

Fragebogen für Unternehmen

Risk & Policy Analysts Ltd (RPA) wurde zusammen mit CSES und EPRD damit beauftragt die Europäische Kommission bei einer Bewertung der Verbraucherrechte-Richtlinie (Richtlinie 2011/83/EU/) zu unterstützen.

Die Richtlinie über Verbraucherrechte (2011/83/EU) wurde in 2011 verabschiedet, bis Dezember 2013 von den Mitgliedsstaaten ins nationale Recht umgesetzt und ist seit Juni 2014 anwendbar. Die Richtlinie hat das Ziel einen richtigen Unternehmen-Verbraucher Binnenmarkt zu schaffen und dabei ein Gleichgewicht zwischen einem hohem Maße an Verbraucherschutz und der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen herzustellen.

Im Allgemeinen ist die Richtlinie auf eine ‚volle Harmonisierung‘ ausgelegt wobei in bestimmten Fällen die Richtlinie den Mitgliedsstaaten die Möglichkeit einräumt darüber hinaus zu gehen und strengere Regeln zu beschließen. Die Richtlinie führt einheitliche vorvertragliche Informationsanforderungen ein und ein einheitliches 14-tägiges Widerrufsrecht für Fernabsatzverträge und Verträge welche außerhalb von Geschäftsräumen abgeschlossen wurden. Des weiteren gibt es klare Regeln über die Lieferung der Waren und der Weitergabe von Risiken, und spezifische Regeln zur Preistransparenz (einschließlich eines Verbotes der ‚schon-angekreuzten-Kästchen‘), Regeln im Bezug auf die Nutzung von bestimmten Zahlungsmitteln und über die Gebühren für die Kommunikation per Telefon nach dem Abschluss des Vertrages.

Antworten von Verbrauchern und Unternehmen werden streng vertraulich behandelt und nur für diese Studie verwendet. Bei der Erstellung unserer Berichte für die Kommission (welche möglicherweise veröffentlicht werden könnten) werden wir darauf achten das bestimmte Antworten nicht zu dem entsprechenden Verbraucher oder Unternehmen zugeordnet werden können. Wenn Sie Bedenken haben sollten im Bezug darauf wie Ihr Beitrag behandelt werden könnte so können Sie uns gerne dazu kontaktieren und wir würden uns freuen Ihre Bedenken mit Ihnen zu diskutieren.

Wenn Sie nicht direkt Waren oder Dienstleistungen an Verbraucher verkaufen so brauchen Sie diesen Fragebogen nicht zu beantworten.

Informationen über Ihre Aktivitäten

Q 1: Zuerst einmal würden wir Sie gerne fragen in welchem Land Ihre Organisation ansässig ist? (Bitte wählen Sie ein Land aus)

[Pflichtfrage]

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Belgique/België (BE) | <input type="checkbox"/> Hrvatska (HR) | <input type="checkbox"/> Polska (PL) |
| <input type="checkbox"/> България (BG) | <input type="checkbox"/> Italia (IT) | <input type="checkbox"/> Portugal (PT) |
| <input type="checkbox"/> Česká republika (CZ) | <input type="checkbox"/> Κύπρος (CY) | <input type="checkbox"/> România (RO) |
| <input type="checkbox"/> Danmark (DK) | <input type="checkbox"/> Latvija (LV) | <input type="checkbox"/> Slovenija (SI) |
| <input type="checkbox"/> Deutschland (DE) | <input type="checkbox"/> Lietuva (LT) | <input type="checkbox"/> Slovensko (SK) |
| <input type="checkbox"/> Eesti (EE) | <input type="checkbox"/> Luxembourg (LU) | <input type="checkbox"/> Suomi/Finland (FI) |
| <input type="checkbox"/> Éire/Ireland (IE) | <input type="checkbox"/> Magyarország (HU) | <input type="checkbox"/> Sverige (SE) |
| <input type="checkbox"/> Ελλάδα (EL) | <input type="checkbox"/> Malta (MT) | <input type="checkbox"/> United Kingdom (UK) |
| <input type="checkbox"/> España (ES) | <input type="checkbox"/> Nederland (NL) | |
| <input type="checkbox"/> France (FR) | <input type="checkbox"/> Österreich (AT) | |

Q 2: Wie viele Mitarbeiter beschäftigen Sie derzeit in Ihrer Firma (oder Gruppe)?

[Pflichtfrage]

- Keine Mitarbeiter (Selbstständig)
- 1 bis 9 Mitarbeiter
- 10 bis 49 Mitarbeiter
- 50 bis 249 Mitarbeiter
- 250 bis 4999 Mitarbeiter
- 5000 Mitarbeiter oder mehr
- Weiß ich nicht

Q 3: Welche der folgenden Waren oder Dienstleistungen verkauft Ihr Unternehmen (oder Gruppe) derzeit direkt an Verbraucher?

[Pflichtfrage]

- Waren (zum Beispiel Kleidung, Geräte wie Smartphones, Laptops, Ausrüstung)
- Dienstleistungen (zum Beispiel Energieversorgung, Telekommunikationsdienstleistungen, Abonnementfernsehsender)
- Digitale Inhalte (herunterladen oder streamen von Filmen, Musik, Computerspielen, Applikationen etc.)
- 'Kostenlose Online Dienstleistungen' (z.B. Social Media oder kostenlose Cloud Dienstleistungen um Fotos oder Videos zu speichern, etc.)

Sonstiges – bitte erklären

Informationen über Ihre Aktivitäten

Q 4: Verkauft Ihr Unternehmen (Gruppe) Produkte an Verbraucher in mehr als einem EU-Land, zum Beispiel, durch Tochtergesellschaften, Niederlassungen und Filialen oder Fernabsatz (z.B. elektronischer Handel, e-commerce)?

- Ja **(Machen Sie mit Frage 8 weiter)**
 - Nein, wir verkaufen nur im Inland, das heißt in einem Land (dies könnte den Verkauf von Waren an Verbraucher aus einem anderem EU Land, welche in Ihrem Laden einkaufen, einschließen) **(Machen Sie mit Frage 5 weiter)**
-

Weitere Informationen über Ihre nationalen Aktivitäten

Q 5: Was sind die Gründe Ihrer Firma Ihre Waren oder Dienstleistungen nur an inländische Verbraucher und nicht an Verbraucher aus anderen EU Ländern zu verkaufen? Bitte wählen Sie bis zu drei Gründe aus.

- Wir sind nicht an grenzüberschreitenden Verkauf interessiert
- Sprache / kulturelle Unterschiede
- Kosten für den Marktzugang
- Die Notwendigkeit sich an unterschiedliche Verbrauchervorschriften anzupassen und diese einzuhalten
- Die Notwendigkeit sich an unterschiedliche Steuersysteme anzupassen und dies einzuhalten (Körperschaftsteuer, Mehrwertsteuer)
- Formale Anforderungen z.B. Lizenzierung, Registrierungsverfahren
- Logistische Herausforderungen z.B. Versandkosten, Identifizierung geeigneter Vertriebskanäle
- Probleme bei der Lösung grenzüberschreitender Konflikte, einschließlich der Kosten für Rechtsstreitigkeiten im Ausland
- Probleme mit grenzüberschreitenden Lieferungen
- Kundendienst Dienstleistungen für ausländische Kunden
- Weiß ich nicht

Sonstiges (bitte erklären)

Q 6: Welche der folgenden Vertriebswege nutzt Ihre Firma (Gruppe) um direkt an den Verbraucher zu verkaufen? [Mehrere Antworten möglich] Bitte schätzen Sie auch wie groß der Anteil des Jahresumsatz ist welcher durch diese Vertriebswege erzielt wird

	Ja, wir nutzen diesen Vertriebsweg und es macht einen Anteil von weniger als 10% des Jahresumsatzes aus	Ja, wir nutzen diesen Vertriebsweg und es macht einen Anteil von 11% bis 25% des Jahresumsatzes aus	Ja, wir nutzen diesen Vertriebsweg und es macht einen Anteil von 26% bis 50% des Jahresumsatzes aus	Ja, wir nutzen diesen Vertriebsweg und es macht einen Anteil von über 50% des Jahresumsatzes aus	Ja, wir nutzen diesen Vertriebsweg aber ich kenne den genauen Anteil gemessen am Jahresumsatz nicht	Wir nutzen diesen Vertriebsweg nicht
Ladengeschäft						
Haustürgeschäfte (einschließlich Werbe-/ Verkaufveranstaltungen in Privathaushalten, am Arbeitsplatz oder						

bei Ausflügen)						
E-commerce, einschließlich mobiler Geschäftsverkehr						
Telefonverkauf						
Versandhaus/ Versandhandel per Post						

Q 7: Hat sich für Ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren die Höhe der nationalen Verkäufe aufgrund von Verbraucherrechten verändert?

- Ja, ein signifikanter Anstieg
- Ja, ein geringer Anstieg
- Keine Veränderungen
- Ja, ein leichter Rückgang
- Ja, ein starker Rückgang
- Weiß ich nicht
- Ich möchte das lieber nicht beantworten

Bitte machen Sie genaue Angaben:

Vertriebswege

Q 8: Welche der folgenden Vertriebswege verwendet Ihr Unternehmen (Gruppe) um direkt an Verbraucher zu verkaufen? Bitte schätzen Sie auch wie groß der Anteil des Jahresumsatz ist welcher durch diese Vertriebswege erzielt wird

Anleitung: Bitte wählen Sie eine der folgenden Optionen aus für jeden der Vertriebskanäle in ihrem Land oder einem anderem EU Land

- **Ja, ich nutze diesen Vertriebsweg und es macht einen Anteil von weniger als 10% des Jahresumsatzes aus**
- **Ja, und es macht einen Anteil von 11% bis 25% des Jahresumsatzes aus**
- **Ja, und es macht einen Anteil von 26% bis 50% des Jahresumsatzes aus**
- **Ja, und es macht einen Anteil von über 50% des Jahresumsatzes aus**
- **Ja, aber ich kenne den genauen Anteil gemessen am Jahresumsatz nicht**
- **Wir verwenden diesen Vertriebsweg nicht**

Vertriebsweg	In Ihrem Land	In einem anderen EU Land
Ladengeschäft		
Haustürgeschäfte (einschließlich Werbe-/ Verkaufsveranstaltungen in Privat-Haushalten, am Arbeitsplatz oder bei Ausflügen)		
E-commerce, einschließlich mobiler Geschäftsverkehr		
Telefonverkauf		
Versandhaus/ Versandhandel per Post		
Sonstiges (bitte erklären):		

Q 9: Hat sich für Ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren die Höhe der Verkäufe aufgrund von Verbraucherrechten verändert?

	Ja, ein signifikan- ter Anstieg	Ja, ein geringer Anstieg	Keine Veränder- ungen	Ja, ein leichter Rückgang	Ja, ein starker Rückgang	Weiß ich nicht	Ich möchte das lieber nicht beantwo- rten
Nationale Verkäufe							
Grenzübersch- reitende Verkäufe							

Bitte machen Sie genaue Angaben:

Informationen über Ihre Aktivitäten in anderen EU Ländern

Q 10: In welchen EU-Ländern verkaufen Sie an Verbraucher von Angesicht zu Angesicht (einschließlich durch den Verkauf in einem Ladengeschäft oder durch Haustürgeschäfte)?

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Belgique/België (BE) | <input type="checkbox"/> Hrvatska (HR) | <input type="checkbox"/> Polska (PL) |
| <input type="checkbox"/> България (BG) | <input type="checkbox"/> Italia (IT) | <input type="checkbox"/> Portugal (PT) |
| <input type="checkbox"/> Česká republika (CZ) | <input type="checkbox"/> Κύπρος (CY) | <input type="checkbox"/> România (RO) |
| <input type="checkbox"/> Danmark (DK) | <input type="checkbox"/> Latvija (LV) | <input type="checkbox"/> Slovenija (SI) |
| <input type="checkbox"/> Deutschland (DE) | <input type="checkbox"/> Lietuva (LT) | <input type="checkbox"/> Slovensko (SK) |
| <input type="checkbox"/> Eesti (EE) | <input type="checkbox"/> Luxembourg (LU) | <input type="checkbox"/> Suomi/Finland (FI) |
| <input type="checkbox"/> Éire/Ireland (IE) | <input type="checkbox"/> Magyarország (HU) | <input type="checkbox"/> Sverige (SE) |
| <input type="checkbox"/> Ελλάδα (EL) | <input type="checkbox"/> Malta (MT) | <input type="checkbox"/> United Kingdom (UK) |
| <input type="checkbox"/> España (ES) | <input type="checkbox"/> Nederland (NL) | |
| <input type="checkbox"/> France (FR) | <input type="checkbox"/> Österreich (AT) | |

Q 11: In welchen EU-Ländern verkaufen Sie an Verbraucher über den Vertriebsweg des Fernabsatzes (einschließlich e-commerce oder Versandhandel)?

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Belgique/België (BE) | <input type="checkbox"/> Hrvatska (HR) | <input type="checkbox"/> Polska (PL) |
| <input type="checkbox"/> България (BG) | <input type="checkbox"/> Italia (IT) | <input type="checkbox"/> Portugal (PT) |
| <input type="checkbox"/> Česká republika (CZ) | <input type="checkbox"/> Κύπρος (CY) | <input type="checkbox"/> România (RO) |
| <input type="checkbox"/> Danmark (DK) | <input type="checkbox"/> Latvija (LV) | <input type="checkbox"/> Slovenija (SI) |
| <input type="checkbox"/> Deutschland (DE) | <input type="checkbox"/> Lietuva (LT) | <input type="checkbox"/> Slovensko (SK) |
| <input type="checkbox"/> Eesti (EE) | <input type="checkbox"/> Luxembourg (LU) | <input type="checkbox"/> Suomi/Finland (FI) |
| <input type="checkbox"/> Éire/Ireland (IE) | <input type="checkbox"/> Magyarország (HU) | <input type="checkbox"/> Sverige (SE) |
| <input type="checkbox"/> Ελλάδα (EL) | <input type="checkbox"/> Malta (MT) | <input type="checkbox"/> United Kingdom (UK) |
| <input type="checkbox"/> España (ES) | <input type="checkbox"/> Nederland (NL) | |
| <input type="checkbox"/> France (FR) | <input type="checkbox"/> Österreich (AT) | |

Q 12: Ist Ihr Unternehmen mit irgendwelchen Schwierigkeiten konfrontiert wenn Sie an Verbraucher in anderen EU-Ländern verkaufen?

- Ja, es gibt erhebliche Schwierigkeiten **(Machen Sie mit Frage 13 weiter)**
- Ja, es gibt ein paar kleinere Schwierigkeiten **(Machen Sie mit Frage 13 weiter)**
- Nein, es gibt keine Schwierigkeiten **(Machen Sie mit Frage 14 weiter)**
- Weiß ich nicht **(Machen Sie mit Frage 14 weiter)**
- Keine Meinung **(Machen Sie mit Frage 14 weiter)**

Schwierigkeiten mit welchen Unternehmer bei grenzüberschreitenden Verkäufen konfrontiert sind

Q 13: Könnten Sie bitte die größten Schwierigkeiten beschreiben mit welchen Sie konfrontiert sind bei dem Verkauf an Verbraucher aus anderen EU-Ländern (bitte kreuzen Sie alles zutreffende an)

- Sprache/kulturelle Unterschiede
- Kosten für den Marktzugang
- Die Notwendigkeit sich an unterschiedliche Verbraucherschutz-Regelungen anzupassen und diese einzuhalten
- Die Notwendigkeit sich an unterschiedliche Steuer-Systeme (Körperschaftssteuer, Mehrwertsteuer) anzupassen
- Formelle Anforderungen z.b. Lizenzierung, Registrierungsverfahren
- Logistische Anforderungen z.b. Lieferkosten, Identifizierung geeigneter Vertriebskanäle
- Probleme bei der Lösung grenzüberschreitender Konflikte, einschließlich der Kosten für Rechtsstreitigkeiten im Ausland
- Probleme mit grenzüberschreitenden Lieferungen
- Wartungen im Ausland nach der Lieferung
- Weiß ich nicht

Sonstiges (bitte erklären)

Q 14: Die neuen Regeln der Verbraucher-Richtlinie sind seit zwei Jahren anwendbar. Denken Sie, dass sich die Anzahl an gesetzlichen Anforderungen verändert hat, welche Ihr Unternehmen in dem Land in welchem das Unternehmen ansässig ist erfüllen muss als ein Resultat der Richtlinie?

- Ja, es hat sich signifikant verändert **(Machen Sie mit Frage 15 weiter)**
- Ja, es hat sich leicht verändert **(Machen Sie mit Frage 15 weiter)**
- Ja, aber die Änderungen sind nicht gravierend **(Machen Sie mit Frage 15 weiter)**
- Nein, keine Veränderungen wurden festgestellt **(Machen Sie mit Frage 19 weiter)**
- Weiß ich nicht **(Machen Sie mit Frage 19 weiter)**
- Ich möchte das lieber nicht beantworten **(Machen Sie mit Frage 19 weiter)**

Bitte fügen Sie weitere Kommentare unten ein:

Anforderungen an Unternehmer als Folge der Umsetzung der Verbraucherrechte-Richtlinie

Q 15: Was waren die größten Veränderungen in der nationalen Gesetzgebung (bitte kreuzen Sie alles zutreffende an)

- Änderungen der vorvertraglichen Informationsanforderungen für Verträge welche vor Ort geschlossen wurden
- Änderungen der vorvertraglichen Informationsanforderungen für Fernabsatzverträge und Verträge welche außerhalb von den Geschäftsräumen geschlossen wurden
- Änderungen der Sprachanforderungen für die Bereitstellung der vertraglichen Informationen
- Die besonderen Bestimmungen für digitale Inhalte (zum Beispiel Informationen über die Produktkompatibilität und Funktionalität)
- Die formellen Anforderungen für Fernabsatzverträge und Verträge welche außerhalb der Geschäftsräume geschlossen wurden (z.b. eine schriftliche Bestätigung für Verträge welche am Telefon abgeschlossen wurden)
- Der voll-harmonisierte Zeitraum für das Widerrufsrecht für Fernabsatzverträge und Verträge welche außerhalb von Geschäftsräumen abgeschlossen wurden (14 Tage)
- Die Ausnahmen für das Widerrufsrecht
- Die Regeln über die Lieferung und den Risikoübergang
- Rückzahlungs-Regelungen (z.b. der Zeitraum in welchem die Rückzahlung stattfindet; die Pflicht alle Zahlungen, einschließlich der Liefergebühren, zurück zu erstatten; die Möglichkeit, im Falle von einer Wertminderung der zurück geschickten Ware diese mit der Rückzahlung zu verrechnen, die Möglichkeit das der Kunde einen Teil der Kosten der Rücksendung der Ware selbst zu tragen hat wenn der Kunde darüber bei Vertragsabschluss informiert wurde etc.)
- Die „Grundtarif“ Anforderungen bei einer telefonischen Kontaktaufnahme des Verbrauchers nach Vertragsabschluss
- Die Anforderung keine, nicht gerechtfertigten, zusätzlichen Kosten durch die Nutzung von bestimmten Zahlungsmitteln zu erheben (z.b. Kreditkarte)
- Die Anforderung die 'schon-angekreuzten-Kästchen' zu verbieten
- Die Anforderungen an Trägheitsverkäufe (d.h. der Verbraucher ist nicht verpflichtet für die nicht angeforderten Waren, digitale Inhalte oder Dienstleistungen zu zahlen)

Sonstiges (bitte erklären)

Auswirkungen der Verbrauchergesetze auf Ihr Unternehmen

Q 16: Bitte bewerten Sie das Ausmaß der Kosten welche durch die Anforderungen der Verbraucherschutzvorschriften für Ihr Unternehmen entstanden sind.							
	Stark erhöhte Kosten	Erhöhte Kosten	Keine Auswirkungen	Reduzierte Kosten	Stark reduzierte Kosten	Keine Meinung	Weiß ich nicht
Änderungen der vorvertraglichen Informationsanforderungen bei Verträgen welche Vorort abgeschlossen wurden							
Änderungen der vorvertraglichen Informationsanforderungen bei Fernabsatzverträgen und Verträgen welche außerhalb der Geschäftsräume geschlossen wurden							
Änderungen der Sprachanforderungen bei der Bereitstellung von vorvertraglichen Informationen							
Die speziellen Anforderungen an digitale Inhalte (z.b. Informationen über Produktkompatibilität und Funktionalität)							
Die formellen Anforderungen für Fernabsatzverträge und Verträge welche außerhalb von den Geschäftsräumen geschlossen wurden; (z.b. schriftliche Bestätigung für Verträge welche am Telefon abgeschlossen wurden)							
Der voll-harmonisierte Zeitraum für das Widerrufsrecht bei Fernabsatzverträgen und Verträgen welche außerhalb der Geschäftsräume abgeschlossen wurden (14 Tage)							
Die Ausnahmen für das Widerrufsrecht							
Die Regeln über die Lieferung und den Risikoübergang							
Rückzahlungs-Regelungen (z.b. der Zeitraum in welchem die Rückzahlung stattfindet; die Pflicht alle Zahlungen, einschließlich der Liefergebühren, zurück zu erstatten; die Möglichkeit, im Falle von einer							

Wertminderung der zurück geschickten Ware diese mit der Rückzahlung zu verrechnen, die Möglichkeit das der Kunde einen Teil der Kosten der Rücksendung der Ware selbst zu tragen hat wenn der Kunde darüber bei Vertragsabschluss informiert wurde usw.)							
Die „Grundtarif“ Anforderungen bei einer telefonischen Kontaktaufnahme des Verbrauchers nach Vertragsabschluss							
Die Anforderung keine, nicht gerechtfertigten, zusätzlichen Kosten durch die Nutzung von bestimmten Zahlungsmitteln zu erheben (z.b. Kreditkarte)							
Die Anforderung die 'schon-angekreuzten-Kästchen' zu verbieten							
Die Anforderungen an Trägheitsverkäufe (d.h. der Verbraucher ist nicht verpflichtet für die nicht angeforderten Waren, digitale Inhalte oder Dienstleistungen zu zahlen)							
Weitere Kommentare							

Q 17: Denken Sie das die Unterschiede in der nationalen Gesetzgebung in bestimmten Mitgliedsstaaten als ein Resultat der Regelungsoptionen, welche durch die Verbraucherrechte Richtlinie gegeben waren, irgendwelche Auswirkungen auf Ihren grenzüberschreitenden Handel hat?

- Ja **(Machen Sie mit Frage 18 weiter)**
 - Nein **(Machen Sie mit Frage 19 weiter)**
 - Nicht anwendbar (wir haben keinen grenzüberschreitenden Handel) **(Machen Sie mit Frage 19 weiter)**
 - Weiß ich nicht **(Machen Sie mit Frage 19 weiter)**
 - Ich möchte das lieber nicht beantworten **(Machen Sie mit Frage 19 weiter)**
-

Auswirkungen auf den grenzüberschreitenden Handel

Q 18: Welcher Aspekt der nationalen Gesetzgebung in bestimmten Mitgliedsstaaten, welche von den Regelungsoptionen Gebrauch gemacht haben, hatte Auswirkungen auf Ihr Unternehmen?							
	Positive Auswirkung	Eher positive Auswirkung	Weder negative noch positive Auswirkungen	Eher negative Auswirkungen	Komplett negative Auswirkungen	Keine Meinung	Weiß ich nicht
Nichtanwendung der Richtlinie über Verbraucherrechte bei Fernabsatzverträgen oder Verträgen welche außerhalb von Geschäftsräumen geschlossen wurden für einen Betrag von 50 Euro oder weniger							
Nationale Sprachanforderungen für die vertraglichen Informationen							
Zusätzliche Informationsanforderungen unter der e-commerce und Dienstleistungsrichtlinie							
Anwendung der vereinfachten Informationsanforderungen für Reparaturarbeiten bei einem Wert von 200 Euro oder darunter							
Anforderung über eine schriftliche Bestätigung bei Vertragsabschluss am Telefon							
Das Verbot Gebühren zu erheben in einem bestimmten Zeitraum bei Verträgen welche außerhalb von Geschäftsräumen geschlossen wurden							

Ansichten über harmonisierte Anforderungen

Q 19: Ihrer Meinung nach, in wie weit sind die folgenden voll-harmonisierten EU Verbraucher und Marketing Regeln vorteilhaft für Ihr Unternehmen?					
	Sehr vorteilhaft	Eher vorteilhaft	Weniger vorteilhaft	Überhaupt nicht vorteilhaft	Keine Meinung/Weiß ich nicht
Das Recht angemessene Informationen über die Waren und Dienstleistungen zu erhalten, dass heißt über die wesentlichen Charakteristika, den Gesamtpreis, die Lieferzeit, usw.					
Das Recht, einen abgeschlossenen Vertrag innerhalb von 14 Tagen nach der Lieferung der Ware oder nach Abschluss eines Dienstleistungsvertrages zu kündigen (das "Widerrufsrecht")					
Das Recht Informationen über die Funktionalität und Interoperabilität von digitalen Inhalten zu erhalten					
Das Recht einen Fernabsatzvertrag für das herunterladen (oder streamen) von digitalen Inhalten zu kündigen bevor diese angesehen wurden (das ‚Widerrufsrecht‘)					
Bitte machen Sie genauere Angaben:					

Q 20: Ihrer Meinung nach, in wie weit wären die folgenden Verbraucherschutz Regelungen für Ihr Unternehmen von Vorteil wenn diese voll-harmonisiert wären (um das Vertrauen des Verbrauchers zu verbessern)?

	Sehr vorteilhaft	Eher vorteilhaft	Weniger vorteilhaft	Überhaupt nicht vorteilhaft	Keine Meinung/Weiß ich nicht
Bevor der Verbraucher ein Abonnement für eine kostenlose Online Dienstleistung (Social Media z.b. Facebook, Twitter usw. oder Cloud Speicherung von Fotos, Filmen) abschließt, sollte der Verbraucher die relevanten Informationen über solch einen kostenlosen Dienstleistungsvertrag erhalten					
Bevor der Verbraucher ein Abonnement für eine kostenlose Online Dienstleistung (Social Media z.b. Facebook, Twitter usw. oder Cloud Speicherung von Fotos, Filmen) abschließt, sollte der Verbraucher ein Widerrufsrecht von solch einem kostenlosen Dienstleistungsvertrag für 14 Tage erhalten ab dem Tag des Vertragsabschlusses					
Bitte erklären Sie Ihre Antwort:					

Q 21: Stimmen Sie der folgenden Aussage zu: Die Präsentation der vorvertraglichen Informationen für Verbraucher sollte vereinfacht werden durch die Verwendung von einheitlichen und einfachen grafischen Modellen, z.b. durch die Verwendung von Symbolen und Piktogrammen

- Ich stimme zu, die Modelle sollten verbindlich sein
- Ich stimme zu, die Modelle sollten nicht verbindlich sein
- Neutral
- Ich stimme dem nicht zu
- Weiß ich nicht

Q 22: Ihrer Meinung nach, was sind die Vorteile welche durch die Erfüllung der rechtlichen Anforderungen der Verbraucherrechte Richtlinie für Unternehmen entstehen?

- Verbraucher deren Rechte respektiert werden kommen zurück
- Verbraucher deren Rechte respektiert werden bringen/ziehen neue Kunden an (Mundpropaganda, Online Empfehlungen)
- Im Gegenteil, Verbraucher deren Rechte nicht respektiert werden, können andere Verbraucher abschrecken (Rufschädigung)
- Konforme und damit vertrauenswürdige Unternehmen können zu höheren Preisen verkaufen
- Es gibt keine Vorteile
- Keine Meinung/Weiß ich nicht

Sonstiges (bitte angeben)

Q 23: Ihrer Meinung nach, sind die Vorteile welche sich für Ihr Unternehmen aus der Verbraucherschutz Gesetzgebung ergeben höher als die Erfüllungskosten?

- Ja, die Vorteile überwiegen die Kosten erheblich
- Ja, die Vorteile überwiegen die Kosten leicht
- Nein, die Vorteile wiegen die Kosten auf
- Nein, die Kosten sind leicht höher als die Vorteile
- Nein, die Kosten überwiegen die Vorteile deutlich
- Keine Meinung
- Weiß ich nicht

Bitte machen Sie genauere Angaben:

Abschließende Fragen

Q 24: Abschließend wollten wir Sie gerne fragen wie groß der Umsatz Ihres Unternehmens im Jahr 2015 war?

- Weniger als 100,000 €
- 100,000 bis 500,000 €
- 500,000 bis 2 Millionen €
- 2 bis 10 Millionen €
- 10 bis 50 Millionen €
- 50 bis 100 Millionen €
- 100 bis 150 Millionen €
- 150 bis 200 Millionen €
- 200 bis 250 Millionen €
- Mehr als 250 Millionen €
- Weiß ich nicht
- Ich möchte das lieber nicht beantworten

Q25: Wir würden gerne ein paar der genannten Probleme per E-Mail oder Telefon weiter untersuchen. Wären Sie bereit von uns für ein Telefongespräch kontaktiert zu werden um mit uns Ihre Erfahrungen mit EU Verbraucherschutz zu besprechen?

- Ja
- Nein

Q 26: Wenn Ja, so geben Sie bitte Ihren Namen und Ihre E-Mail Adresse an unter welcher wir Sie erreichen können (Selbstverständlich werden persönliche Angaben mit niemanden außer unseren Mitarbeitern, welche an diesem Projekt arbeiten, geteilt)

Unternehmen	
Name des Kontaktes	
Position in dem Unternehmen	
Kontaktangaben	

Vielen Dank Rocio Salado, Projektmanager
