

E-HANDEL ROŚNIE W SIŁĘ → H8

Jak rozpocząć sprzedaż internetową w Niemczech

Ze względu na pandemię koronawirusa, przedsiębiorcy stanęli przed koniecznością podjęcia strategicznych decyzji co do dalszego rozwoju swoich firm. Aby je ratować przedsiębiorcy zaczęli oferować swoje produkty za pomocą internetowych platform.

E-HANDEL ROŚNIE W SIŁĘ

Jak rozpocząć sprzedaż internetową w Niemczech

Ze względu na pandemię koronawirusa, przedsiębiorcy stanęli przed koniecznością podjęcia strategicznych decyzji co do dalszego rozwoju swoich firm. Nagle – ze względu na liczne obostrzenia – okazało się, że stacjonarna sprzedaż produktów nie jest możliwa. Aby ratować firmy przedsiębiorcy zaczęli oferować swoje produkty za pomocą internetowych platform.

ALEKSANDRA NYKIEL

Dziś stacjonarna sprzedaż jest już możliwa, jednak wiele firm nie zrezygnuje z nowego modelu biznesowego, dodatkowo rozszerzając sprzedaż produktów na inne kraje europejskie, w tym Niemcy.

A oto kilka praktycznych wskazówek na temat rozpoczęcia biznesu e-commerce w Niemczech. Na co trzeba uważać i czego nie robić.

Forma działalności

Przede wszystkim należy zastanowić się nad formą prawną działalności. Polski przedsiębiorca ma możliwość prowadzenia sklepu internetowego w Niemczech za pomocą swojej firmy z siedzibą w Polsce lub założenia niemieckiej spółki np. GmbH (odpowiednik polskiej spółki z ograniczoną odpowiedzialnością). Forma działalności jest bardzo istotna. Należy wskazać, że niemieccy klienci darzą większym zaufaniem krajowe firmy. W związku z tym jeżeli chcemy zwiększyć sprzedaż na tym rynku, warto zastanowić się

nad założeniem niemieckiego podmiotu prawnego.

Impressum

Zgodnie z art. 5 i 6 niemieckiej ustawy o mediach telekomunikacyjnych (niem. Telemediengesetz) podmiot świadczący usługi online zobligowany jest do umieszczenia na stronie internetowej impressum, czyli danych identyfikacyjnych. Najważniejsze informacje jakie powinno zawierać impressum to m.in.:

- pełna nazwa podmiotu i adres,
- forma prawna, osoba upoważniona do reprezentacji,
- numer identyfikacji podatkowej,
- informacje umożliwiające szybki kontakt elektroniczny lub telefoniczny, sam formularz kontaktowy nie jest wystarczający,
- w przypadku wpisu do rejestru handlowego numer wpisu i właściwy sąd rejestrowy.

Opis towaru powinien zawierać jego ogólną charakterystykę i najważniejsze cechy. Nie wolno stosować zdjęć to-

ZDANIEM AUTORKI

Aleksandra Nykiel

LL.M., prawnik,
ECDP Odział Niemcy



Niemcy to ciągle nasz najważniejszy partner gospodarczy i potężny rynek zbytu polskich produktów. To również jeden z największych rynków sprzedaży na świecie w ogóle. Dlatego warto zastanowić się nad ekspansją zagraniczną, aby znacząco przyspieszyć rozwój firmy i stać się rozpoznawalnym na arenie międzynarodowej.

waru skopiowanych od konkurencji. Klient powinien zostać poinformowany o pełnej cenie towaru przed złożeniem zamówienia, co oznacza podanie ceny końcowej brutto oraz kosztów wysyłki, jak i wszelkich innych kosztów związanych z realizacją zamówienia. W przypadku oferowania towarów, których zamówienie zależne jest od ich wagi, objętości, długości lub powierzchni konieczne jest podanie odpowiedniej ceny jednostkowej (niem. Grundpreis) w przeliczeniu na daną jednostkę miary np. 1kg, 1m, 1 litr.

Konsumenta należy pouczyć o prawie do odstąpienia od

umowy zawartej na odległość, również o terminach, warunkach i sposobie wykonywania tego prawa. Pouczenie powinno znaleźć się w regulaminie jak i w wiadomości do klienta potwierdzającej zakup produktu. Okres odstąpienia od umowy wynosi 14 dni od otrzymania towaru. Konsument może odstąpić od umowy bez podawania przyczyny. Konieczne jest natomiast złożenie wyraźnego oświadczenia woli o odstąpieniu.

W Niemczech nie ma ustawowego obowiązku stosowania regulaminu, jest on jednak zalecany. Regulamin powinien precyzyjnie opisywać proces

zamówienia, sposób i czas wysyłki towaru, możliwe opcje płatności, zasady odstąpienia od umowy oraz inne przydatne w praktyce postanowienia. Musi być on zrozumiały pod względem merytorycznym i językowym – obowiązkowo w języku ojczystym klienta.

Opis przycisku zamawiam

W myśl niemieckich przepisów kodeksu cywilnego przycisk „zamawiam” musi zawierać dodatkowe sformułowanie np.: „zlecenie płatne”, „składam zamówienie podlegające opłacie” lub podobne sformułowanie. Tylko wtedy mamy pewność że konsument jest świadomy, kiedy zawiera prawnie wiążącą umowę.

Każda osoba prowadząca internetową sprzedaż ma obowiązek umieszczenia na stronie internetowej zasad polityki prywatności. Powinna się ona znajdować w łatwo widocznym miejscu. Konieczne jest podanie celu przetwarzania danych (z reguły będzie to wypełnienie obowiązków płynących z umowy z klien-

tem) oraz jego zakresu. Stosowanie tzw. cookies oraz wtyczek do mediów społecznościowych wymaga poinformowania o tym klienta. Wysyłanie klientom newslettera wymaga uzyskania uprzedniej i wyraźnej na to zgody klienta.

Uwaga na Abmahnung

Nieznajomość prawa szkodzi. Specyfiką rynku niemieckiego są tzw. Abmahnungen, czyli wezwania do zaprzestania czynów domniemanej nieuczciwej konkurencji wystosowywane przez konkurencyjne firmy lub stowarzyszenia konsumentów. Wezwania takie dotyczą z reguły braków lub błędów w niezbędnych dokumentach prawnych takich jak regulaminy lub pouczenia.

Wezwanie z reguły obejmuje żądanie natychmiastowego uzupełnienia wskazanych w wezwaniu braków takich jak niedopuszczalne klauzule umowne w regulaminie oraz zapłaty kosztów prawnych związanych z wysłaniem wezwaniem (z reguły między 500 a 2000 euro).