

Positionspapier zur Geoblocking-Verordnung

Der Händlerbund begrüßt grundsätzlich die förmliche Verabschiedung der Verordnung über Maßnahmen gegen Geoblocking und andere Formen der Diskriminierung aufgrund von Staatsangehörigkeit, des Wohnsitzes oder des Ortes der Niederlassung des Kunden innerhalb des Binnenmarkts sowie zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 und der Richtlinie 2009/22/EG ([COM \(2016\) 289 final](#)) im Rat der Europäischen Union, welche zuletzt in mehreren Bereichen zugunsten der Online-Händler abgemildert wurde.

Ziel der Verordnung ist die Beseitigung von Barrieren im grenzüberschreitenden E-Commerce, indem künftig ungerechtfertigte Diskriminierungen, die direkt oder indirekt auf der Staatsangehörigkeit, dem Wohnsitz oder dem Ort der Niederlassung des Verbrauchers beruhen, verhindert werden. Seit der Veröffentlichung des Kommissionsentwurfs am 25.05.2016 hat sich der Händlerbund gemeinsam mit seinem Dachverband Ecommerce Europe für die Interessen der Händler im Rahmen des Verordnungsentwurfs zum Geoblocking stark gemacht.

Der am 27. Februar 2018 im Europäischen Rat verabschiedete Text beinhaltet die folgenden Elemente:

Die neuen Vorschriften legen drei konkrete Situationen fest, in denen Rechtfertigungen und objektive Kriterien für eine unterschiedliche Behandlung von Verbrauchern aus verschiedenen EU-Mitgliedstaaten generell ausgeschlossen ist:

- **Verkauf von Waren ohne physische Lieferung:**

Beispiel: Ein Kunde aus Belgien will einen Kühlschrank kaufen und findet das beste Angebot in einem deutschen Online-Shop. Die Lieferung nach Belgien wird im Shop nicht angeboten.

Der Kunde hat einen Anspruch darauf, das Produkt im deutschen Online-Shop zu bestellen, der Händler ist aber nicht verpflichtet nach Belgien zu liefern, so dass der Kunde die Abholung der Ware beim Händler oder die Lieferung zu sich nach Hause selbst organisieren muss.

- **Verkauf von elektronisch erbrachten Dienstleistungen:**

Beispiel: Eine Kunde aus Bulgarien will Hosting-Dienste für seine Website von einem spanischen Unternehmen kaufen. Er wird nun Zugang zu dem Dienst erhalten, kann sich registrieren und zahlt für diesen Dienst nicht mehr als ein spanischer Verbraucher.

- **Verkauf von Dienstleistungen, die an einem bestimmten Ort bereitgestellt werden.**

Beispiel: Eine italienische Familie kann eine Reise zu einem Freizeitpark direkt in Frankreich kaufen, ohne zu einer italienischen, für den Kunden teurere Webseite umgeleitet zu werden.

1. Wirtschaftliche und vertragliche Freiheit für Online-Händler bleibt erhalten

Positiv zu bewerten ist, dass es Online-Händlern laut Artikel 4 Abs. 2 bzw. Erwägungsgrund 27 der Verordnung weiterhin frei steht, gezielte Angebote mit unterschiedlichen Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) und unterschiedlichen Preisen in verschiedenen Verkaufskanälen (z.B. Mustershop.fr und Mustershop.de) anzubieten. Der Händlerbund hatte sich gemeinsam mit seinem Dachverband ECommerce Europe dafür eingesetzt, Online-Händler in ihrer unternehmerischen Freiheit zu schützen und Ihnen weiterhin auf länderspezifischen Webseiten zu gestatten niedrigere Preise für bestimmte Waren oder Dienstleistungen anzusetzen, da Lebenshaltungskosten und Einkommen der Kunden von Mitgliedstaat zu Mitgliedstaat zum Teil stark variieren.

In diesem Zusammenhang wurde der europäische Gesetzgeber aufgefordert, von einer allgemeinen Lieferpflicht für Online-Händler in alle EU-Länder (wie noch im Ursprungsentwurf der Kommission vorgesehen war) abzusehen. Auch diese Regelung wurde nun zugunsten von Online-Händlern angepasst, sodass keine allgemeine Lieferpflicht innerhalb Europas besteht. Stattdessen muss ein Konsument aus einem EU-Mitgliedsstaat, das vom angegebenen Liefergebiet des Online-Händlers ausgeschlossen ist, die Lieferung selbst veranlassen oder die Ware direkt beim Händler abholen.

Begrüßenswert ist zudem der Wortlaut des Erwägungsgrundes 28 der Verordnung, wonach das Diskriminierungsverbot nicht dahingehend verstanden werden soll, dass eine zusätzliche Verpflichtung zur Übernahme der Kosten für Porto und Transport sowie für Montage- und Demontagekosten vorgesehen ist, die über das hinausgehen, was vertraglich in Übereinstimmung mit dem Unionsrecht und dem nationalen Recht vereinbart wurde.

Erwirbt ein Kunde bspw. außerhalb des Mitgliedstaats, für den der Händler die Lieferung anbietet, eine Ware, ist der Händler im Gewährleistungsfall nicht dazu verpflichtet, zusätzliche Kosten für den Versand über den vereinbarten Ort an dem der Kunde die Ware entgegengenommen hat, hinaus zu übernehmen.

2. Rechtssicherheit und anwendbares Recht wird klargestellt

Im ursprünglichen Kommissionsentwurf vom 25.05.2016 blieb der konkrete Anwendungsbereich der Verordnung insbesondere im Hinblick auf die Rechtsprechung des EuGH (Urteil vom 17.10.2013, Az.: C-218/12) zu ROM I unklar. Es ist daher zu begrüßen, dass der europäische Gesetzgeber dem vom Händlerbund und seinem Dachverband ECommerce Europe vorgeschlagenen "easy-compliance"-Ansatz gefolgt ist. Dieser besagt, dass Händler auf Ihren Webseiten konkret regeln müssen, in welche Mitgliedstaaten Sie Ihre Waren verkaufen wollen. Kommt es dennoch zu einem Verkauf in ein anderes Land, welches nicht vom Händler als Lieferland angegeben ist, gilt das nationale Recht des Händlers. Deutlich hervorgehoben wurde zudem die Regelung, dass Gewerbetreibende nicht dafür Sorge tragen müssen, dass Ihre Allgemeinen Geschäftsbedingungen mit den nationalen gesetzlichen Bestimmungen der Länder der Verbraucher vereinbar sind, in die der Gewerbetreibende laut AGB nicht verkauft. Auch dies stellt eine wesentliche Verbesserung zugunsten der Online-Händler hinsichtlich bestehender Rechtsunsicherheiten dar.

Die Tatsache, dass ein Händler die Bestimmungen der Verordnung einhält, indem er den Zugang zur Webseite gestattet, oder dass er keine anderen Verkaufsbedingungen anwendet, bedeutet nicht, dass der Händler die Verbraucher in den Mitgliedstaaten außerhalb des vereinbarten Liefergebietes anspricht. Auch wenn der Händler den Verbrauchern nach Abschluss des Vertrages (d.h. nach dem Verkauf) Informationen und Hilfestellungen zur Verfügung stellt, ist dies nicht als sogenanntes "Targeting" zu verstehen.

3. Gleichbehandlung von Zahlungsbedingungen

Der überarbeitete Artikel 5 sowie Erwägungsgrund 32 der Verordnung schaffen mehr Klarheit dahingehend, dass Händler künftig keine Zahlungsmethoden anbieten müssen, die über die hinausgehen, die sie bereits bereitstellen. Jedoch müssen kartengebundene Zahlungsmittel (Lastschrift/ SEPA- Überweisung/ Kreditkarte) für alle Kunden gleichermaßen angeboten werden.

So darf bspw. der Händler, der für deutsche Kunden Kreditkartenzahlung via Mastercard anbietet, italienischen Kunden die Kreditkartenzahlung mit Mastercard nicht verwehren.

Begrüßenswert ist zudem die Regelung aus Artikel 5 Abs. 2, welche Zahlungs- und Warenausfälle für den Händler minimieren soll. Diese gewährt Händlern das Recht bei objektiv gerechtfertigten Gründen die Ware solange zurückzuhalten, bis sie einen Nachweis darüber erhalten, dass der Kunde die Zahlung angewiesen hat. In welchen Fällen ein "objektiv gerechtfertigter Grund" bestehen kann, sollte von der Kommission jedoch noch beispielhaft ausgearbeitet werden, um Rechtsunsicherheit auf Seiten der Händler zu vermeiden.

4. Verbot von Zugangsbeschränkungen zu Online-Angeboten ist kritisch

Gemäß Artikel 3 der Verordnung ist die Sperrung des Zugangs zu Online-Schnittstellen aus Gründen der Staatsangehörigkeit, des Wohnsitzes oder des Ortes der Niederlassung des Kunden künftig ohne ausdrückliche Zustimmung des Kunden verboten.

Dies hat zur Folge, dass die Weiterleitung von Kunden von einer Länderversion auf eine andere Version der Webseite künftig nicht mehr ohne die ausdrückliche Zustimmung des Kunden zulässig sein wird. Gemeinsam mit Ecommerce Europe hatte der Händlerbund in den vergangenen Monaten wiederholt die Entfernung der entsprechenden Klausel gefordert, da in der Praxis zahlreiche Gründe dafür sprechen, Verbraucher auf andere Webseiten des Anbieters weiterzuleiten. Beispielsweise wird das Weiterleiten des Kunden von Händlern meist dazu genutzt, um diesen einen noch besseren Service zu ermöglichen. Das Layout, die Sprache oder andere länderspezifische Merkmale werden meist speziell auf den Kunden zugeschnitten. Für den Verbraucher stellt eine ausdrückliche Zustimmung - auch wenn diese nur einmal erteilt werden muss - einen weiteren Zwischenschritt zum Abschluss seiner Bestellung dar, die sein Shoppingerlebnis negativ belastet. Aus Sicht des Händlerbundes wäre es ausreichend gewesen, wenn Online-Händler auf ihrer Webseite eindeutige, leicht zugängliche, verlässliche und transparente

Informationen hinsichtlich geografischer Beschränkungen für Verträge und Lieferungen in das Land, in dem sich der Verbraucher befindet, zur Verfügung gestellt hätten. Der europäische Gesetzgeber hat es in diesem Punkt verpasst Webshops mehr Flexibilität einzuräumen.

Problematisch an der Regelung ist weiter die Tatsache, dass die Beweislast für die Zustimmung zur Weiterleitung im Streitfall beim Online-Händler liegt und dies in der Praxis nur mit einer Opt-In Variante (vgl. zur Newsletter-Versendung) möglich ist. Da die Zustimmung des Kunden aber vor Betreten der Webseite eingeholt werden muss, fehlt es dem Händler an der für das Opt-In-Verfahren notwendigen E-Mail-Adresse des Kunden, welche zum Zeitpunkt des Betretens der Webseite noch gar nicht angegeben wurde.

Ist aufgrund von nationalen Vorschriften eine Weiterleitung oder Sperrung des Kunden erforderlich, muss der Anbieter darüber hinaus die Sperrung des Zugangs oder die Weiterleitung klar und deutlich begründen und zwar in der Sprache der Webseite auf die der Kunde ursprünglich zugreifen wollte. Diese Regelung bedeutet für Online-Händler einen weiteren administrativen Aufwand, welcher durch klare Informationen auf der Webseite hinsichtlich geografischer Beschränkungen für Verträge und Lieferungen in das Land, in dem sich der Verbraucher befindet, hätte vermieden werden können. Ebenso können die unbestimmten Rechtsbegriffe „klar und deutlich“ einen weiten Auslegungsspielraum und damit Rechtsunsicherheit unter den Händlern erzeugen.

Nächste Schritte und Inkrafttreten

Die Verordnung gilt in allen Mitgliedstaaten der EU unmittelbar neun Monate nach der Veröffentlichung im Amtsblatt der EU. Diese soll noch vor Ende März 2018 erfolgen.

Über den Händlerbund

Der Händlerbund mit Sitz in Leipzig wurde 2008 gegründet. Seitdem liegt der Fokus des Verbandes auf der Interessenvertretung und rechtlichen Unterstützung kleiner und mittelständischer Unternehmen aus ganz Europa. Mehr als ein Drittel der Mitglieder sind größere Kapitalgesellschaften.

Aufgrund der rasanten Entwicklung des E-Commerce-Marktes hat sich der Händlerbund zu einem E-Commerce Netzwerk entwickelt und betreut aktuell über 70.000 Onlinepräsenzen. Mit einem 360°-Prinzip will der Händlerbund gemeinsam mit den Mitgliedern und Service-Partnern die Professionalisierung von E-Commerce-Unternehmen vorantreiben. Innerhalb dieses Netzwerks ist die Interessenvertretung nach wie vor eine zentrale Aufgabe. Auch auf politischer Ebene nimmt der Händlerbund mit Stellungnahmen und Handlungsempfehlungen aktiv an der Weiterentwicklung der gesamten Branche teil.

Ihr Ansprechpartner: Florian Seikel, florian.seikel@haendlerbund.de

Händlerbund e.V.
Potsdamer Straße 7 | Potsdamer Platz
10785 Berlin