

Erfolgreich im internationalen Online-Handel

Das Handbuch zur Expansion für deutsche B2C Händler

E-Commerce Handbuch: Belgien – Teil C

Hamburg, Mai 2011
Version 1.0

Erstellt durch:
True Heading – Project Services GmbH
Alsterarkaden 9
D-20354 Hamburg

In Zusammenarbeit mit:
Kieslich & Partner Rechtsanwälte Hamburg
Hermes Fulfilment GmbH Hamburg

Disclaimer

Das vorliegende E-Commerce-Handbuch sowie die Auszüge aus diesem werden ausschließlich und allein dem Empfänger der Download-Daten zur eigenen Nutzung zur Verfügung gestellt. Mit der Überlassung der Download-/Lieferinformationen verpflichtet sich der Käufer/ Empfänger des bestellten Handbuchs bzw. der Auszüge aus diesem, die heruntergeladenen Daten für eigene, nicht jedoch für fremde Zwecke zu nutzen. Die Daten dürfen ohne vorherige schriftliche Zustimmung von True Heading weder verarbeitet, noch an Dritte weitergeleitet oder veräußert, noch sonst vervielfältigt und/ oder vertrieben werden.

Die Datenkommunikation über das Internet kann nach dem derzeitigen Stand der Technik nicht fehlerfrei und/oder jederzeit verfügbar gewährleistet werden. True Heading haftet daher nicht für technische und elektronische Fehler während einer Verkaufsabwicklung oder dem Download der Daten.

Die in diesem Handbuch dargelegten Fakten und Quellen wurden nach sorgfältiger Recherche und Bearbeitung zusammengestellt und wurden zum Stand Mai 2011 aktualisiert. Die Verfasser können dessen ungeachtet keine Gewähr für Richtigkeit und Aktualität der Zahlen und Fakten übernehmen, so dass insoweit eine Haftung der Verfasser ausgeschlossen ist.

Inhalt

Wer hat dieses Handbuch entwickelt?	3
Zugrundeliegende Annahmen	5
1. Teil C – Rechtliche und landesspezifische Detailanalyse	6
1.1 Produktpräsentation und Pflege	6
1.1.1 Onlineshop (OS)	6
1.1.2 Customer Relationship Management (CRM)	12
1.1.3 Marketing (MT)	13
1.2 Abwicklungsprozesse	16
1.2.1 Customer Relationship Management (CRM)	16
1.2.2 Payment Processing (PP)	17
1.2.3 Billing Rating & Invoicing (BRI)	19
1.2.4 Debt Collection (DC)	20
1.3 Logistikprozesse	22
1.3.1 Distribution (D)	22
1.3.2 Returns (R)	27
2. Anhang	29
3. Quellenverzeichnis	30
4. Impressum	34

Wer hat dieses Handbuch entwickelt?

Das Praxishandbuch E-Commerce ist im Rahmen einer Projektkooperation zwischen der Unternehmensberatung True Heading – Project Services GmbH, der Kanzlei Kieslich & Partner Hamburg sowie der Hermes Fulfilment GmbH entstanden. Alle Fragestellungen entstammen der Praxis und wurden international unter Einbezug von europäischen und landesspezifischen Gesetzen recherchiert. Das Handbuch selbst und dessen Inhalte sind als Einstieg in eine länderspezifische Betrachtung der grundlegenden Bedingungen für den E-Commerce-Handel zu verstehen. Die Ausführungen erheben weder einen wissenschaftlichen Anspruch, noch können Sie als vollständig und umfassend angesehen werden. Die Hinzuziehung von Beratern in den jeweiligen Ländern wird daher von den Verfassern empfohlen, sofern ein tatsächlicher Markteinstieg in dem jeweiligen Zielland erfolgen soll.

True Heading – Project Services GmbH

True Heading ist ein inhabergeführtes Hamburger Beratungsunternehmen mit Schwerpunkten in den Bereichen E-Commerce, Software, Customer Service und Telekommunikation. Neben der inhaltlichen Ausrichtung ist True Heading stark umsetzungsorientiert. Dabei steht vor allem das operative Projekt- und Programmmanagement von markt- und technologieorientierten Projekten in Deutschland und Europa häufig im Vordergrund.

KIESLICH Partner Rechtsanwälte

Die Kanzlei KIESLICH Partner Rechtsanwälte berät insbesondere mittelständische Unternehmen in zivil- und wirtschaftsrechtlichen Fragen an den Standorten Hamburg und Flensburg. Die interdisziplinäre Betrachtung auch komplexer Fallgestaltungen ermöglicht ergebnisorientierte und, lebensnahe Ergebnisse, die hier Bestandteil der vorliegenden Leitfäden für eine praktische Anwendung geworden sind.

Hermes Fulfilment GmbH

Die Hermes Fulfilment GmbH, Hamburg, ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Otto Group und erbringt umfangreiche Dienstleistungen für den Distanzhandel. Mit seiner sortimentsmäßig breit angelegten Handelserfahrung managt das Unternehmen die gesamte Prozesskette und bietet ein Leistungsspektrum, das Entwicklung und Betrieb von Webshops, Debitoren- und Retourenmanagement, Finanzdienstleistungen und Customer Care ebenso umfasst wie Beschaffung, Warehousing und Distribution. Bei einer Sortimentsbreite von 600.000 Artikeln bewegt Hermes Fulfilment pro Jahr rund 260 Millionen Teile. Das Spektrum der Waren reicht von Handys und Camcordern über Textilien und Schmuck bis hin zu Möbeln und Waschmaschinen. Zu den Kunden zählen überwiegend Unternehmen aus der Konsumgüterindustrie. Hermes Fulfilment versteht sich als neutraler Dienstleister, der nicht nur für die Otto Group, sondern auch für externe Kunden integrierte Fulfilment-Dienstleistungen erbringt. Die Hermes Fulfilment GmbH tritt gemeinsam mit den Geschäftsfeldern Sourcing, Qualitätsabsicherung, Transportlogistik, Paket und Zwei-Mann-Handling unter der Dachmarke Hermes auf. Weitere Informationen unter info-fulfilment@hermes-europe.de; Tel. +49 40 646041 0, Hermes Fulfilment GmbH, Bannwarthstrasse 5, 22179 Hamburg.

Das E-Commerce Handbuch ist für folgende weitere Länder verfügbar:

EU-Länder: Frankreich, Italien, Niederlande, Österreich, Polen, Spanien, UK, Irland, Schweden.

Nicht-EU-Länder: Kanada, USA, Schweiz.

LESEPROBE

Zugrundeliegende Annahmen

Das E-Commerce Handbuch Belgien wurde unter Annahme der nachfolgenden Bedingungen erarbeitet. Für Ausgangssituationen oder Fallgestaltungen, die von diesen Prämissen abweichen, kann weder eine Übertragung noch eine Analogie angenommen werden.

Inhaltliche Prämissen:

1. Im Handbuch wird von einem Lagerstandort in Deutschland sowie einem Firmensitz des E-Commerce Betreibers in Deutschland ausgegangen.
2. Etwaige handelsrechtliche internationale Konstrukte, die sich aus verschiedenen Logistikprozessketten von Produzent über Warenlager bis zum Kunden ergeben können, sind nicht Gegenstand des Handbuchs. So zum Beispiel Informationen zu Handelsembargos, Freihandelszonen oder spezifischen Zollregelungen.
3. Es wird der Bereich Business to Consumer (B2C) zugrunde gelegt.
4. Die im Handbuch zugrunde gelegten Produktgruppen sind: Haushaltswaren, Elektronik, Textil und Spielwaren.
5. Gefahrenlieferungen sind explizit ausgeschlossen.
6. Ergebnisse aus Eigenrecherche basieren auf einer Analyse von mehreren Webshops, durchgeführt von True Heading – Project Services GmbH. Genaue Daten befinden sich im Quellenverzeichnis des Handbuchs.

Rechtliche Prämissen:

1. Die rechtliche Prüfung erfolgt auf der Grundlage des jeweils geltenden Landesrechts sowie insbesondere den europarechtlichen Vorgaben und deren landesspezifischer Umsetzung. Über den hier formulierten Einstieg in die jeweilige Materie sollte bei einem möglichen Markteintritt in dem jeweiligen Land eine weitergehende juristische Beratung durch ansässige Rechtsanwälte in Anspruch genommen werden.
2. Es erfolgt keine steuerrechtliche Betrachtung der Sachverhalte.

1. Teil C – Rechtliche und landesspezifische Detailanalyse

Belgien ist ein Land mit vielen Besonderheiten – allein aufgrund seiner sprachlich-kulturellen Vielfalt. Im Folgenden stellen wir Ihnen ein detailliertes Leitwerk zur erfolgreichen Expansion in den belgischen E-Commerce Markt mit den Schwerpunkten „Produktpräsentation & Pflege“, „Abwicklungsprozesse“ und „Logistikprozesse“ vor.

1.1 Produktpräsentation und Pflege

1.1.1 Onlineshop (OS) ¹

1.1.1.1 Sprachliche Darstellung und Kommunikation

Grundsätzlich erfolgt die Kundenkommunikation und die Darstellung in gängigen Online-Shops im Distanzhandel in einer der drei Amtssprachen: Französisch, Flämisch oder Deutsch. (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

Rechtlicher Hintergrund: Grundsätzlich herrscht auch bei Verbraucherverträgen Vertragsautonomie. Die Parteien sind in der Gestaltung des Vertrages weitestgehend frei und(...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

Sprachen in Belgien: In Belgien gibt es heute drei Amtssprachen, Niederländisch (Flämisch, bezeichnet niederländische Dialekte in Flandern), Französisch und Deutsch (bezeichnet westmitteldeutsche Dialekte und die hochdeutsche Amtssprache in Ostbelgien). Die Bevölkerung Belgiens wird in der Regel (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

¹ Vgl. Swiss Post (2006): „Direct-Marketing-Pass Europa“; Recupel (2010): „Importeure und Hersteller“; Hutter, T. (2010): „Facebook: weltweite Facebook-Nutzerzahlen“, Stand 31.05.2010; (...) [weitere Informationen im vollständigen Handbuch].

1.1.1.2 *Pflichten und Vorgaben zum Impressum im Onlineshop*

Folgende Mindestangaben muss das Impressum eines Onlineshops in Belgien enthalten:

Nennung des und Angaben zum Betreiber (...)

Angaben, auf Grund deren die Nutzer mit ihm rasch und unmittelbar in Verbindung treten können, üblicherweise (...)

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer, (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

Hinweis zum Datenschutz: Im Hinblick auf die hier angenommenen Prämissen – Sitz des Verkäufers in und Versand aus Deutschland – gelten die deutschen Datenschutzbestimmungen, und es ist ein Hinweis bzgl. der Verarbeitung von personenbezogenen Daten erforderlich.

1.1.1.3 *Ausweisung von besonderen Preisbestandteilen (z. B. Entsorgungsgebühr)*

Sämtliche Preisbestandteile, die an den Kunden weitergegeben werden, müssen einzeln (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.1.1.4 *Hinweispflicht im Webshop (z.B. Entsorgung von Altartikeln wie Verpackung oder Batterien)*

Der Hersteller bzw. Importeur ist grundsätzlich verpflichtet, Elektro- und Elektronik-Altgeräte des Kunden – im Falle des Kaufs von Produkten aus der gleichen Kategorie - zurückzunehmen und dafür Sorge zu tragen, dass diese fachgerecht entsorgt werden. Er ist zudem verpflichtet, auf die Notwendigkeit der (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]



Abbildung 1: [weitere Informationen im vollständigen Handbuch].

Hersteller und Importeure der genannten Geräte sind auch für die Rücknahme und Entsorgung des **Verpackungsmaterials** zuständig. Der für die Verpackungen Verantwortliche hat die Wahl zwischen (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.1.1.5 Informationspflichten gegenüber dem Kunden vor/bei/nach der Durchführung eines Scorings (externe Datenabfrage vorausgesetzt)

Ein eigenständiges Scoring des Shopbetreibers, ob nun Werbe-, Vertrags- oder Scorings in Bezug auf bestimmte Vertragsstadien, setzt eine vorherige (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.1.1.6 Webshopintegration von Social Networks (Facebook, Twitter etc.)

Das Thema Social Commerce ist auch in Belgien ein wichtiges Marketinginstrument, in belgischen Webshops werden Social Networking Plattformen wie Facebook, Twitter und Netlog überwiegend über (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

Abbildung 2: [weitere Informationen im vollständigen Handbuch].

1.1.1.7 Besonderheiten bei der Kundenansprache

Es gelten keine besonderen rechtlichen Formvorschriften für die Textwahl bei der Ansprache der unterschiedlichen Zielgruppen. Empfehlenswert ist jedoch eine möglichst individuelle Ansprache der jeweiligen Zielgruppe.

Wichtig: Der Bundesstaat Belgien ist in drei Gemeinschaften (flämische, französische, deutschsprachige) und (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

Landes- und Geschäftssprachen: Bei Geschäftsbeziehungen mit Belgien ist unbedingt auf die strikte Sprachentrennung zu achten. (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

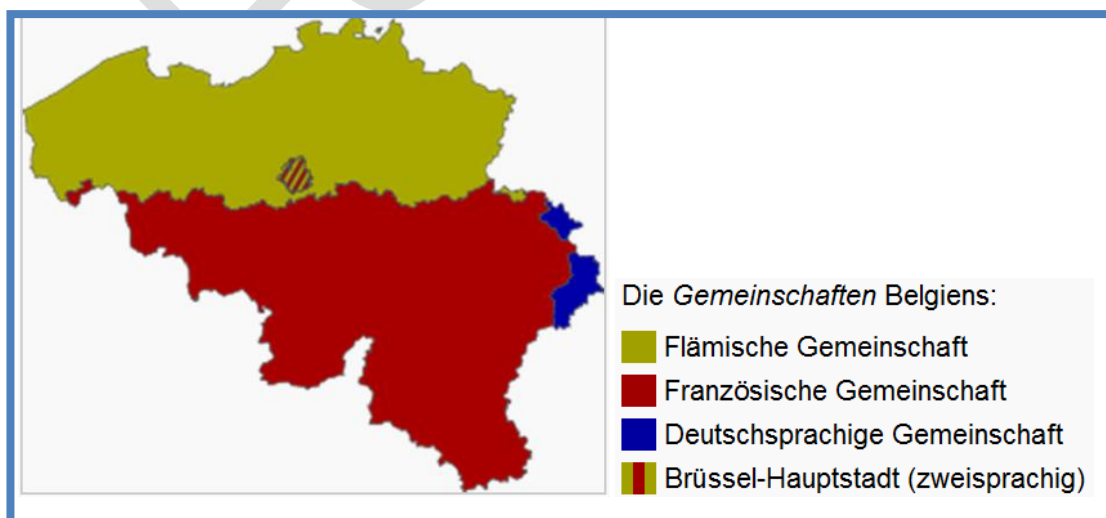


Abbildung 3: [weitere Informationen im vollständigen Handbuch].

Besonderheit Adressen: In Brüssel sind alle Straßennamen zweisprachig. Allerdings wird immer nur (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.1.1.8 Relevante Gütesiegel für Onlinehändler in Belgien

Empfehlenswert ist eine Mitgliedschaft im belgischen Fachverband des Distanzhandels BeCommerce.be. Firmen wie z. B. Bon Prix, Elégance, Klingel, Conrad und BOSE sind im Fachverband organisiert. (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]



Abbildung 4: [weitere Informationen im vollständigen Handbuch].

1.1.2 Customer Relationship Management (CRM)

1.1.2.1 *Vorgaben zur Kostenkommunikation der Bestellhotline und Kundenservicenummer*

Zusätzlich zu den Festnetz-Telefongebühren erhobene Kosten sind generell anzugeben, wie (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.1.2.2 *Erreichbarkeit/Öffnungszeiten des Supports/Kundencenters in Belgien*

Die analysierten Webshops bieten nur selten eine 7-tägige Erreichbarkeit des Kundenservice an. Die Hotlines sind häufig von (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.1.2.3 *Eingesetzte Kommunikationsmittel in belgischen Webshops*

Die Kontaktaufnahme zum Kundensupport wird durchgängig (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.1.2.4 *Sprachen im Callcenter*

Die schriftliche Korrespondenz ist in der Wallonie in Französisch oder notfalls Englisch, in Flandern (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.1.3 Marketing (MT) ²

1.1.3.1 *Vorgaben zum Direktmarketing in Belgien*

Grundsätzlich wird im Direktmarketing hinsichtlich des Datenschutzes folgende Differenzierung je Land vorgenommen:

(...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.1.3.2 *Datenschutzbestimmungen in Belgien*

Grundsätzlich sind in Belgien (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.1.3.3 *Relevante Ethnische/religiöse (Festlichkeiten) und Besonderheiten*

Belgien besteht aus drei Sprach- und Kulturgemeinschaften, der französischsprachigen, der flämischen und der deutschsprachigen, die bei der Kundenansprache sowie Marketingaktionen (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.1.3.4 *Preisvergleichsseiten, landesspezifische Marktplätze und Shoppingclubs in Belgien*

Eine beliebte Shopping Plattform in Belgien ist **vente-exclusive.com**. Die Plattform ist mit dem become Award 2010 ausgezeichnet worden. (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

² Vgl. AuWi Bayern (2010): „Exportbericht Belgien“; EU-Richtlinie 2000/31 EG, Art. 6 (Informationspflichten) und Art. 7 (Nicht angeforderte kommerzielle Kommunikationen); (...) [weitere Informationen im vollständigen Handbuch].



[weitere Informationen im
vollständigen Handbuch].

Abbildung 5: [weitere Informationen im vollständigen Handbuch].



[weitere Informationen im
vollständigen Handbuch].

Abbildung 6: [weitere Informationen im vollständigen Handbuch].

1.2 Abwicklungsprozesse

1.2.1 Customer Relationship Management (CRM) ³

1.2.1.1 *Vorgaben zu Informationen an den Endkunden*

Die über einen Kunden gespeicherten Daten sind diesem auf Anfrage kostenlos und binnen 30 Tagen zugänglich zu machen. In diesem Falle muss dem Kunden mitgeteilt werden:

(...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.2.1.2 *Inhalte von Backendmails (Kunden E-Mails)*

Backendmails sind in Belgien nicht verpflichtend vorgesehen. Um Rechtssicherheit herzustellen, sollte jedoch dem Kunden die Bestellung (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

³ Vgl. Amt für auswärtige Angelegenheiten, Außenhandel und Entwicklungszusammenarbeit Belgien: „Datenschutz“ (über: Belgisches Gesetz vom 8. Dezember 1992 über den Schutz der Privatsphäre im Hinblick auf die Verarbeitung personenbezogener Daten; (...)) [weitere Informationen im vollständigen Handbuch].

1.2.2 Payment Processing (PP) ⁴

1.2.2.1 *Belastung des Kundenkontos und/oder Kreditkarte*

Der Kaufpreis ist Zug um Zug mit der Übergabe der Ware an den Kunden/Verbraucher fällig. Dieser Grundsatz gilt auch beim Versandungskauf. Auch hier geht die Gefahr erst auf den Käufer über, wenn dieser den Besitz an der gekauften Ware erlangt hat. (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.2.2.2 *Relevante Zahlungsverfahren in Belgien*

Die gängigen Zahlungsverfahren sind:

(...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.2.2.3 *Häufigkeit der eingesetzten Zahlungsarten in Belgien*

(...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

[weitere Informationen im
vollständigen Handbuch].

Abbildung 7: [weitere Informationen im vollständigen Handbuch].

⁴ Vgl. BeCommerce (2009): „Distance Selling in Belgium: 2009 Facts and Figures“; EU-Richtlinie 1999/44/EG, Art. 3 Abs. 1.

Ranking Distanzhandel gesamt 2009:



Abbildung 8: [weitere Informationen im vollständigen Handbuch].

LESEPROV

1.2.3 Billing Rating & Invoicing (BRI) ⁵

1.2.3.1 *Pflichtangaben von Rechnungen*

Eine Rechnung muss in Belgien folgende Angaben enthalten:

- Name und Anschrift des liefernden oder leistenden Unternehmens
- Name und Anschrift des Rechnungsempfängers
- (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.2.3.2 *Länderspezifische Währungen*

Für den Warenverkehr nach Belgien bestehen aufgrund der einheitlichen Währung keine Besonderheiten.

⁵ Vgl. EU-Richtlinie 2001/115/EG (In Deutschland wurden die Vorgaben der Rechnungsrichtlinie durch Art. 5 und 6 des Zweiten Gesetzes zur Änderung steuerlicher Vorschriften (Steueränderungsgesetz 2003 - StÄndG 2003), (...) [weitere Informationen im vollständigen Handbuch].

1.2.4 Debt Collection (DC) ⁶

1.2.4.1 *Besondere Regelungen im Forderungsmanagement*

Es gelten keine besonderen Regelungen, die über die von dem Verkäufer zu bestimmenden Zahlungsziele und -fristen hinausgehen. Jedoch (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.2.4.2 *Verzugsregelungen in Belgien*

Der Shopbetreiber kann dem Kunden ein beliebiges Zahlungsziel setzen. Dieses sollte grundsätzlich auf Bestellbestätigungen, Rechnungen und ggf. auch auf dem Lieferschein angegeben werden. Darüber hinaus ist (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.2.4.3 *Inkassofristen in Belgien*

Der Gesetzgeber benennt keine Inkassofristen. Die Beitreibung einer Forderung (Inkasso) wird von dem Shopbetreiber gesteuert. Er hat (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.2.4.4. *Zahlungsdauer & "Zahlungsmoral" in Belgien*

Durchschnittliches Zahlungsziel in Tagen	[weitere Informationen im vollständigen Handbuch].
Durchschnittlicher Forderungseingang in Tagen	
Durchschnittliche Zahlungsverspätung 2010 in Tagen	
Durchschnittliche Zahlungsverspätung 2009 in Tagen	

Abbildung 9: [weitere Informationen im vollständigen Handbuch].

1.2.4.5. *Übliche Zahlungsziele bei angebotenen Kauf auf Rechnung*

Das angebotene Zahlungsziel der belgischen Onlineshops liegt im Durchschnitt bei 14 Tagen.

⁶ Vgl. AuWi Bayern (2010): „Exportbericht Belgien“.

1.3 Logistikprozesse

1.3.1 Distribution (D) ⁷

1.3.1.1 *Versandkosten der Bestellung*

Eine gesetzliche Grundlage, die vorschreibt, welche Partei Versandkosten zu tragen hat, ist vorliegend nicht ersichtlich.

Generell (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.3.1.2 *Höhe der Versandkosten*

Es gibt keine Beschränkungen bei der Höhe der Versandkosten. Grundsätzlich steht dem Verkäufer das Recht zu, (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.3.1.3 *Lieferausschlüsse im Shop*

Auf etwaige Lieferausschlüsse muss hingewiesen werden. Sollten diese nicht erwähnt werden, geht der Kunde grundsätzlich davon aus, (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.3.1.4 *Anlieferungsversuche*

Der Verkäufer ist zur (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.3.1.5 *Annahmeverweigerung durch den Kunden*

Die Kosten bei echter Annahmeverweigerung ohne Ausübung des Widerrufsrechts sowie nach Ablauf der Widerrufsfrist trägt der Kunde, (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

⁷ Vgl. AuWi Bayern (2010): „Exportbericht Belgien“; Belgopocket (2010): „Sicherheit von Nichtnahrungsmitteln“; BeCommerce (2009): „Distance Selling in Belgium: 2009 Facts and Figures“; bpost (2011): „Dienstleistungen“.

1.3.1.6 Warnhinweise auf der Versandverpackung

Die hier geprüften Warengruppen beinhalten keine Gefahrgutlieferungen, so dass Gefahren von den Gütern und/ oder deren Ein- und Verpackung nicht ausgehen können. Grundsätzlich gilt: (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.3.1.7 Kundengeschenke/Beilagen

Grundsätzlich dürfen Geschenke z. B. in Form von Promotion-Artikeln den Sendungen beigelegt werden. Wichtig ist, dass (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.3.1.8 Geschenke auf der Rechnung/Lieferschein

Werbemittel (Proben in Kleinstmengen, Duftproben, etc.) müssen nicht zwingend aufgeführt werden. Es empfiehlt sich jedoch, (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.3.1.9 Hinweise für Verpackungs- und Recyclingvorschriften im Paket

Für Verpackungsmaterial, das mit Lebensmitteln direkt in Kontakt kommt, verlangt das belgische Gesundheitsministerium den Nachweis der Unschädlichkeit, wobei das Institut Belge de l'Emballage (Research Park Kranenberg10, B-1731 Zellik-Asse, Internet: www.ibebevi.be), beauftragt ist, (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.3.1.10 Eingesetzte Carrier in Belgien

Die meisten Webshops bieten eine Lieferung über die belgische Post an. Beliebte Kurierdienste sind darüber hinaus UPS, DHL und TNT. In Belgien (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.3.1.11 Besondere Dienstleistungen der Carrier

(...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.3.1.12 Übliche Höhe der Versandkosten

Je nach gewählter Versandoption wird der Versand im Bereich Textilien bereits (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.3.1.13 zusätzliche Anlieferungen

Eine gesetzliche Anzahl an Anlieferungsversuchen existiert in Belgien nicht. In Belgien ist es üblich, (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.3.1.14 Nachbarschaftsabgaben in Belgien

Diese sind in den jeweiligen Vertragskonditionen mit dem auszuwählenden Carrier (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.3.1.15 Optionale Leistungen im Rahmen des Versands

Der Kunde hat in Belgien häufig die Möglichkeit, Produkte versandkostenfrei zu bestellen. In allen (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.3.1.16 Kooperationen mit dem Stationärhandel

Bei Versendern mit eigenem Stationärhandel wird generell die Möglichkeit der Lieferung in (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.3.1.17 Identifizierung des Endkunden bei Paketabgabe

Bei keinem der Carrier ist ein (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.3.2 Returns (R) ⁸

1.3.2.1 Widerrufsrecht in Belgien und Besonderheiten im Fernabsatzgesetz

Das neue Verbraucherschutzgesetz sieht für Fernabsatzverträge mit Verbrauchern eine längere Widerrufsfrist vor, diese wurde (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.3.2.2 Retourenkosten in Belgien

Grundsätzlich können die Kosten der Rücksendung dem Kunden (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.3.2.3 Kostenerstattung bei Rücksendung und Widerruf durch den Kunden

Die vom Gesetzgeber vorgesehene Pflicht zur Kostenerstattung durch den Kunden bezieht sich (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

⁸ Vgl. Belgisches Konsumentenschutzgesetz „Gesetz über die Handelspraktiken und den Verbraucherschutz vom 6. April 2010; (...) [weitere Informationen im vollständigen Handbuch].

1.3.2.4 *Bearbeitungsfristen von Retourenschriften*

Die Rückerstattung des Kaufpreises muss sobald als möglich, spätestens jedoch innerhalb von (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.3.2.5 *Kundeninformation zu Gutschriften*

Sobald die Zahlung auf dem von dem Kunden angegebenen Zahlungsweg (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.3.2.6 *Teil-Gutschriften*

Die Erstattung von Teilbeträgen richtet sich nach dem jeweiligen Einzelfall. Im Grundsatz gilt, (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

1.3.2.7 *Standards bei Rückabwicklung/Umtausch*

Rückgabe: Die eingeräumte Widerrufsfrist der Webshopbetreiber beträgt (...)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

2. Anhang



Abbildung 10: [weitere Informationen im vollständigen Handbuch].

3. Quellenverzeichnis

True Heading Webshop-Analyse (2011): Im Zuge der Eigenrecherche für dieses Handbuch wurden folgende belgische Webshops per qualitativem Desktop-Research analysiert: „(...)“ [weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

Amt für auswärtige Angelegenheiten, Außenhandel und Entwicklungszusammenarbeit Belgien: „(...)“
[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

AuWi Bayern (2010): „(...)“
[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

BeCommerce (2009): „(...)“
[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

BeCommerce (2011): „(...)“
[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

Belgisches Konsumentenschutzgesetz: „(...)“
[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

Belgopocket (2010): „(...)“
[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

bPost (2011): „(...)“
[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

Bundeszentralamt für Steuern (2010): „(...)“
[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

Coface (2010): „(...)“
[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

Consoleshop.de (2010): „(...)“
[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

Deutsche Post (2008): “(…)”

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

Dh.be (2009): “(…)”

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

Direct Success (2008): „(…)“

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

EU-Richtlinie 77/388/EWG, zuletzt geändert durch RL 1999/85/EG: „Richtlinie des Rates vom 22. Oktober 1999 zur Änderung der Richtlinie 77/388/EWG hinsichtlich der Möglichkeit, auf arbeitsintensive Dienstleistungen versuchsweise einen ermäßigten Mehrwertsteuersatz anzuwenden“.

EU-Richtlinie 91/(…)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

EU-Richtlinie 95/(…)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

EU-Richtlinie 1997/(…)

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

Europäische Kommission (2010): „(...)“
[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

EU-Verpackungsrichtlinie 1994/62/EG: „Richtlinie 94/62/EG des Rates und des Europäischen Parlaments vom 20. Dezember 1994 über Verpackungen und Verpackungsabfälle“.

Hutter, T. (2010): „Facebook: (...)“
[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

Innopay (2010): „(...)“
[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

Internet World Business (2010): „(...)“
[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

internetworldstats (2010): „Usage and Population statistics Belgium“ (...)
[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

Intrum Justitia (2010): „European Payment Index 2010“ (...)
[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

Krafft, M; Hesse, J.; Knappik, K.M. et al (2006): „Internationales Direktmarketing: Grundlagen, Best Practice, Marketingfakten“, 2. Auflage, Wiesbaden.

Le Vif (2010): „(...)“
[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

NewMedia TrendWatch (2010): „(...)“
[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

Recupel (2010a): „(...)“

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

Recupel (2010b): „(...)“

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

Recupel (2010c): „(...)“

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

Swiss Post (2006): „(...)“

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

Vente Exclusive (2010): “(...)”

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

Vergelijk.be (2010): „(...)“

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

Wikipedia (2010): „(...)“

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

3 Suisses (2010a): „(...)“

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

3 Suisses (2010b): „(...)“

[weitere Informationen im vollständigen Handbuch]

4. Impressum

Redaktionsanschrift:

True Heading –Project Services GmbH

Alsterarkaden 9
20354 Hamburg

www.true-heading.com

Redaktion und Marktforschung:

Mirella Feldmann
True Heading – Project Services GmbH
ec-service@true-heading.com

Rechtliche Recherche:

Kieslich & Partner Rechtsanwälte
Moorfuhrweg 15
22301 Hamburg

Autoren:

RA Dr. Jürgen v. Both v. Maercken
Florian Pink LL.M.
Wajma Mangal

Hamburg, Mai 2011