

Geoblocking - Geografische Beschränkungen im EU-Binnenmarkt

Hintergrund

- Mit Hilfe von Geoblocking können Anbieter von Inhalten und Produkten im Internet ihre Webseiten für bestimmte Länder sperren oder die Verbraucher auf eine Seite weiterleiten, die speziell auf das Land zugeschnitten ist.
- Am 25. Mai 2016 wurde ein Verordnungsvorschlag dazu veröffentlicht, auf Basis der „Sell like at home“-Option: Händler werden verpflichtet, auch an Verbraucher außerhalb des operativen Gebiets des Händlers zu verkaufen, aber zu den gleichen Bedingungen (Lieferung, Verbraucherrechte, Service) die innerhalb dieses Gebietes gelten.

Problem

- Der HDE sieht in der Auferlegung eines Vertragsabschlusszwanges einen schweren Eingriff in die Privatautonomie und die Vertragsfreiheit. Mit dem geplanten Kontrahierungszwang würde ein tragender, verfassungs- und europarechtlich geschützter Grundsatz (Art. 16 der EU-Grundrechtecharta) der freien Marktwirtschaft verletzt.
- Ein Geoblocking-Verbot würde einen gesteuerten Wettbewerb bewirken und einen Eingriff in das Marktgeschehen bedeuten. Voraussichtlich wären zahlreiche Anbieter nicht mehr wettbewerbsfähig, müssten aus dem Markt ausscheiden. Der Wettbewerb würde nicht intensiviert, sondern eingeschränkt, mit einer hohen Konzentration weniger, großer Anbieter.
- Händler müssen sich nach der Rom-I-Verordnung bei grenzüberschreitenden Verkäufen an das Verbraucherrecht des Ziellandes halten. Diese Vorschrift ist mit der „Sell like at home“-Option unvereinbar.
- Solange weiterhin nationale Unterschiede hinsichtlich Verbraucherschutz, Informationspflichten, Steuern, etc. bestehen, haben Händler gar oft keine andere Möglichkeit als ihre Online-Shops zu differenzieren.
- Selbst im Inland kann es gute Gründe geben eine Lieferung nicht (zu denselben Konditionen) anzubieten, z.B. bei Lieferung (wartungsintensiver Produkte) in entlegene Gebiete (Inseln) oder den Versand von Lebensmitteln.

Position

- Grundsätzlich muss ein Händler autonom entscheiden können, wohin und an wen er ein Produkt verkauft.
- Eine Verkaufs- sowie eine mögliche Lieferverpflichtung für Händler ist abzulehnen, da diese einen extrem problematischen Eingriff in die Vertragsfreiheit darstellt und den Wettbewerb in Europa nicht intensivieren, sondern im Ergebnis einschränken würde. Dies wäre mit ernsthaften Nachteilen für die Verbraucher verbunden.
- Nicht Geoblocking stellt ein Hindernis im EU-Binnenmarkt dar, sondern die rechtlichen Unterschiede zwischen den EU-Staaten, Probleme der Rechtsdurchsetzung sowie praktische Hindernisse. Als Geoblocking wahrgenommenes Verhalten der Händler resultiert aus diesen Problemen. Geoblocking kann eine Notwendigkeit sein, um Rechtssicherheit zu gewährleisten.
- Geoblocking wird von Händlern aus guten und nachvollziehbaren Gründen betrieben: unterschiedliche gesetzliche Anforderungen, lokale Vertriebsinfrastrukturen, verschiedene Zahlungssysteme, Lieferantenvereinbarungen, unterschiedliche Verbraucherinteressen, unterschiedliche Landessprachen u.v.m.
- Wir fordern zunächst, bestehende Handelshemmnisse im Binnenmarkt abzubauen und den grenzüberschreitenden Handel zu fördern. Doch selbst wenn jene Unterschiede reduziert würden, bleiben zahlreiche praktische Gründe warum eine Belieferung (zu gleichen Preisen/Bedingungen) in alle EU-Mitgliedstaaten nicht möglich ist.
- Weitere Informations- und Begründungspflichten (z.B. explizite Zustimmung beim Re-Routing) müssen vermieden werden, da sie eine zusätzliche Belastung darstellen und das Einkaufserlebnis für den Kunden behindern.
- Das „Recht des Händlers“ muss konsequent und vollumfänglich angewendet werden. Der Vorschlag ist nur tragbar, wenn klargestellt wird, dass bei Verkäufen in EU-Staaten, auf die ein Händler seine Tätigkeit nicht ausrichtet, das Recht des Händlers gilt. Diese Regelung muss weit über das Verbraucherrecht hinausgehen und sämtliche Vorschriften zu Aspekten wie dem Produktsicherheitsrecht oder der Produktkennzeichnung umfassen.
- Händler müssen sich bei Online-Zahlungen durch die Wahl des Zahlungsmittels gegen Ausfallrisiken schützen können und sollten nur verpflichtet werden jene Zahlungsmethoden in der gesamten EU anzubieten, durch deren Angebot ihnen keinerlei zusätzliche Kosten, Risiken oder Belastungen entstehen (z.B. Vorkasse).