

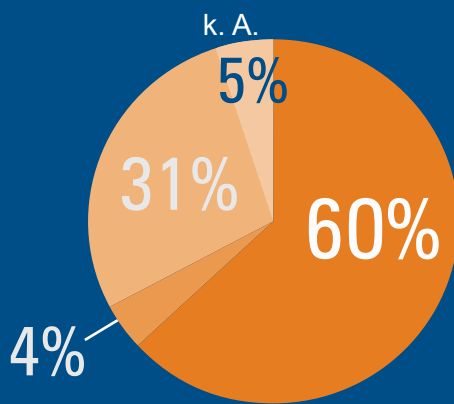
Seit Mai 2015 führt die EU-Kommission eine Sektoruntersuchung zum Wettbewerb im grenzüberschreitenden elektronischen Handel durch. Die Ergebnisse des Zwischenberichts sind im Factsheet veranschaulicht.

ZIELE

- Zugang zu Waren und Dienstleistungen verbessern
- Überblick über herrschende Markttrends erlangen
- potenzielle Wettbewerbschranken aufzeigen
- Ursachen für Wettbewerbsbehinderung aufdecken

TEILNEHMER

- 1800 Interessenträger aus allen 28 EU-Mitgliedstaaten
- Einzelhändler, Hersteller, Online-Marktplätze, Preisvergleichsseiten, Payment-Service Provider

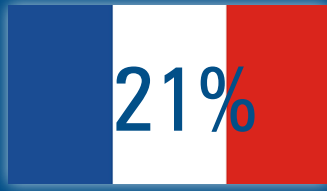


ZWISCHENERGEBNISSE

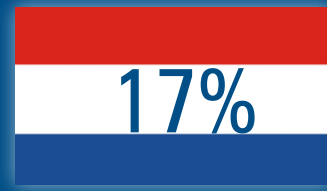
DEUTSCHLAND



FRANKREICH



NIEDERLANDE



Etwa 18 % aller Einzelhändler in der EU sind von Marktplatz-Beschränkungen betroffen.

Die Mehrzahl der Einzelhändler hält sich nicht an die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers.

30%

27%

23%

JA

NEIN

MANCHMAL

Am häufigsten wird der grenzüberschreitende Handel im Bereich Bekleidung/ Schuhe und Unterhaltungselektronik beschränkt.

60%

unterliegen für mindestens eine Produktkategorie einer vertraglichen Beschränkung in Bezug auf den Verkauf ins Ausland.

40%

setzen Geoblocking ein

AKTUELLE ENTWICKLUNGEN IM GRENZÜBERSCHREITENDEN HANDEL DER EU

HOHE PREISTRANSPARENZ VERSTÄRKT DEN WETTBEWERB

53%

der befragten Einzelhändler verfolgen die Online-Preise von Wettbewerbern

70%

nutzen Pricing Tools

IMMER MEHR HERSTELLER IM DIREKTVERTRIEB

Einzelhändler stehen mit ihren eigenen Lieferanten im Wettbewerb

eröffneten innerhalb der letzten zehn Jahre ihren eigenen Online-Shop am häufigsten im Bereich Kosmetika und Gesundheit

64%

SELEKTIVER VERTRIEB NIMMT ZU

Fast die Hälfte der Hersteller berichten, dass sie Unternehmen, die ausschließlich online verkaufen, den Zugang zu ihrem Vertriebssystem verwehren.

20%

führten ein selektives Vertriebssystem ein

Wichtigste Auswahlkriterien:

- LEISTUNGSFÄHIGER VERTRIEB
- STIMMIGES MARKENIMAGE
- GUTE KUNDENDIENSTLEISTUNGEN

ZUNAHME DER VERTRAGLICHEN VERKAUFS-BESCHRÄNKUNGEN

bezogen auf Preis, Verkaufsort, Werbung, Online-Kanal

42%

Preisbeschränkung/empfehlung

11%

Verkaufsverbot über eigene Webseite

50%

mind. eine vertragliche Verkaufsbeschränkung

18%

Marktplatzverbot

SHOW-/ UND WEBROOMING BELASTET HÄNDLER

Kunden können rasch von einem Vertriebskanal zum anderen wechseln.

Viele nutzen die angebotene Verkaufsberatung, erwerben das Produkt aber über einen anderen Kanal.

PREISVERGLEICHSTRUMENTE WERDEN HÄUFIG GENUTZT

Über 30% haben im Jahr 2014 Daten an Vergleichsdienste gegeben.

Deutschland 14%

Österreich 13%

Niederlande 13%

URHEBERRECHTSLIZENZEN VON HOHER BEDEUTUNG

Nahezu alle Anbieter digitaler Inhalte gaben an, es sei wichtig, sich attraktive Inhalte zu sichern, um im Wettbewerb bestehen zu können.