

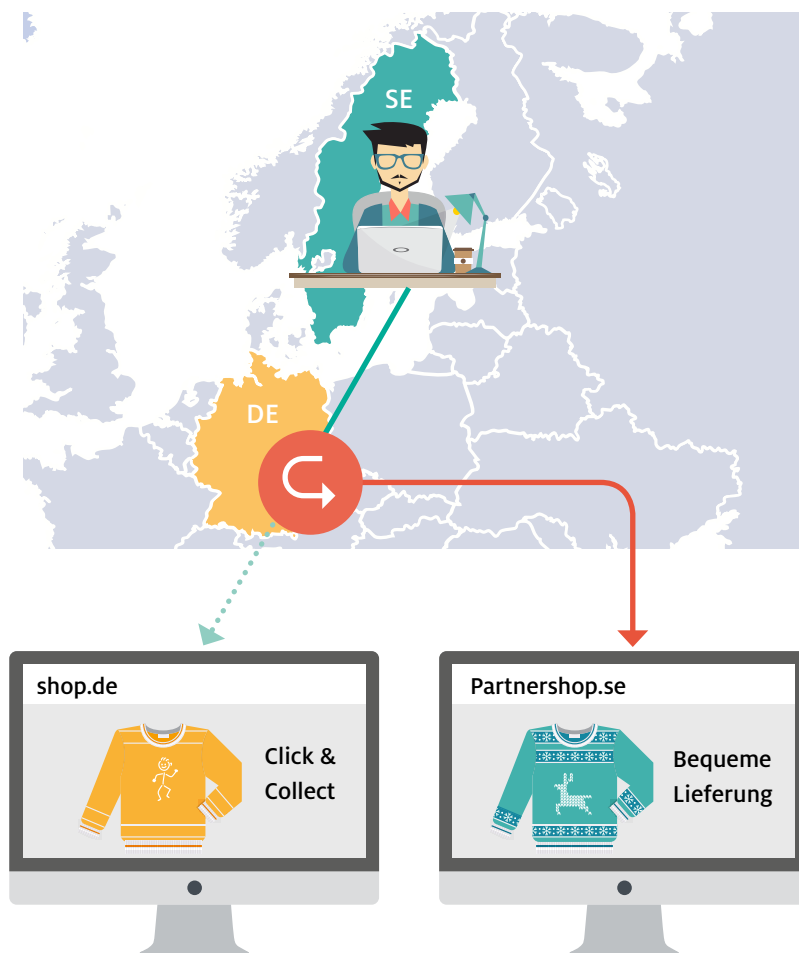
Geoblocking

Was ist Geoblocking?

Mit Hilfe von Geoblocking können Anbieter von Inhalten und Produkten im Internet ihre Webseiten für bestimmte Länder oder Regionen einschränken oder die Verbraucher auf eine Seite weiterleiten, deren Inhalte **speziell auf das Land zugeschnitten** wurden. Aus Handelssicht stellt nicht das Geoblocking ein Hindernis im EU-Binnenmarkt dar, sondern die **rechtlichen Unterschiede zwischen den Mitgliedstaaten**, Probleme bei der Rechtsdurchsetzung und verschiedene praktische Hindernisse wie z.B. Sprachbarrieren.

Als Geoblocking wahrgenommenes Verhalten der Einzelhändler resultiert aus diesen Problemen und ist eher ein **Symptom eines unvollständigen EU-Binnenmarkts**, der nach wie vor u.a. durch abweichende Rechtsordnungen gekennzeichnet ist. Die Differenzierung der Onlineshops ist somit oft **eine Reaktion der Händler auf existierende Rechtsunterschiede** und andere Besonderheiten der Mitgliedstaaten. Um das nationale Recht des einzelnen Mitgliedstaats zu berücksichtigen ist es für den Händler oft sogar notwendig, verschiedene nationale Versionen eines Onlineshops einzurichten, um den Informationspflichten in der Sprache des Verbraucher nachzukommen oder nationale Sonderregeln bzgl. Kennzeichnungspflichten zu erfüllen. Letztlich hat Geoblocking auch nicht zwingend etwas mit europäischen Grenzen zu tun: Lebensmittelhändler liefern selbst innerhalb eines Landes aus guten Gründen nicht in alle Regionen.

Direkte Umleitung auf schwedische Partnerseite mit entsprechender Sprachversion und zugeschnittenen Produkten als Kundenservice.



Als größter Elektroeinzelhändler Europas begrüßt Media-Saturn Initiativen, die den europaweiten Handel vereinfachen. Allerdings gehört aus unserer Sicht zu einer effektiven Regelung des Geoblockings die parallele Beseitigung der eigentlichen Handelshemmnisse wie unterschiedliche Mehrwertsteuerregelungen der Mitgliedstaaten, hohe Transportkosten, Labelling-Anforderungen und Regelungen z. B. zu Elektroaltgeräten. Diese „gesetzlichen“ Geoblocker werden in der politischen Diskussion bisher ausgeklammert, machen es aber gerade für Händler schwer, grenzüberschreitend zu liefern.“

Media-Saturn-Holding GmbH

KONTAKT HANDEL 4.0



Stephan Tromp · Stellv. Hauptgeschäftsführer

+49 30 72625015 | tromp@hde.de

Olaf Roik · Bereichsleiter Wirtschaftspolitik

+49 30 72625022 | roik@hde.de

Darija Bräuniger · Referentin E-Commerce

+49 30 72625033 | braeuniger@hde.de

Fabian Fechner · Referent Büro Brüssel

+32 2 7370376 | fechner.europa@hde.de

Warum herrschen in verschiedenen Ländern unterschiedliche Preise?

Unterschiedliche Gewährleistungsrechte

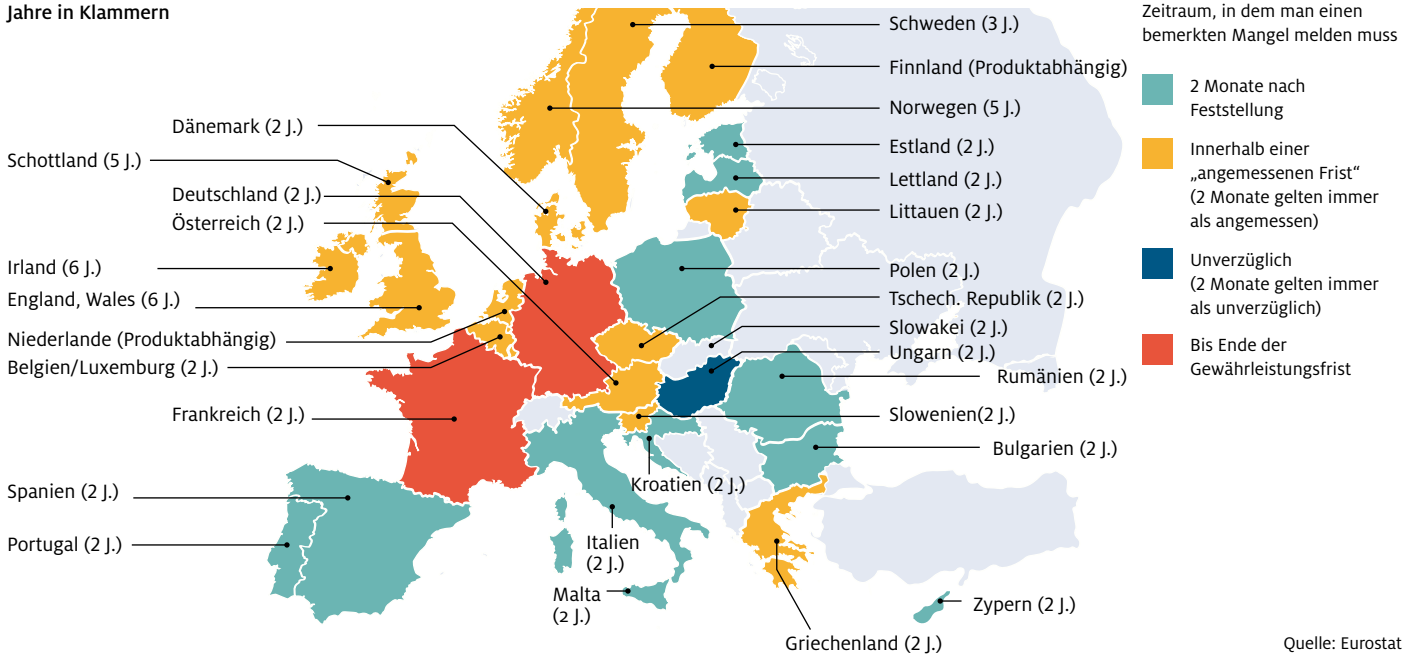
Unterschiedliches Lohnniveau

Unterschiedliche Mehrwertsteuersätze

Unterschiedliche Risiken (z. B. Zahlungsausfälle)

Gewährleistungsdauer in Europa

Jahre in Klammern



Warum Händler Verbraucher unterschiedlich behandeln

Qualitative Gründe

Länderspezifische Produkte

Produkte mit länderspezifischen Steckern oder Tastaturbelegungen



Kundenservice

Beschwerdemanagement in der Landessprache, taggleiche Lieferung

Herstellergarantien

z. B. Installation und Wartung bei Haushaltsgroßgeräten

Rechtliche Gründe

Mehrwertsteuer

Preise mit unterschiedlichen Mehrwertsteuersätzen, Aufwand durch dezentrale Abführung der Steuern

Wirtschaftliche Gründe

Risiken bei Bezahlung

Kreditkartenbetrug, Risiko bei Kauf auf Rechnung

Verbraucherrecht

Im Streitfall gilt das Verbraucherrecht des Landes des Käufers

Elektroaltgeräte

Online-Händler müssen in jedem Zielland einen Bevollmächtigten für die Entsorgung von Elektroaltgeräten benennen

Marketing-Kosten

Zusätzliche Kosten im jeweiligen regionalen Wettbewerb

Teure Paketzustellung

Hohe Kosten bei Retouren, oftmaliger Verlust der Ware beim grenzüberschreitenden Versand