

Gleiche Wettbewerbsbedingungen im digitalen Binnenmarkt

Ecommerce Europe und Händlerbund zur Europawahlen 2019

Der Online-Handel befindet sich an einem Wendepunkt. Mehr denn je werden die Entscheidungen der EU-Politiker den Erfolg der europäischen Online-Händler weltweit bestimmen.

Was einen Online-Händler in einem globalen Markt wettbewerbsfähig macht, verändert sich rapide. Unternehmen müssen in einem globalisierten Geschäftsfeld agieren, in dem der Wettbewerbsvorteil eines Unternehmens vom Zugang zu neuen Technologien, Daten und der Fähigkeit abhängt, effizient grenzüberschreitend zu arbeiten und sich schnell an das sich ändernde Verbraucherverhalten anzupassen.

Mit dem Wachstum des digitalen Handels und dem Innovationstempo in anderen Märkten, insbesondere im asiatisch-pazifischen Raum und in Nordamerika mitzuhalten, erfordert einen starken politischen Willen, um einen harmonisierten, grenzenlosen digitalen Binnenmarkt zu erreichen. Dafür müssen einheitliche globale Wettbewerbsbedingungen existieren. Die politischen Entscheidungsträger der EU müssen die Gelegenheit des bevorstehenden Mandats der Europäischen Institutionen nutzen, um eine starke politische Vision für den digitalen Handel zu entwickeln.

Eine große Herausforderung für den europäischen E-Commerce-Sektor besteht darin, dass es weder europäische noch globale einheitliche Wettbewerbsbedingungen gibt, mit denen potentieller unlauterer Wettbewerb durch Akteure, die häufig außerhalb der Europäischen Union ansässig sind, verhindert werden kann. Der E-Commerce macht nicht an der Grenze der Europäischen Union halt, er ist ein globales Phänomen. Daher sollte die EU weiterhin auf globale regulatorische Gleichbehandlungsbedingungen für den elektronischen Handel hinarbeiten.

1. Verstärkte Bemühungen um einen globalen Lösungsansatz zur Besteuerung der Digitalwirtschaft

Die momentanen internationalen Unternehmenssteuerregelungen entsprechen nicht den Realitäten einer modernen Weltwirtschaft. Die Besteuerung der digitalen Wirtschaft ist zweifellos ein globales Thema, und wir sind fest davon überzeugt, dass sie eine globale und keine einseitige Lösung wie auf EU- oder Mitgliedsstaatenebene erfordert. Solche Maßnahmen könnten sich letztendlich negativ auf die europäischen KMU und Verbraucher auswirken.

Das Steuersystem muss an die digitale Wirtschaft angepasst werden und sollte gleiche Wettbewerbsbedingungen gewährleisten, damit Unternehmen fair, diskriminierungsfrei und "channel neutral" besteuert werden. Daher sollten sich die Staats- und Regierungschefs der EU für internationale Bemühungen auf OECD-Ebene einsetzen und die Diskussionen über die Einführung einseitiger Lösungen auf EU- oder nationaler Ebene beenden.

2. Ein transparentes und faires globales Paketzustellsystem ermöglichen

Die effiziente und zuverlässige Zustellung von Paketen ist ein wesentlicher Bestandteil des E-Commerce. Der digitale Handel selbst verändert die Post- und Paketlandschaft grundlegend. Globale E-Commerce-Ströme revolutionieren wie wir einkaufen, die aktuellen Paketströme sind dafür jedoch nur schlecht gerüstet. Paketzustellung ist ein globales Thema, und in den letzten Jahren haben internationale Postabkommen auf Ebene der Vereinten Nationen Drittländer wie China begünstigt. Infolgedessen wurde der Postkanal zum Vermittler von Fälschungen, Mehrwertsteuer- und Zollbetrug und profitierte von „at cost“ Dominanzgebühren in Europa. Dies hat den Wettbewerb europäischer Unternehmen ungerecht benachteiligt.

Während alle kommerziellen Postsendungen, die Waren enthalten, seit 2018 in der UPU nachverfolgbar sein müssen, fehlt die Durchsetzungsmechanismen dieser Bestimmung in der EU. Die politischen Entscheidungsträger der EU führen eine verbindliche Rückverfolgbarkeit für alle von einem Betreiber gelieferten Pakete ein: Dies ist eine Voraussetzung für einen funktionierenden digitalen Binnenmarkt in der EU. Darüber hinaus ermöglicht es den Verbrauchern in der EU zu entscheiden, wie sie ihre Waren geliefert bekommen wollen, und es unterstützt die Regierungen auch bei der Handhabung von Mehrwertsteuer, Zoll, Verbraucherrechten und Produktsicherheit. In Zukunft werden Pakete den Verbrauchern folgen und nicht umgekehrt. Interoperabilitätsnormen, wie das vom Europäischen Komitee für Normung entwickelte harmonisierte Paketsiegel, werden entscheidend dazu beitragen, eine reibungslose Lieferung an den Endverbraucher zu gewährleisten.

3. Gewährleistung eines fairen Geschäftsklimas im Internet

Die digitale Wirtschaft ist durch eine zunehmende Interdependenz zwischen großen Online-Plattformen auf der einen Seite und KMU, die diese Plattformen nutzen, auf der anderen Seite gekennzeichnet. Plattformen und E-Commerce-Märkte stellen zweifellos Triebkräfte des europäischen Wachstums dar, daher muss jedes EU-weite Gesetz, das diese Interdependenz reguliert, das richtige Gleichgewicht zwischen den Interessen dieser Plattformen und den Interessen der Online-Händler (insbesondere der kleineren, welche stärker von Marktplätzen abhängig sind) finden.

Die EU muss ihre Anstrengungen zur Entwicklung eines vollständig harmonisierten Rahmens, der ein Mindestmaß an Transparenz und Recht auf Entschädigung sicherstellt, fortsetzen, denn nur so werden Unternehmen geschützt, die auf Online-Plattformen angewiesen sind, um Verbraucher zu erreichen. Gleichzeitig wird so das Innovationspotenzial dieser Plattformen geschützt.

4. Vereinfachung und Vereinheitlichung von Regeln sowie Schaffung besserer Durchsetzungsmechanismen

Die derzeitigen Vorschriften sind sowohl für Verbraucher als auch für Unternehmen - insbesondere für KMU - zu kompliziert. Wenn der Gesetzgeber ein neues Gesetz entwirft, sollte er die von dieser Gesetzgebung betroffenen Personen und Unternehmen in Betracht ziehen. Einfache Regeln bedeuten eine einfachere und bessere Compliance für Onlinehändler.

Die EU sollte zudem wesentlich mehr Mittel für die Durchsetzung bereitstellen. Bevor er sich mit neuen Fragen befasst, sollte der Gesetzgeber sicherstellen, dass das Problem auf mangelnde Regulierung und nicht bloß auf mangelnde Durchsetzung der bestehenden Vorschriften zurückzuführen ist. Gleichzeitig sollte die EU auch eine einheitliche Durchsetzung in allen EU-Mitgliedstaaten sicherstellen. Konsequente und rigorose Wirkungsanalysen sowie ein kontinuierlicher Dialog mit der Industrie sollten im Mittelpunkt des europäischen Entscheidungsprozesses stehen.

Die Durchsetzung von EU-Vorschriften wie Verbraucherschutz oder Produktsicherheit gegenüber Unternehmen mit Sitz außerhalb der Union erweist sich ebenfalls als sehr schwierig. Die EU-Gesetzgeber sollten sicherstellen, dass die von ihnen geschaffenen Regeln weltweit durchsetzbar sind und in die neue digitale Weltwirtschaft passen.

5. Kanalneutrale Regelungen schaffen

Die Grenze zwischen „Offline-Handel“ und „Online-Handel“ verblasst rasant. „Omnichannel“ und verbraucherorientierte Trends verändern den Einzelhandel grundlegend. Marktvorsprung wird zunehmend daran gemessen werden, wie effizient die verschiedenen Vertriebskanäle, die ein Unternehmen seinen Kunden anbieten kann, miteinander verzahnt sind.

Die EU sollte ihre Bemühungen darauf konzentrieren, den Sektor zu befähigen, sich an das sich entwickelnde Verbraucherverhalten anzupassen, indem sie kanalneutrale Vorschriften schafft. In einem modernen Einzelhandelssektor sollten Geschäfte in der Lage sein, verschiedene Vertriebskombinationen ohne übermäßige legislative Belastungen anzubieten. Für die politischen Entscheidungsträger sollte das Angleichen der Vorschriften auf EU-Ebene für alle B2C-Verkäufe von zentraler Bedeutung sein, um die Rechtssicherheit, die Unternehmen benötigen, um sowohl online als auch offline und insbesondere grenzüberschreitend zu wachsen, sicherzustellen.

6. Angemessene Sicherheitsvorkehrungen für den Online-Einkauf durchsetzen

Sowohl Unternehmen als auch Verbraucher benötigen ein sicheres Einkaufsklima. Die politischen Entscheidungsträger müssen sicherstellen, dass angemessene Schutzmaßnahmen gegen Cyberangriffe, Betrug oder unzulässige Produkte ergriffen werden, um Vertrauen zu sichern. Obwohl europäische Gesetze Verbraucherschutz und -rechte gewährleisten, werden diese Vorschriften oft nicht ordnungsgemäß durchgesetzt, und nationale Strafverfolgungssysteme sind oft nicht auf dem neuesten Stand der Technik, was die Herausforderungen durch das Wachstum des digitalen Handels betrifft.

Die EU und die Mitgliedstaaten sollten weiterhin beobachten, wie Betrug bei Online-Zahlungen, unseriöse Händler und Cyberangriffe sich entwickeln, um sicherzustellen, dass Unternehmen über die richtigen Instrumente verfügen, um diesen Herausforderungen zu begegnen. Fortschritte in der Bekämpfung von Betrug müssen jedoch das Risiko einer zu starken Bürokratisierung, die Innovation und technologische Entwicklung hemmt, mindern.

7. Aufbau einer innovativen und wettbewerbsfähigen grenzüberschreitenden Zahlungslandschaft

Politik und Regulierungsbehörden sollten eine wettbewerbsfähige europäische Zahlungslandschaft fördern, um die Entwicklung innovativer, kosteneffizienter und sicherer Zahlungsdienste zu gewährleisten. Die Zusammenarbeit der Marktakteure wird für die Entwicklung von Zahlungslösungen, die den Erwartungen der Verbraucher entsprechen, von wesentlicher Bedeutung sein. Die politischen Entscheidungsträger sollten außerdem die Einführung von eID- und Trust-Services-Lösungen im privaten Sektor begleiten, um Sicherheit, Komfort und Vertrauen in den grenzüberschreitenden E-Commerce-Markt Europas zu stärken.

Zur Stimulierung von grenzüberschreitendem Handel ist die Kompatibilität der Zahlungssystemen aller Mitgliedstaaten von wesentlicher Bedeutung. Es braucht einen ganzheitlichen Ansatz für den Zahlungsmittelmarkt, um zukunftsfähige Gesetzentwürfe zu schaffen. Regulierungsmaßnahmen sollten jedoch nur dann ergriffen werden, wenn der Markt selbst nicht in der Lage ist, ganzheitliche Lösungen zu finden.

8. Innovationen und den Einsatz neuer Technologien fördern

Technologien wie Künstliche Intelligenz und Blockchain revolutionieren den digitalen Handel strukturell, indem sie beispielsweise die E-Händler immer wettbewerbsfähiger machen und sie befähigen, den Verbrauchern noch gezieltere Angebote zu machen. Leider hinkt die EU bei der Entwicklung und Einführung dieser Technologien im Vergleich zu ihren Konkurrenten immer noch hinterher. Wenn europäische Online-Händler nicht von der Entwicklung neuer Technologien zur Steigerung von Innovation, Investitionen und Verbrauchervertrauen profitieren können, werden sie nicht in der Lage sein, mit den sich schnell wandelnden Erwartungen der Konsumenten Schritt zu halten.

Die Europäische Union muss ihr Anliegen umsetzen, die finanzielle Unterstützung für Unternehmen zu steigern, die diese Technologien entwickeln. Darüber hinaus sollten die politischen Entscheidungsträger sorgfältig prüfen, ob der aktuelle Rechtsrahmen unnötige Herausforderungen für die technologische Entwicklung darstellt, und entsprechend reagieren.

9. Bereitstellung der notwendigen Ressourcen für die digitale Bildung

Die rasante Entwicklung unserer Gesellschaft hin zu einer digitalen Wirtschaft führt zu einem akuten Bedarf an Humanressourcen mit digitalen Fähigkeiten. Das Wachstum des Sektors ist ohne qualifizierte Arbeitskräfte nicht möglich, und die EU steht vor einem Mangel an ICT-Entwicklern, Programmierern, Datenanalysten und weiteren. Digitale Ausbildungsprogramme wurden implementiert und finanzielle Mittel verteilt, aber wir erleben immer noch ein großes Qualifikationsungleichgewicht in Europa, das konkrete und schnellere Maßnahmen erforderlich macht, insbesondere für Lehrer und Ausbilder, die die Arbeitnehmer von morgen formen.

Die EU und die Mitgliedstaaten müssen ihre Absicht weiter verfolgen, in digitale Fähigkeiten zu investieren und diese zu fördern; angefangen bei der Früherziehung bis hin zu Programmen für lebenslanges Lernen. Wir brauchen mehr Ressourcen, mehr Forschung zu dem Thema und mehr Mittel zur Unterstützung von Bildungsprojekten.

10. Bessere Vernetzung in ganz Europa

Einige Regionen der Europäischen Union hinken noch hinterher. Die Zustellung von Paketen in diesen Gebieten ist eine Herausforderung, und das Einkaufen und Verkaufen im Internet erweist sich aufgrund der schlechten Internetanbindung als schwierig. Dies ist eine verpasste Gelegenheit für E-Händler. Die Politik muss umfangreiche Mittel bereitstellen, um die Verkehrsinfrastruktur und die Internetanbindung zu verbessern.

Die Europäische Kommission schlug vor, ein neues „Digital Europe“-Programm zur Unterstützung des digitalen Wandels der europäischen Gesellschaft und Wirtschaft zu entwickeln, und stellte 3 Mrd. € für die Finanzierung der Vernetzungsinfrastruktur bereit. Der Ehrgeiz/Anspruch der Europäischen Kommission muss während des Verhandlungsprozesses erhalten bleiben.