

Q&A Geoblocking

Einleitung

Mit der EU-Verordnung 2018/302 vom 28. Februar 2018 wird dem ungerechtfertigten Geoblocking ein Ende gesetzt. Die Verordnung gilt ab dem 3. Dezember 2018 in der gesamten Europäischen Union. Dieses Factsheet enthält die wichtigsten durch die Verordnung eingeführten Regeln und konzentriert sich insbesondere auf Online-Händler, die online Waren an Verbraucher und Unternehmer verkaufen. Der Verkauf von Waren an Unternehmer ist insoweit vom Anwendungsbereich der Verordnung umfasst, als das an Unternehmer Waren verkauft werden, welche nicht für den Wiederverkauf bestimmt sind, z. B. Kugelschreiber für den Bürobedarf. Die Geoblocking Verordnung gilt für den EU-grenzüberschreitenden Handel mit Waren und Dienstleistungen.

Was ist Geo-Blocking?

Es handelt sich um eine von Online-Verkäufern angewandte Praxis, bei der einem Verbraucher aus dem Mitgliedstaat B, ohne seine vorherige Zustimmung, der Zugang zu einer Website aus Mitgliedstaat A verwehrt wird oder der auf eine andere Version der Website (d.h. lokale Version) weitergeleitet wird. Dazu gehören auch Situationen, in denen der Verbraucher aus Mitgliedstaat A Zugang zu einer Website erhält, der Verbraucher aus Mitgliedstaat B jedoch nicht in der Lage ist, den Kauf abzuschließen oder mit einer Debit- oder Kreditkarte aus einem bestimmten Land (z. B. Mitgliedstaat A) zu bezahlen.

Zum Beispiel will Simone aus Frankreich ein Kleid in einem polnischen Webshop kaufen. Sie kann jedoch nicht auf den polnischen Webshop zugreifen oder wird ohne ihre Zustimmung auf eine französische Version der Website weitergeleitet. Simone unterliegt dem Geoblocking.

Was ist der Zweck der Geoblocking-Verordnung?

Sie zielt darauf ab, die ungerechtfertigte Diskriminierung des Verbrauchers aufgrund seiner Staatsangehörigkeit, seines Wohnsitzes oder seiner Niederlassung zu beenden und damit Verbrauchern und Unternehmen innerhalb der EU mehr Möglichkeiten für grenzüberschreitende Einkäufe von Waren und Dienstleistungen zu geben.

Müssen Online-Händler die Preise für Waren in allen EU-Ländern harmonisieren?

Nein. Für **physische** Waren sind Online-Händler nicht verpflichtet, die Preise für ihre verschiedenen Online-Shops in verschiedenen Ländern zu harmonisieren. Das bedeutet, dass es ihnen freisteht, Produkte zu unterschiedlichen Preisen in verschiedenen Staaten und auch in verschiedenen Vertriebskanälen anzubieten.

Besondere Beachtung kommt aber der sogenannten Buchpreisbindung zu. Ein deutscher Online-Händler, der in Deutschland der Buchpreisbindung unterliegt, muss das Buch in seinem deutschen Online-Shop zu dem vorgegebenen Preis anbieten. Er darf aber das gleiche Buch in seinem holländischen Shop zu einem anderen, auch höheren Preis anbieten, als in seinem deutschen Online-Shop. Dem Online-Händler ist es hingegen nicht erlaubt, den holländischen Verbraucher zu diskriminieren, wenn der

holländische Verbraucher in seinem deutschen Online-Shop das gleiche Buch zu dem in Deutschland angebotenen (niedrigeren) Preis erwerben will.

Ist ein Online-Shop verpflichtet, physische Waren aus einem Mitgliedstaat in andere Mitgliedstaaten zu liefern, die nicht zu seinen Zielmärkten gehören?

Nein. Online-Händler können sich zwar nicht weigern, an einen Verbraucher aufgrund seines Standorts zu verkaufen, sind aber nicht verpflichtet, ihre Waren grenzüberschreitend zu liefern. Die Verordnung erkennt an, dass es legitime Gründe gibt, aus denen ein Online-Händler seine Waren nur im Inland oder in bestimmte Länder liefern kann.

Liefert ein Online-Shop nicht in einen anderen Mitgliedstaat, muss der Verbraucher, der ein Produkt in diesem Online-Shop kaufen möchte, eine Adresse in dem Land angeben, in dem der Online-Shop tätig ist, oder er muss die Lieferung selbst veranlassen.

Beispielsweise muss Simone aus Frankreich entweder eine Adresse in Polen angeben, an die der Online-Shop das gekaufte Kleid liefert oder die Abholung der Ware beim Händler selbst veranlassen. Die Abholung ist aber nur dann möglich, wenn der Online-Shop grundsätzlich Abholung anbietet.

Händler und Verbraucher können auch einen Ort in einem anderen EU-Land (in dem der Verbraucher nicht wohnt) für die Lieferung vereinbaren, wenn der Händler in seinen AGB auf der Website dieses EU-Land als Lieferziel ausführt.

Wenn der Händler (laut AGB) innerhalb Polens und nach Österreich liefert, könnte Simone aus Frankreich sich das Paket auch nach Österreich liefern lassen und von dort abholen oder von dort aus den Weiterversand selbst organisieren.

Kurz gesagt, sie muss auf die polnische Website zugreifen und die Ware kaufen dürfen, der Händler ist aber nicht verpflichtet, ihr die Ware nach Frankreich zu liefern.

Was bedeutet Geoblocking für den Zugriff auf Webseiten von Online-Webshops?

Die Verordnung hindert Online-Händler daran, den Zugang zu ihrer Website für Verbraucher aus einem anderen EU-Land zu sperren. Darüber hinaus wird verhindert, dass Online-Händler den Verbraucher ohne seine vorherige Zustimmung auf eine lokale Website umleitet. Wenn beispielsweise ein Online-Händler eine portugiesische und eine spanische Website hat und ein portugiesischer Verbraucher die spanische Website anstelle der portugiesischen besuchen möchte, darf der Online-Händler den portugiesischen Verbraucher nur dann auf die portugiesische Website umleiten, wenn er zuvor seine ausdrückliche Zustimmung über einen Opt-in-Mechanismus eingeholt hat. Außerdem muss die spanische Website für den portugiesischen Verbraucher leicht zugänglich bleiben, selbst wenn der Verbraucher seine Zustimmung gibt, auf die portugiesische Website weitergeleitet zu werden.

Die Zustimmung des Verbrauchers umgeleitet zu werden, muss der Online-Händler im Streitfall nachweisen. Dies kann er tun, indem er z. B. nachweist, dass sein Shop-System so arbeitet, dass es die Umleitung des Verbrauchers generell nur zulässt, wenn dieser zugestimmt hat, oder der Online-Händler holt sich den Nachweis ein, in dem er bei Klick auf „ok“ einen Log setzt und die Zustimmung darüber protokolliert.

Sollte die ausdrückliche Zustimmung zur Weiterleitung auf eine lokale Website jedes Mal erteilt werden, wenn ein Kunde eine Website besucht?

Wenn ein Kunde (z. B. aus Österreich) bereits seine Zustimmung gegeben hat, auf eine lokale Website (z. B. österreichische Version der Website) weitergeleitet zu werden, ist es nicht notwendig, seine Zustimmung erneut einzuholen, wenn er versucht, auf die Website (z. B. deutsche Version der Website) zu einem anderen Zeitpunkt zuzugreifen. Die Website, auf die der Kunde ursprünglich zugreifen wollte (z. B. die deutsche Version der Website), muss jedoch leicht zugänglich bleiben. Der Kunde kann seine Zustimmung zur Weiterleitung (z. B. auf die österreichische Version der Website) jederzeit gegenüber dem Online-Händler widerrufen.

Was ist mit den Zahlungen? Müssen Händler alle Zahlungsmethoden aus anderen EU-Ländern akzeptieren?

Online-Händlern steht es weiterhin frei, in jedem EU-Land die gewünschten Zahlungsmittel anzubieten. Jedoch werden mit der Verordnung spezifische Regeln für die Nichtdiskriminierung im Bereich der von ihnen akzeptierten Zahlungsmittel eingeführt. Sie gilt für Fälle, in denen die Ungleichbehandlung aufgrund der Staatsangehörigkeit des Verbrauchers, des Wohnsitzes oder des Niederlassungsortes, des Ortes des Zahlungskontos, des Niederlassungsortes des Zahlungsdienstleisters oder des Ausstellungsortes des Zahlungsinstrumentes erfolgt. Eine differenzierte Behandlung ist verboten, wenn diese drei Voraussetzungen gem. Artikel 5 (1) a) -c) erfüllt sind:

- a) Zahlungen erfolgen durch elektronische Transaktionen per Überweisung, Lastschrift oder kartenbasiertes Zahlungsinstrument innerhalb der gleichen Marke und Kategorie;

D.h. Anbieter eines kartengebundenen Zahlungsinstrumentes einer best. Marke und Kategorie sind nicht verpflichtet, Karten einer anderen Marke, die der selben Kategorie kartengebundener Zahlungsinstrumente angehören, oder andere Kategorien von Karten derselben Marke zu akzeptieren.

Beispielsweise ist der Anbieter einer Debitkarte der Marke X nicht verpflichtet, Kreditkarten dieser Marke X zu akzeptieren.

Anbieter, die Verbraucherkreditkarten der Marke X akzeptieren, müssen keine Firmenkreditkarten der Marke X annehmen.

- b) Die Authentifizierungsanforderungen sind erfüllt;
c) Die Zahlungen erfolgen in einer Währung, die der Händler akzeptiert.

Müssen Händler alle nationalen Debitkarten aus anderen EU-Ländern akzeptieren?

Nein. Die Verordnung legt lediglich fest, dass Online-Händler nicht aufgrund des Mitgliedstaats, in dem eine Kredit- oder Debitkarte ausgestellt wird, diskriminieren dürfen.

Innerhalb einer bestimmten Zahlungsmarke und/oder -kategorie darf aber abgelehnt werden, wenn diese Marke/ Kategorie vom Händler nicht angeboten wird.



Inwieweit fallen Online-Marktplätze unter die Verpflichtungen dieser Verordnung?

Diese Verordnung gilt gleichermaßen für alle in der Union tätigen Wirtschaftsbeteiligten, einschließlich der Online-Marktplätze.

Was bedeutet Geoblocking für den Verkauf elektronisch erbrachter Dienstleistungen?

Zur Beantwortung dieser Frage ist zu differenzieren, ob es sich bei der elektronischen Dienstleistung in der Hauptsache um den Zugang zu einem urheberrechtlich geschützten Werk handelt oder nicht.

- a) Das Verbot des Geoblocking aus standortbezogenen Gründen gilt bei elektronischen Dienstleistungen, deren Hauptzweck nicht der Zugang zu urheberrechtlich geschützten Werken ist.

Beispiel:

Möchte ein Kunde einen elektronisch erbrachten Dienst, wie z. B. Cloud-Dienste, Data Warehousing-Dienste, Webhosting, Firewalls, Nutzung von Suchmaschinen und Internetverzeichnissen kaufen, so muss der Kunde diese Dienstleistungen, die Verbrauchern in einem anderen Mitgliedstaat angeboten werden, auf die gleiche Weise und zu gleichen Preisen erwerben dürfen, wie die lokalen Verbraucher.

- b) Anders verhält es sich bei der Bereitstellung urheberrechtlich geschützter Online-Inhalte als Hauptzweck der Dienstleistung. Hier **gilt** das Verbot aus standortbezogenen Gründen unterschiedliche allgemeine Zugangsbedingungen anzuwenden **nicht**.

Beispiele:

- die Übertragung von Sportereignissen, auf der Grundlage von Gebietslizenzen
- elektronisch zur Verfügung gestellte urheberrechtlich geschützte Werke wie z. B. e-Books, Musik- und Film-Streaming, Computerspiele und Software.

Bedeutet, diese Art der elektronischen Dienstleistung kann aus standortbezogenen Gründen des Kunden weiter beschränkt werden.

Aber: Die Dienste unter b) unterliegen dem Verbot der Verordnung, den Zugang zu Online-Schnittstellen je nach Standort des Verbraucher zu sperren oder einzuschränken.

Kurz gesagt: Zugang zum Dienst ja, Nutzung durch z. B. ansehen oder anhören nein.

Was bedeutet Geoblocking für den Verkauf von nicht elektronischen Dienstleistungen an einem bestimmten physischen Standort?

Will ein Kunde aus einem Mitgliedstaat eine Dienstleistung am Ort des Gewerbetreibenden in einem anderen Mitgliedstaat kaufen, so muss er diese Dienstleistung ohne jegliche Diskriminierung erwerben können.

Wenn beispielsweise eine finnische Familie eine Sommerunterkunft in Griechenland mieten möchte, muss sie dies zu den gleichen Bedingungen wie griechische Familien tun dürfen.



Das bedeutet, es darf keine Preisunterschiede zwischen ausländischen und einheimischen Verbrauchern bei Buchung von z. B. Hotelunterbringung, Sportveranstaltungen, Autovermietung, Eintrittskarten für Festivals, Ausstellungen, Sehenswürdigkeiten oder Freizeitpark im Land des Anbieters über die gleiche Webseite geben.

Welche anderen Sektoren fallen nicht unter die Verordnung?

Dienstleistungen im Bereich Verkehr und Finanzdienstleistungen für Privatkunden werden nicht erfasst.

Ist eine Anpassung der Rechtstexte des Händlerbund erforderlich?

Nein. Sie müssen in Ihrem Online-und/ der Plattform-Shop lediglich genau definieren, in welche Ziel-länder Sie liefern und welche Zahlungsarten Sie für deutsche und welche für ausländische Kunden anbieten möchten.