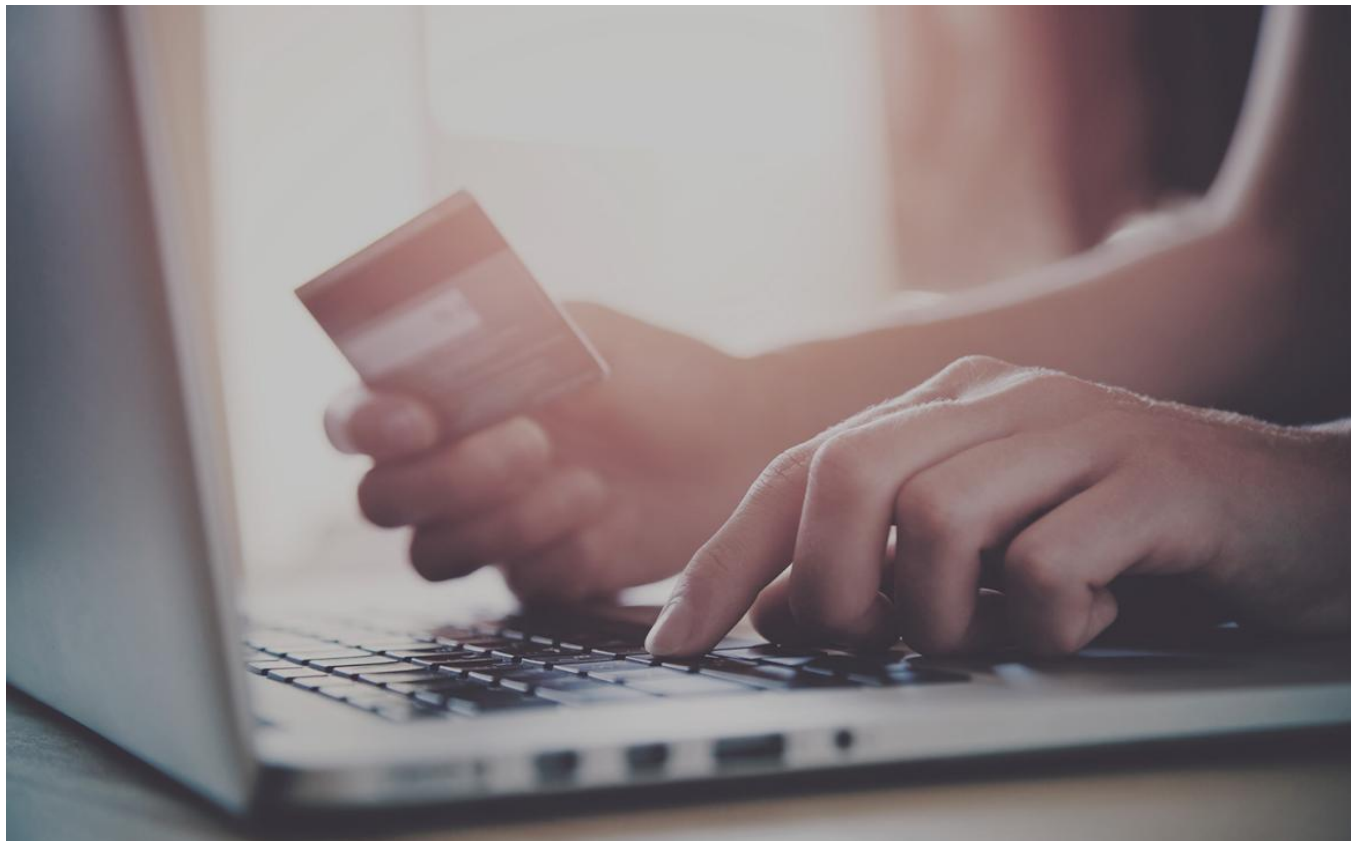


Nye tyske forbrugerbeskyttelsesregler giver webshops juridiske problemer

De tyske forbrugerbeskyttelsesregler er blevet skærpet, og et stort antal tyske webshops lever nu ikke op til lovens krav. Danskere med tyske webshops bør følge op på indholdet på deres websider.



Den 13. juni 2014 trådte en ny forbrugerbeskyttelseslov i kraft i Tyskland. Loven byder bl.a. på ændringer vedrørende aftaler om fjernsalg, hvor det især er informationspligten over for forbrugerne, der skærpes.

Dette er først og fremmest relevant for indehaverne af tyske webshops, idet man skal være særligt opmærksom på den udvidede informationspligt i forbindelse med digitale medier. Ændringerne er særligt indgribende, når det kommer til forbrugerens fortrydelsesret.

Som hidtil er det vigtigt, at man på websiden har en vejledning om forbrugerens fortrydelsesret, der er helt opdateret i forhold til lovens bestemmelser. I modsat fald risikerer man, at den normale fortrydelsesfrist ikke begynder at løbe ved varens modtagelse, og at forbrugeren derfor kan komme ud af aftalen på et langt senere tidspunkt ved at påberåbe sig sin fortrydelsesret.

I forbindelse med lovændringen foretog advokatfirmaet HÄRTING og sportbusiness-bladet SPONSORS et tjek af alle fanshops tilhørende hold i 1. og 2. Bundesliga. Der er her tale om topprofessionelle virksomheder med omsætninger i millionklassen, og man burde kunne forvente, at deres webshops ville være i orden. Resultatet viste dog tydeligt, at det er nødvendigt med rådgivning om udformningen af webshops, idet ikke en eneste af de 36 fanshop-websider var fri for juridiske fejl.

Der er ligeledes uden for fodboldens verden fejl i de fleste webshops. Der er her som oftest tale om fejl i vejledningen om forbrugerens fortrydelsesret, erklæringen om databeskyttelse eller kolofonen (på tysk: Impressum). Bl.a. disse tre elementer er lovpligtige for tyske websider, og informationen heri skal nøje leve op til lovens krav. Fejlene er ikke altid åbenlyse, men de kan hurtigt blive en rigtig dyr fornøjelse for indehaveren af webshoppen, fordi dette område efter tysk ret er underlagt ren privat påtale.

Det betyder, at eventuelle konkurrenter eller forbrugerorganisationer kan fremsætte direkte påtaler og gøre alverdens omkostninger gældende over for indehaveren, uden at sagen skal omkring en ombudsmand. Svarfristerne er korte, og der kræves omgående reaktion, idet sagen ellers hurtigt vil udvikle sig til en decideret fogsags.

Påtalesager, som indledes af konkurrenter eller forbrugerorganisationer, er ærgerlige og fører altid til unødvendige omkostninger.

Hvis man har en tysk webshop, kan det derfor anbefales, at man får en advokat med et indgående kendskab til de tyske regler til at lave en juridisk gennemgang af formalia vedrørende denne.