem keine Kosten des Messstellenbetriebs von der Netzbewirtschaftung aufgefangen werden dürfen.
- Die sichere Übertragung der Daten sieht der Einzelhandel als teuer und nicht zielführend an. Aus Sicht des HDE hätte der Einbau der teuren BSI Technologie an neuralgischen Infrastrukturlpunkten Sinn gemacht. Die flächendeckende Einführung hingegen ist in erster Linie teuer.



Ansprechpartner

Handelsverband Deutschland – HDE e. V.

Stephan Tromp

Stellv. Hauptgeschäftsführer
@StephanTromp
E-Mail: tromp@hde.de
Telefon: +40 30 72 62 50 70



Dara Kossok-Spieß

Referentin Netzpolitik & Digitalisierung
@dara_k_s
E-Mail: kossok-spiess@hde.de
Telefon: +40 30 72 62 50 33

Olaf Roik

Bereichsleiter Wirtschaftspolitik
@OlafRoik
E-Mail: roik@hde.de
Telefon: +40 30 72 62 50 22



Handelsverband Deutschland
HDE e. V.

Am Weidendamm 1 A
10117 Berlin
Telefon: +49 30 72 62 50-0

handel4punkt0.de
einzelhandel.de

© HDE, 2020