



Europäische
Kommission

#DSM

Digitaler Binnenmarkt

Die Chancen der digitalen Wirtschaft in Europa bestmöglich nutzen

BEENDIGUNG DES UNGERECHTFERTIGTEN GEOBLOCKINGS eine Kurzanleitung für Online-Händler

Als Teil eines umfangreichen Maßnahmenpakets, das im Rahmen der Strategie für einen digitalen Binnenmarkt zur Förderung des grenzüberschreitenden elektronischen Handels in der Europäischen Union auf den Weg gebracht wurde, treten am 3. Dezember 2018 neue Vorschriften über das Geoblocking in Kraft.

Mit den neuen Vorschriften soll Folgendes erreicht werden:



**besserer Zugang zu online
angebotenen Waren und
Dienstleistungen;**



**mehr Rechtssicherheit für
Unternehmen und Stärkung des
Vertrauens der Verbraucher;**



**Verringerung der Transaktionskosten
und des Verwaltungsaufwands
für Unternehmen.**

WAS BEDEUTEN DIE NEUEN VORSCHRIFTEN FÜR ONLINE-HÄNDLER?



Annahme ausländischer Kreditkarten:

Ein deutscher Händler, der eine bestimmte Kreditkartenmarke für Zahlungen über seine Website akzeptiert, sollte die gleiche Marke auch dann annehmen, wenn die Karte in Österreich ausgestellt wurde.



Zugang zu Websites, unabhängig vom Wohnort des Verbrauchers:

Irische Kunden, die einen italienischen Online-Shop besuchen, sollten nicht automatisch auf eine Website für Irland umgeleitet, sondern zunächst gefragt werden, ob sie umgeleitet werden möchten. Auch wenn sie ihre Zustimmung zur Umleitung geben, sollte die italienische Version zugänglich bleiben.



Preise und Bedingungen sollten nicht von der Staatsangehörigkeit abhängen:

Für einen Esten, der auf einer belgischen Website Tickets für ein Konzert kaufen will, sollten dieselben Bedingungen wie für einen Belgier gelten, z. B. Preisnachlass im Vorverkauf.

Online-Händler können ihre Preise, ihre Websites in der EU und ihre Marketingtätigkeiten weiterhin frei gestalten und beispielsweise Angebote auf bestimmte Kundengruppen ausrichten (z. B. Angebote für junge Menschen oder für Verbraucher, statt für Geschäftskunden), solange sie nicht auf Grundlage der Nationalität, des Wohnsitzes oder der Niederlassung diskriminieren.

WIE KÖNNEN ONLINE-HÄNDLER SICHERSTELLEN, DASS IHRE DIENSTLEISTUNGEN MIT DEN NEUEN VORSCHRIFTEN VEREINBAR SIND?



Sie bieten stets allen Kunden, unabhängig von Nationalität oder Wohnsitz, die Möglichkeit, Waren und Dienstleistungen auf ihrer Website zu kaufen.



Der Kunde kann seine Anschrift eingeben, unabhängig von Wohnsitz oder Nationalität. Dies bedeutet jedoch nicht, dass der Online-Händler ins Ausland liefern muss, sondern nur, dass dieser Kunde das Produkt ebenso erwerben kann wie ein lokaler Kunde.



Lassen Händler die Zahlung per Überweisung zu, sollte diese Möglichkeit auch Kunden mit einem Bankkonto in einem anderen Mitgliedstaat gegeben werden.



Sie gewähren Zugang zu ihrer Website, unabhängig davon, von wo aus der Kunde darauf zugreift.

Sie bitten den Kunden um seine Zustimmung, bevor sie ihn auf eine andere Version der Website umleiten, und bieten dem Verbraucher stets die Möglichkeit, zu der ursprünglich aufgerufenen Website zurückzukehren.

Sie lehnen Kredit- oder Debitkarten nicht deshalb ab, weil sie in anderen Mitgliedstaaten ausgestellt wurden.

Online-Händler sind nicht verpflichtet eine Lieferung in den Mitgliedstaat des Kunden anzubieten. Der Händler muss ihm jedoch die gleichen Lieferbedingungen, einschließlich der gleichen Abholoptionen, anbieten wie einem örtlichen Kunden in den Mitgliedstaaten, in die sie liefern. Die Abholung von Waren beim Händler kann auch durch einen vom Verbraucher gewählten Zustelldienst erfolgen.

BEISPIELE FÜR BEWÄHRTE VERFAHREN



✓ Werden Verbraucher auf eine lokale Version der Website des Verkäufers umgeleitet, sollte eine leicht zugängliche Schaltfläche vorhanden sein, über die die Verbraucher zu anderen Versionen derselben Website gelangen, die sie ursprünglich besuchen wollten.



✓ Werden Preisnachlässe für Online-Vorbestellungen von Konzerte oder andere Veranstaltungen (gegenüber dem Offline-Verkauf) gewährt, sollten sie allen Kunden unabhängig von Nationalität oder Wohnsitz angeboten werden.



✓ Ein Händler, der die Zustellung an Abholstationen in einem bestimmten Mitgliedstaat anbietet, sollte es den Verbrauchern ermöglichen, ihre Kontaktdaten auch dann einzugeben, wenn sie nicht in diesem Mitgliedstaat wohnen, sodass sie die Waren selbst abholen oder von einem Zustelldienst abholen lassen können.

Wussten Sie schon, dass



sich fast 40 % der Verbraucher beim Kauf von Waren oder Dienstleistungen über das Internet bei Einzelhändlern oder Dienstleistern in einem anderen EU-Land sicher fühlen (Eurobarometer 397, 2015)? Allerdings kaufen nur 19 % der Verbraucher tatsächlich online Waren im Ausland (Daten von 2015). Die neuen EU-Vorschriften über den elektronischen Handel zielen darauf ab, diese erhebliche potenzielle grenzüberschreitende Nachfrage zu nutzen und neue Geschäftsmöglichkeiten zu schaffen.

