

Presseinformation

BITKOM-Tipp

Weihnachtsgeschenke werden im Web weiterverkauft

- **Über 8 Millionen Deutsche verkaufen oder versteigern Geschenke online**
- **Tipps zum Verkauf von Weihnachtsgeschenken im Web**

Berlin, 22. Dezember 2013

Weihnachtsgeschenke werden nach der Bescherung immer häufiger im Web weiterverkauft oder versteigert. Fast jeder achte Deutsche (12 Prozent) plant in diesem Jahr Weihnachtsgeschenke, die ihm nicht gefallen, online zu verkaufen. Das entspricht über 8 Millionen Menschen. Damit wollen in diesem Jahr rund doppelt so viele Deutsche Geschenke im Web weiterverkaufen als noch 2012. Damals waren es 4 Millionen Bundesbürger. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Verbraucherbefragung im Auftrag des Hightech-Verbands BITKOM. Am häufigsten werden Weihnachtsgeschenke, die dem Beschenkten nicht gefallen, allerdings zum Händler zurückgebracht und umgetauscht. Mehr als jeder zweite Deutsche (56 Prozent) nutzt diese Möglichkeit, für die in aller Regel der Kassenbon benötigt wird. „Der Verkauf oder die Versteigerung von Geschenken im Web entwickelt sich für viele Menschen zu einer gerne genutzten Alternative, da hierbei nicht nach dem Kassenbon für das Geschenk gefragt werden muss“, sagt Tobias Arns, E-Commerce-Experte beim BITKOM. Fast jeder vierte Deutsche (23 Prozent) verschenkt ein Präsent weiter, weitere 14 Prozent behalten Geschenk auch dann, wenn sie ihnen nicht gefallen.

Im Web gibt es verschiedene Möglichkeiten Geschenke weiterzuverkaufen, etwa bei Online-Auktionshäusern. Hier können Kleidung, Technik und Co. für einen gewissen Zeitraum eingestellt werden. Wer am Ende dieser Zeit das höchste Gebot eingereicht hat, erhält die Ware. Wer nicht warten möchte, bis der Auktionszeitraum abgelaufen ist, kann seine Geschenke auch direkt im Web verkaufen. Hierfür gibt es Anbieter, die je nach Artikelzustand einen festen Betrag für elektronische Geräte oder Medien bezahlen. Im Internet gibt es zudem Tauschbörsen für Geschenke. Anstatt Geld zu erhalten, kann dort ein anderes Produkt angegeben werden, das man im Tausch gerne erhalten würde.

Bundesverband
Informationswirtschaft,
Telekommunikation und
neue Medien e.V.

Albrechtstraße 10 A
10117 Berlin
Tel. +49. 30. 27576-0
Fax +49. 30. 27576-400
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org

Ansprechpartner
Martin Puppe
Referent Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit
+49. 30. 27576-125
m.puppe@bitkom.org

Tobias Arns
Bereichsleiter
Social Media & Mobile
+49. 30. 27576-115
t.arns@bitkom.org

Adél Holdampf-Wendel
Bereichsleiterin Wettbewerbs-
und Verbraucherrecht
Tel.: +49.30.27576-221
a.holdampf@bitkom.org

Präsident
Prof. Dieter Kempf

Hauptgeschäftsführer
Dr. Bernhard Rohleder

Presseinformation

Weihnachtsgeschenke werden im Web weiterverkauft

Seite 2

BITKOM gibt Tipps zum Verkauf von Geschenken im Web:

Als privater Verkäufer anmelden

Wer nicht regelmäßig und viel im Internet verkauft oder versteigert, sollte sich bei den geeigneten Plattformen als privater Verkäufer anmelden. Die Vorteile: Als privater Verkäufer müssen keine Widerrufs- oder Rückgaberechte eingeräumt werden. Gleiches gilt auch für die gesetzliche Gewährleistung. Wichtig ist in diesem Zusammenhang der Hinweis „Die Ware wird unter Ausschluss jeglicher Gewährleistung verkauft.“ Wer hingegen häufig und regelmäßig das Internet als Verkaufsplattform nutzt, kann juristisch gesehen zum Unternehmer werden – einschließlich aller entsprechenden Folgen. Hierfür spielt es nicht einmal eine Rolle, ob bei den Verkäufen oder Versteigerungen ein Gewinn abfällt.

Nur wahrheitsgemäße Warenbeschreibungen

Kein Unterschied zwischen privaten und gewerblichen Verkäufern wird bei der Artikelbeschreibung gemacht. In beiden Fällen muss diese selbstverständlich wahrheitsgemäß und authentisch sein. Wer jedoch falsche oder unzureichende Beschreibungen angibt, führt den Käufer wissentlich hinters Licht. Zudem werden so schlechte Bewertungen riskiert, die künftige Verkäufe auf derselben Plattform deutlich erschweren.

Eigene Bilder und Texte verwenden

Wichtig für einen erfolgreichen Verkauf sind gute Beschreibungstexte und passende Fotos. Hierfür können jedoch nicht irgendwelche Texte und Abbildungen aus dem Web genutzt werden. In der Regel sind diese urheberrechtlich geschützt. Das gilt auch häufig für die vom Hersteller genutzten Materialien zur Produktdarstellung auf seiner Website. Wer diese einfach in sein Angebot kopiert, muss mit rechtlichen Konsequenzen rechnen. Um keine böse Überraschung beim Verkauf zu erleben, sollten Texte und Bilder daher immer selbst erstellt werden.

Keine Markenrechte verletzen

Beim Verkauf oder der Versteigerung im Internet können auch Markenrechte eine wichtige Rolle spielen. Plagiate etwa, dürfen nicht angeboten werden. Das gilt auch

Presseinformation

Weihnachtsgeschenke werden im Web weiterverkauft

Seite 3

für Privatpersonen, die aus ihrem letzten Urlaub ein gefälschtes Markenprodukt mitgebracht haben. Soll dieses im Internet weiterverkauft werden, kann dies rechtliche Konsequenzen haben. Auch im Beschreibungstext können Markenrechte verletzt werden, etwa wenn eine No-Name-Uhr als „im Rolex-Stil“ beschrieben wird.

Nur versichert versenden

Der Versand der verkauften Waren sollte nur versichert erfolgen. Ansonsten kann es passieren, dass der Verkäufer für verlorene Pakete haften muss. Je nach Größe kann der Artikel als Päckchen oder Paket verschickt werden. Bei der Deutschen Post etwa können diese bis zu einem Wert von 500 Euro versichert werden. Wer sich zusätzlich absichern möchte, kann in seinem Angebot zusätzlich den Satz einfügen: „Der Artikel wird auf Verlangen und auf Gefahr des Käufers verschickt.“

Zur Methodik: Im Auftrag des BITKOM hat das Marktforschungsinstitut Aris 1.010 Personen ab 14 Jahre befragt. Die Umfrage ist repräsentativ.

Der BITKOM vertritt mehr als 2.100 Unternehmen, davon rund 1.300 Direktmitglieder mit 140 Milliarden Euro Umsatz und 700.000 Beschäftigten. 900 Mittelständler, mehr als 100 Start-ups und nahezu alle Global Player werden durch BITKOM repräsentiert. Hierzu zählen Anbieter von Software & IT-Services, Telekommunikations- und Internetdiensten, Hersteller von Hardware und Consumer Electronics sowie Unternehmen der digitalen Medien und der Netzwirtschaft.