EHRENKODEX ONLINEHANDEL

Präambel **3**

1. Allgemeines **4**

1.1. Anwendungsbereich 4
1.2. Ergänzende Kodizes 4
1.3. Zielsetzung 4
1.4. Umfang 4
1.5. Definitionen 4
1.6. Gültigkeit der Grundsätze 5

2. Angebotskommunikation **5**

2.1. Der Onlineshop existiert und ist im HR registriert 6
2.2. Der Kunde weiss was, wie und wann er kauft 6
2.3. Preisbekanntgabeverordnung (PBV) 7
2.4. Freier Kaufentscheid 7
2.5. Verkaufsförderung 7
2.6. Stopp Werbung 8
2.7. Kundenkommunikation / Opt-out bei Bestellern 8
2.8. Adressgewinnung über eigene Kanäle 8
2.9. Adressgewinnung / Adressmiete via Drittanbieter 8
2.10. Gewinnspiele und Gratisverlosungen 8
2.11. Abo-/Subscription-Modelle 8

3. Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) 9

3.1. Geltungsbereich 9
3.2. Angebot und Vertragsschluss 9
3.3. Rückgaberecht 9
3.4. Preise, Versand-/Bearbeitungs-/Zusatzkosten 11
3.5. Zahlungs- und Lieferbedingungen 12
3.6. Eigentumsvorbehalte (dispositiv) 13
3.7. Gewährleistung/Garantie (dispositiv) 13
3.8. Datenschutz 13

4. Datenschutzerklärung DSE 13

4.1. Umfang und Zweck der Datenerhebung 14
4.2. Weitergabe von Kundendaten an Dritte 14
4.3. Bonitätsprüfung 14
4.4. Cookies 14
4.5. Tracking Tools 14
4.6. Anspruch auf Auskunft, Löschung, Berichtigung 15
4.7. Aufbewahrung von Daten 15

5. Durchsetzung des Ehrenkodex 15

5.1. Überwachungskommission 15
5.2. Meldung eines Verstosses gegen den Ehrenkodex 15
5.3. Sanktionen 16
5.4. Benachrichtigung/Information 16

6. Ombudsstelle E-Commerce 16

7. Gütesiegel Swiss Online Garantie 16

8. Inkrafttreten und Änderung 17

Präambel

Der Ehrenkodex Onlinehandel enthält Leitlinien, nach denen sich die Träger der Swiss Online Garantie in ihrem Verhalten gegenüber den Kunden (private und juristische Personen) richten. Der Ehrenkodex beinhaltet ausgewählte gesetzliche Vorgaben sowie zusätzliche selbstregulierende Komponenten.

Die Verhaltensrichtlinien bestimmen die Grundsätze lauteren Geschäftsgebarens gegenüber Kunden. Ziel ist es, den Kunden hohe Transparenz, Sicherheit und Gesetzestreue beim Onlinehandel mit Waren aller Art zu garantieren.

Die Richtlinien gehen weiter als die heute geltenden gesetzlichen Konsumentenschutz-Vorschriften oder die rein technischen Zertifizierungen von Onlineshops und dienen dem Kunden somit als Vertrauensgrundlage für seinen Einkauf.

Die Einhaltung der Grundsätze wird unter anderem mit einer strukturierten Shop Überprüfung durch eine Drittinstanz im Auftrag des HANDELSVERBAND.swiss (Zertifizierer) sichergestellt. Bestandteil der Prüfung sind sowohl Schweizer Recht/Gesetze als auch Vorgaben des vorliegenden Ehrenkodex. Die Prüfung des Onlineshops wird spätestens nach 3 Jahren oder auf Antrag des Onlineshop-Betreibers wiederholt.

Das Gütesiegel «Swiss Online Garantie» darf nur von geprüften Mitgliedern des HANDELSVERBAND.swiss verwendet werden. Auf Privatkunden ausgerichtete Mitglieder (B2C) sind verpflichtet, die hier formulierten Voraussetzungen zu erfüllen. Es besteht hingegen keine Pflicht das Gütesiegel zu verwenden. B2B (Business to Business) ausgerichtete Mitglieder, welche das Gütesiegel verwenden möchten, haben alle Voraussetzungen des Ehrenkodex zwingend zu erfüllen.

Die Richtlinien erfüllen ausdrücklich nicht den Zweck qualitative Vorgaben hinsichtlich Produkte, Personal, Technologie oder eingesetzten Dienstleistern zu machen.

1. Allgemeines

1.1. Anwendungsbereich

Die Grundsätze des Ehrenkodex regeln die Beziehungen zwischen Onlinehändler und dessen Kunden mit Wohn-/Unternehmenssitz in der Schweiz.

1.2. Ergänzende Kodizes

Zertifizierte Onlinehändler respektieren den Ehrenkodex des Schweizerischen Dialogmarketing Verbandes SDV sowie die Grundsätze der Lauterkeit in der kommerziellen Kommunikation. Diese sind jedoch nicht Bestandteil des Zertifizierungsprozess.

1.3. Zielsetzung

Zielsetzungen des Ehrenkodexes sind:

- Achtung und Einhaltung von gesetzlichen Rahmenbedingungen,
- Richtlinie für zertifizierte Mitglieder im Umgang mit Kunden, welche über die gesetzlichen Vorgaben hinausgehen,
- Konstruktive Lösungssuche von zertifizierten Mitgliedern in Konfliktsituationen mit Kunden.

1.4. Umfang

Der Ehrenkodex beinhaltet im Speziellen Leitlinien für zertifizierte Onlinehändler betreffend:

- Angebotskommunikation (Produkte, Preise, Werbung),
- AGB (Allgemeine Geschäftsbedingungen),
- Datenschutz

1.5. Definitionen

Für die nachstehenden Grundsätze gelten für die verwendeten Begriffe folgende Definitionen:

Onlinehandel ist eine Art des Einzelhandels, bei dem die Produkte per Internet, Mobile (SMS), Katalog/Prospekt, Inserat, Telefon, Chat, Fax oder Fernsehen angeboten werden. Die Bestellung der gewünschten Produkte kann digital (z.B. per Website, App), mündlich (z.B. per Telefon) oder schriftlich (z.B. per Brief, Fax oder E-Mail) getätigt werden.

Zertifizierte Onlinehändler bieten den Kunden über Medien, wie z.B. Internet, Print, Messe, Telefon, Ladengeschäft oder Fernsehen Produkte zur Bestellung an.

Single Opt-in ist ein Verfahren, bei dem der Kunde die Werbekontaktaufnahmen selbst auslösen muss (aktive oder passive Einwilligung), jedoch keine 2. Bestätigung erfolgt.

Double Opt-in ist ein Verfahren, bei dem der Endverbraucher Werbekontaktaufnahmen selbst beantragen und in einem 2. Schritt explizit rückbestätigen muss – meist durch E-Mail, Telefon oder SMS.

Kunde ist eine private oder juristische Person, welche mit dem Onlinehändler in eine vorvertragliche oder vertragliche Beziehung tritt. Dies kann infolge eines Einkaufs, einer Registration für Newsletter, einer Offerten-Anfrage oder anderer Aktivitäten ohne persönlichen Kontakt geschehen, welche eine vertragliche Beziehung nach sich ziehen.

IoT (Internet of Things): IoT Technologien des «Internets der Dinge» implementierte Funktionen erlauben die Interaktion zwischen Menschen und vernetzten, beliebigen, elektronischen Systemen sowie zwischen den Systemen an sich. Sie können darüber hinaus auch den Menschen bei seinen Tätigkeiten unterstützen und Handelstransaktionen automatisiert auslösen.

1.6. Gültigkeit der Grundsätze

Die im Ehrenkodex formulierten Grundsätze sind eine Massnahme zur Selbstregulierung der Onlinehandels Branche. Der HANDELSVERBAND.swiss führt unter der Website www.Swiss-Online-Garantie.ch eine Übersicht der zertifizierten Onlinehändler mit Datum der letzten Prüfung.
Angebotskommunikation

2. Angebotskommunikation

2.1. Der Onlineshop existiert und ist im HR registriert

Die Identität des anbietenden und liefernden Onlinehändlers muss dem Kunden vor Vertragsabschluss über das Impressum einfach zugänglich gemacht werden (UWG Artikel 3 Absatz 1 Bst s Ziff 1).

Das Impressum beinhaltet:

- Firmenanschrift gemäss HR (Schweiz oder EU) oder – bei fehlendem HR-Eintrag – den Vor- und Nachnamen des Anbieters,
- Adresse / Sitz des Unternehmens,
- Telefonnummer (Vorgabe HANDELSVERBAND.swiss: Schweizer Telefonnummer),
- E-Mail-Adresse.

Das Impressum ist entweder von jeder Unterseite aus direkt einsehbar (1 Click) und als solches erkennbar («Impressum», «wer sind wir», «über uns», «Kontakt»). Die genannten Impressums-Informationen stehen am Anfang des Impressums.

2.2. Der Kunde weiss was, wie und wann er kauft

2.2.1. Produkt

Die Beschreibung/Bilder der Produkte sowie Zusatzdienstleistungen erfolgt wahrheitsgemäss, klar und genau. Der Verkäufer bietet nur Originalware an. Ohne Einverständnis des Kunden werden keine Ersatzartikel versandt.

2.2.2. Beschränkte Angebotsgültigkeit

Über die beschränkte Gültigkeit oder Verfügbarkeit eines Angebotes wird transparent und eindeutig informiert.

2.2.3. Bestellschritte gemäss UWG Artikel 3 Absatz 1 Bst s Ziff 2

Der Händler zeigt dem Kunden im Check-out Prozess deutlich auf, welche Schritte bis zur definitiven Bestellung noch folgen bzw. wann eine Bestellung verbindlich aufgegeben wird.

2.2.4. Vertragsschluss

Die AGB geben Auskunft darüber, zu welchem Zeitpunkt ein Vertrag zustande kommt.

2.3. Preisbekanntgabeverordnung (PBV)

Der zertifizierte Onlinehändler ist transparent in seinen Angaben zum Preis, welcher der Kunde für die ausgewählten Produkte und/oder Dienstleistungen zu bezahlen hat, bevor die Bestellung abgeschlossen wird. Der zertifizierte Onlinehändler wird keine zusätzlichen Leistungen oder Produkte verrechnen, solange dies nicht ausdrücklich vom Kunden gewünscht wird.

Vor Bestellabschluss wird der endgültige Preis, inkl. MwSt., Zollgebühren, Versandkosten und andere Gebühren angezeigt. Die möglichen Versand- und/oder Zusatzkosten sind in den AGB transparent darzulegen.

2.3.1. Nicht vorab kalkulierbare Zusatzkosten

Falls der endgültige Preis, inkl. aller Zusatzkosten nicht abschliessend angezeigt werden kann, muss neben dem Endpreis, spätestens auf der Produktdetailseite, genau festgehalten werden, welche Kosten nicht beinhaltet sind oder über einen Link wie z.B. «zzgl. Versandkosten» (oder Begriffe wie Servicegebühren etc.) angezeigt werden, wo überprüft werden kann, welche Kosten noch hinzukommen.

2.4. Freier Kaufentscheid

Der Kunde trifft seine Produkteauswahl vollkommen frei. Kein Produkt wird dem Kunden unaufgefordert zugesandt. Ausnahme bilden Werbegeschenke, die er gratis und ohne Kaufzwang erhält oder bei vom Kunden selbst initiierten Abo-Modellen, IoT-Bestellungen oder Geschenkzustellungen von Dritten.

2.5. Verkaufsförderung

Onlinehändler nennen bei der Durchführung von Verkaufsförderungsaktionen (Gutscheine, Rabatte, vom Bestellwert abhängige Gratisartikel und dergleichen) sämtliche Bedingungen für diese Aktionen auf unmissverständliche Weise.

2.6. Stopp Werbung

Die Wünsche des Kunden, keine Werbepost, Telefonanrufe oder E-Mails zu erhalten, unabhängig davon, ob sie direkt gegenüber dem Unternehmen, via Sterneintrag in Telefonverzeichnissen (Telefonanrufe) oder der Robinsonliste (Mailing oder Kataloge) geäussert worden sind, werden vom Onlinehändler respektiert.

2.7. Kundenkommunikation / Opt-out bei Bestellern

Bestellende Kunden dürfen mit Newslettern angeschrieben werden. Der Kunde hat dabei jederzeit die Möglichkeit den Newsletter oder andere Informationen per E-Mail einfach und elektronisch abzubestellen (Opt-out).

2.8. Adressgewinnung über eigene Kanäle

Nutzt der Onlinehändler zur Gewinnung von neuen E-Mail-Adressen eigene Kanäle (Onlineshop, eigene Facebook Seite, Instagram Account, unternehmensspezifische Wettbewerbe etc.) genügt ein Single Opt-in.

2.9. Adressgewinnung / Adressmiete via Drittanbieter

Zur Gewinnung von E-Mail-Adressen über Drittanbieter (Agenturen, Netzwerke, Affiliate) oder Wettbewerben in Kooperation mit weiteren Händlern operieren zertifizierte Onlinehändler bzw. die von Ihnen beauftragten Unternehmen mit dem Double Opt-in-Verfahren.

2.10. Gewinnspiele und Gratisverlosungen

Zertifizierte Händler verpflichten sich, Gewinnspiele des Typs «Jedermann gewinnt» zu unterlassen.

2.11. Abo-/Subscription-Modelle

Geschäftsmodelle, welche einen Zweitkauf, automatische Bestellauslösung infolge IoT-Funktionen oder eine Mitgliedschaft mit sich bringen, sind erlaubt, sofern für den Kunden offensichtlich ist, dass es sich um einen Abo-, Club- oder IoT-Modell handelt und Folgebestellungen Bedingung sind.
Der Kunde muss beim Kaufabschluss, zumindest in den AGB, klar darauf hingewiesen werden, dass mit dem Abschluss des Bestellprozesses wiederkehrende Zahlungspflichten ausgelöst werden.

3. Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

Jeder zertifizierte Onlinehändler macht dem Kunden die Allgemeinen Geschäftsbedingungen einfach zugänglich. Die AGB sind transparent, nachvollziehbar und verständlich ausformuliert, einfach zugänglich und in einem Dokument bzw. auf einer einzigen Webseite einsehbar. Die AGB umfassen mindestens folgenden Inhalt:

- Geltungsbereich der AGB,
- Vertragsschluss,
- Rückgaberecht,
- Rückgabeort bei Unternehmen mit Sitz im Ausland,
- Preise, Versand-/Bearbeitungs-/Zusatzkosten,
- Zahlungs- und Lieferbedingungen,
- Kosten bei Zahlungsverzug.

3.1. Geltungsbereich

Die Definition des Geltungsbereichs beinhaltet Eingrenzungen zur Territorialität (in welchen Ländern kommen diese AGB zur Anwendung) und für welche Kundenart (Privatkunden, Geschäftskunden) diese Regelungen gelten.

3.2. Angebot und Vertragsschluss

Die AGB beschreiben einfach und transparent, zu welchem Zeitpunkt ein Vertrag zustande kommt und damit Rechte und Pflichten für Anbieter wie Kunde entstehen.

3.3. Rückgaberecht

3.3.1. Rückgaberecht Allgemein

Im Normalfall (sofern keine Ausnahmen deklariert sind s. 3.3.2) steht dem Kunden ein formloses Rückgaberecht während mindestens 14 Kalendertagen nach Erhalt der Ware zu.

3.3.2. Ausnahmen vom Rückgaberecht

Bei folgenden Produktekategorien sind Ausnahmen vom Rückgaberecht zulässig:

- Lebensmittel/Getränke aus hygienischen Gründen und Sicherheitsgedanken,
- Medikamente/Nahrungsergänzungsmittel und Heilmittel aus Sicherheitsgründen,
- Massanfertigungen/personalisierte Artikel oder auf Kundenwunsch zusammengesetzte Artikel (Bsp. nicht abschliessend: Korrekturbrillen, Ski mit Bindung, Massanzüge, Möbelkombinationen etc.),
- Urheberrechtsgeschützte Artikel wie CDs, DVDs oder Bücher nach Öffnung der Originalverpackung/Entsiegelung,
- Hygienisch heikle Artikel wie Linsen, geöffnete Parfums, Zahnbürsten, Piercing-Schmuck, Erotikartikel, Unterwäsche etc.,
- Geöffnetes resp. entsiegeltes Verbrauchsmaterial, wie z.B. Toner oder Batterien,
- Elektroartikel, welche in Betrieb genommen wurden (eingeschaltet, konfiguriert) und damit nur mit grossem Aufwand und zu reduziertem Preis wiederverkauft werden können,
- Artikel mit expliziten schriftlichen Verträgen (zweiseitige schriftliche Willensäusserung mit Unterzeichnung beider Parteien),
- Speziell gekennzeichnete Artikel bei Abverkauf/Sales Aktionen (expliziter Hinweis beim Artikel),
- Waren oder Dienstleistungen, deren Preis von Schwankungen auf dem Finanzmarkt abhängt, auf die der Unternehmer keinen Einfluss hat und die innerhalb der Rückgabefrist auftreten können,
- Zeitungen, Zeitschriften oder Illustrierte,
- Digitale Inhalte, die nicht auf einem Datenträger geliefert werden,
- Dienstleistungen im Bereich der Freizeitbetätigung.

Für mangelhafte Produkte bzw. Gewährleistungsansprüche gilt Paragraf 3.7.

Zulässig ist die Regelung, dass Artikel nicht benutzt werden dürfen, ansonsten erlischt das Rückgaberecht. Eine Benutzung des Artikels wird dann unterstellt, wenn der Gegenstand Gebrauchsspuren (Geruch, Flecken, etc.) aufweist oder im zurückgesandten Zustand nicht mehr verkauft werden kann (z.B. ausgepackte Lego, Playmobil, Puzzle, Parfum etc.).

Auf Ausnahmen von der Retouren-Regelung wird entweder in den AGB oder bei der Bestellung explizit hingewiesen. Bei Ausnahmen infolge Sales/ Abverkauf ist die Ausnahme auf der Produkteseite gut sichtbar zu deklarieren.

3.3.3. Rücksendekosten

Im Falle der Rückgabe der Ware dürfen dem Kunden keine Kosten, ausser denen für die Rücksendung der Ware auferlegt werden, sofern die Ware in ordnungsgemässem und originalverpacktem Zustand zurückgegeben wird.

3.3.4. Wiederinstandsetzung

Für die Wiederinstandsetzung von in Betrieb gesetzten Elektronikgeräten wie Computer, Smartphones und Ähnlichem darf der Händler, sofern die Rückgabe nicht ausgeschlossen ist, eine Entschädigung verlangen. Diese muss aber in den AGB transparent geregelt sein.

3.3.5. Versandkosten bei Vollretouren

Macht der Onlinehändler Versandkosten bei einer Vollretoure bzw. beim Unterschreiten des Mindestbestellwertes für versandkostenfreie Lieferung/Sondertransport infolge einer Retoure geltend, muss dies in den AGB explizit geregelt werden.

3.3.6. Rückgabeort

Zertifizierte Onlinehändler mit Unternehmenssitz im Ausland nennen dem Kunden eine Rückgabeadresse in der Schweiz oder garantieren eine Rücksendung ins Ausland zum Preis eines vergleichbaren Inlandpaketes in der Schweiz (Schaltertarif Post).

3.4. Preise, Versand-/Bearbeitungs-/Zusatzkosten

Die AGB geben Auskunft über Sonderbestimmungen betreffend Preisfestsetzung und Zusatzkosten wie Versand, Versicherung oder auch andere Gebühren, welche nicht bereits direkt beim Produkt ausgewiesen werden. Geben die AGB oder die Angaben beim Produkt hierzu keine Informationen, darf der Kunde davon ausgehen, dass keine Zusatzkosten anfallen und der beim Produkt aufgeführte Preis, der zu bezahlende Endpreis darstellt. Dies gilt unabhängig bzw. zusätzlich zur Regelung in Ziff. 2.3.

3.5. Zahlungs- und Lieferbedingungen

Der zertifizierte Onlinehändler bietet mindestens eine Zahlungsart gratis (ohne Zusatzkosten) an. Zusatzgebühren im Zahlungsverkehr sind dann zulässig, wenn der Kunde diesen mit eigener Wahl der Zahlungsmethode und transparentem Ausweis von eventuellen Folgekosten zustimmt.

3.5.1. Gebühren für Kauf auf Rechnung

Der Onlinehändler legt in den AGB allfällige Rechnungsstellungs-gebühren, transparent dar. Diese Vorgabe gilt auch, wenn ein Onlinehändler die Bezahlung über Drittpartner abwickelt. Nur ein Verweis auf dessen AGB ist ungenügend.

3.5.2. Kosten beim Zahlungsverzug Kauf auf Rechnung

Der zertifizierte Onlinehändler weist die vom Kunden zu tragenden Konsequenzen aus Zahlungsverzug bei Kauf auf Rechnung (Mahngebühren, Verzugszins, Inkassogebühren) aus.
Diese Vorgabe gilt auch, wenn ein Händler die Bezahlung über Drittpartner abwickelt. Nur ein Verweis auf dessen AGB ist ungenügend.

3.5.3. Belastungszeitpunkt

Zertifizierte Onlinehändler informieren ihre Kunden in den AGB, zu welchem Zeitpunkt eine Karten- oder Kontobelastung erfolgt (Bestellung, Versand, Ablauf Rückgabefrist).

3.5.4. Rückzahlung von Guthaben

Kundenguthaben aus Retouren, Doppelzahlungen oder anderen vergleichbaren Konstellationen werden spätestens auf Wunsch des Kunden zurückbezahlt. Wert-, Rabatt- und Geschenkgutscheine müssen nicht in bar zurückbezahlt werden.

3.5.5. Rückerstattungen

Der zertifizierte Onlinehändler erstattet Kaufbeträge über denselben Kanal zurück, über welchen der Betrag bezahlt wurde. In Ausnahmesituationen und nach Rücksprache mit dem Kunden darf ein anderes Zahlungsmittel für die Rückerstattung gewählt werden.

3.5.6. Lieferung: Fristen und Auskünfte

Nach Möglichkeit werden Liefertermine angegeben oder vereinbart. Der Kunde hat das Recht, bei Lieferverzögerungen seitens Händler die Bestellung ohne Folgekosten zu widerrufen.

3.6. Eigentumsvorbehalte (dispositiv)

Allfällige Eigentumsvorbehalte müssen in den AGB formuliert werden.

3.7. Gewährleistung/Garantie (dispositiv)

Ohne ausdrückliche, anderslautende Regelung in den AGB gilt die Gewährleistung gemäss OR. Möchte ein Onlinehändler in seinen AGB die Gewährleistung abändern, muss für Mängel an der Kaufsache mindestens entweder Wandelung, Minderung oder Ersatzleistung vorgesehen werden. Gewährleistung kann im Weiteren auch durch kostenlose Reparatur erbracht werden. Mit Reparatur der Sache beginnen die gesetzlichen Gewährleistungsfristen wieder neu zu laufen.

Eine uneingeschränkte Wegbedingung von Gewährleistungsansprüchen ist nicht erlaubt.

3.8. Datenschutz

Jeder zertifizierte Onlinehändler informiert den Kunden über die Erhebung, Speicherung und Weiterverwendung seiner Daten (Datenschutzerklärung DSE vgl. Kapitel 4).

4. Datenschutzerklärung DSE

Das höchste und wertvollste Gut eines Onlinehändlers ist die Kundenadresse. Grundlage für den Umgang mit Kundendaten bildet das Bundesgesetz über den Datenschutz. Jeder zertifizierte Onlinehändler informiert den Kunden mit einer Datenschutzerklärung (DSE) über die Erhebung, Speicherung und Weitergabe von Personendaten.

4.1. Umfang und Zweck der Datenerhebung

Der Kunde wird über die Art der Daten, welche erhoben und gespeichert werden, informiert. Ebenso wird der Zweck der Datenerhebung (Versand, Identitätsprüfung etc.) erläutert. Im Normalfall wird unter anderem unterschieden zwischen Datenspeicherung beim Besuch einer Webseite, beim Erstellen eines Kundenkontos und beim Einkauf im Onlineshop.

4.2. Weitergabe von Kundendaten an Dritte

Die zertifizierten Onlinehändler informieren in der Datenschutzerklärung über die Weitergabe der Adressdaten von Kunden an Dritte, sei es zu Versand-, Werbe- oder Kooperationszwecken oder Inkasso. Der Kunde hat jederzeit das Recht, seine persönlichen Daten für die Weitergabe zu Marketingzwecken sperren zu lassen.

4.2.1. Datenübermittlung ins Ausland

Werden Personendaten ins Ausland übermittelt (Hosting, Bezahlung etc.) informiert der Onlinehändler entsprechend in der Datenschutzerklärung.

4.3. Bonitätsprüfung

Bietet der Onlinehändler Kauf auf Rechnung an, informiert er den Kunden transparent darüber, falls eine Bonitätsprüfung durchgeführt wird.

4.4. Cookies

Die zertifizierten Onlinehändler informieren die Kunden über die Verwendung von Cookies und zeigen in der Datenschutzerklärung auf, wie das Cookie Tracking deaktiviert werden kann.

4.5. Tracking Tools

Die Kunden werden von den zertifizierten Onlinehändlern über den Einsatz von Tracking Tools informiert. Der Zweck des Einsatzes sowie die erhobenen Informationen werden transparent dargelegt.

4.6. Anspruch auf Auskunft, Löschung, Berichtigung

Jeder Kunde hat das Recht, eine Selbstauskunft der gespeicherten Daten einzuholen Der zertifizierte Onlinehändler nennt in der Datenschutzerklärung eine E-Mail-Adresse für Selbstauskünfte, Löschung oder Berichtigung von Daten.

4.7. Aufbewahrung von Daten

Der Kunde wird über die Aufbewahrungsdauer der Personendaten informiert.

5. Durchsetzung des Ehrenkodex

5.1. Überwachungskommission

Eine Überwachungskommission hat die Aufgabe, jeden gemeldeten Verstoss gegen den Ehrenkodex festzustellen und zu bereinigen.

Die Überwachungskommission besteht aus dem Präsidenten, einem Vorstandsmitglied und einem Unternehmensvertreter des Zertifizierers.

Zur Abklärung eines allfälligen Verstosses versammelt sich die Kommission auf Aufforderung des Präsidenten. Sie kann die Angelegenheit auch auf dem schriftlichen Weg behandeln.

Die Überwachungskommission stützt sich gegebenenfalls auf technische, wirtschaftssachverständige und juristische Berater und zieht unter Umständen Verbrauchervereinigungen zu Rate.

Die Beratschlagungen der Kommission sind vertraulich und ihre Mitglieder sind zur Geheimhaltung verpflichtet.

5.2. Meldung eines Verstosses gegen den Ehrenkodex

Jede natürliche oder juristische Person, die eine Verletzung des Ehrenkodexes feststellt, kann diese dem HANDELSVERBAND.swiss melden. Die Beschwerde wird schriftlich mit allen zweckdienlichen Unterlagen vorgebracht.
Die Meldung eines Verstosses erfolgt per Brief oder per E-Mail an den Geschäftsführer am Sitz des Verbandes.

Ist eine einvernehmliche Problemlösung nicht möglich, greift die Überwachungskommission auf Anlass/Meldung eines Verbandsmitgliedes oder des Geschäftsführers ein. Sie wacht darüber, dass die Grundsätze dieses Ehrenkodexes von den zertifizierten Onlinehändlern befolgt werden.

5.3. Sanktionen

Wenn die Kommission eine Übertretung des Ehrenkodex feststellt, räumt sie dem betreffenden zertifizierten Onlinehändler eine angemessene Frist zur Regelung der Angelegenheit ein. In besonders schweren Fällen beantragt sie dem HANDELSVERBAND.swiss den Entzug des Gütesiegels.

5.4. Benachrichtigung/Information

Der Bescheid der Überwachungskommission oder die Sanktionsmassnahme wird dem betroffenen zertifizierten Onlinehändler vom Verband schriftlich eröffnet. Ein eventueller Entzug des Gütesiegels kann auf der Website des HANDELSVERBANDES.swiss veröffentlicht werden.

6. Ombudsstelle E-Commerce

Die zertifizierten Onlinehändler akzeptieren die Ombudsstelle E-Commerce als Mediations- und Schlichtungsstelle in Konfliktsituationen mit Kunden. Die zertifizierten Onlinehändler verpflichten sich bei Kundenbeschwerden von der Ombudsstelle angeforderte Unterlagen und Stellungnahmen zwecks Schlichtung zur Verfügung zu stellen und zielführend zu kooperieren.

7. Gütesiegel Swiss Online Garantie

Die Befolgung der in diesem Ehrenkodex beschriebenen Regeln berechtigt die zertifizierten Onlinehändler, in ihrer Werbung und auf ihrer Website das Kennzeichen Swiss Online Garantie zu verwenden.

8. Inkrafttreten und Änderung

Dieser Ehrenkodex wurde an der Mitgliederversammlung vom XXX angenommen. Er ersetzt die bisherige Version und tritt per xxx in Kraft.

Der Ehrenkodex kann jederzeit von der Mitgliederversammlung des HANDELSVERBAND.swiss auf Antrag des Vorstandes geändert und/oder ergänzt werden.

Zürich, 11. März 2020

Tomas Prenosil	Patrick Kessler
Präsident	Geschäftsführer