

von **Anna Bosch**

# Überblick: Pläne der EU-Kommission zur Förderung des grenzüberschreitenden Konsums durch Abschaffung des Geoblockings

In vielen grenznahen Gemeinden herrscht reger Verkehr diesseits und jenseits der Grenze – auch zu Konsumzwecken. Mal eben zum Shoppen über die Grenze zu fahren ist für viele eine schöne Freizeitbeschäftigung. Allerdings ist dies jedoch bisher tatsächlich nur „offline“ weitestgehend unproblematisch ohne Hindernisse möglich. Wie praktisch wäre es, wenn Verbraucher Produkte auch im EU-Ausland über das Internet ohne Hürden bestellen könnten, vor allem wenn die jeweiligen Produkten in Deutschland womöglich gar nicht angeboten werden?

Doch bislang wurde dies im Internet nicht selten durch sog. Geoblocking verhindert: Viele Händler wollen nicht, dass Kunden aus einem Staat im länderspezifischen, also besonders auf ein bestimmtes Land zugeschnittenen Webshop eines anderen Staates einkaufen, damit sich die Kunden nicht einfach etwa den Webshop mit dem günstigsten Preisniveau aussuchen können. Deshalb bauen viele Händler technische Barrieren in ihre Webshops, so dass Kunden aus anderen Staaten gar nicht erst die länderspezifischen Webshops eines anderen Staates besuchen können. Wie nun bekannt wurde, plant die EU-Kommission jedoch Reformen in diesem Bereich, die den Kunden zu Gute kommen sollen. Der folgende Beitrag bietet einen Überblick über die geplanten Neuerungen, insbesondere im Hinblick auf Maßnahmen zur Beendigung des Geoblockings.

## 1. Hintergrund

Der E-Commerce in der EU funktioniert längst nicht so reibungslos, wie es die europäischen Verträge und diversen Richtlinien vorsehen. Grund hierfür ist u.a. Geoblocking. Geoblocking bezeichnet die Sperrung des Zugangs zu Webseiten und anderen Online-Schnittstellen sowie die Verhinderung der Weiterleitung von Kunden einer Länderversion einer Webseite auf eine andere.

Nachdem in den letzten Jahren beispielsweise bereits der grenzüberschreitende Zahlungsverkehr (Stichwort „IBAN“) neu geregelt worden ist, hat die EU-Kommission am 25.5.2016 ein weiteres Maßnahmenpaket zur Stärkung des Binnenmarktes und der Verbraucherinteressen vorgelegt. Dazu gehört auch die Bekämpfung des Geoblockings, die in dem Verordnungsentwurf COM (2016), 289 final enthalten ist und in diesem Beitrag auszugsweise und überblicksartig dargestellt werden soll.

## 2. Status quo – wo ist das Problem?

Trotz der allgemeinen Pflicht der Nichtdiskriminierung kommt es aus Sicht der EU-Kommission weiterhin zu häufig vor, dass Kunden, die Waren oder Dienstleistungen jenseits der Grenze erwerben möchten, der Erwerb verweigert wird oder diese nur zu schlechteren Bedingungen erwerben können als Einheimische. Anknüpfend vor allem an den Wohnsitz und/oder die Staatsangehörigkeit, gelten bisher nicht für alle EU-Bürger gleiche Zugangsmöglichkeiten. Dies betrifft insbesondere Waren und Dienstleistungen, aber auch den Transportbereich. Online-Märkte sind innerhalb der EU trotz ihrer durch das Internet bedingten virtuellen Grenzenlosigkeit stark fragmentiert und weit davon entfernt, über einheitliche Standards zu verfügen und daher grenzüberschreitendes Ein- und Verkaufen problemlos zu ermöglichen.

In der Praxis kann dabei Geoblocking so aussehen:

Ein Düsseldorfer kauft regelmäßig spezielles Lakritz im nahegelegenen niederländischen Venlo ein. Dabei wird er natürlich nie nach dem Ausweis o.ä. gefragt. Als er nun versucht, die Waren von Düsseldorf aus über das Internet in dem niederländischen Webshop zu beziehen, wird schon der Aufruf der niederländischen Webseite technisch blockiert. Der Programmcode der niederländischen Webseite erkennt anhand der IP-Adresse des Geräts des Kunden, dass dieser nicht in den Niederlanden sitzt und verweigert ihm aus diesem Grund das Besuchen des Webshops. Der Kunde muss also persönlich nach Venlo fahren, um das niederländische Warenangebot und die dortigen Preise in Erfahrung zu bringen, oder beim ggf. einzigen, in Deutschland ansässigen Vertrieb des Unternehmens in Berlin einkaufen. Dies ist auch deshalb für ihn nachteilig, weil ihm das niederländische Warenangebot mehr zusagt als das deutsche und die Preise dort ebenfalls günstiger sind.

## 3. Zielsetzung des Verordnungsgebers

Ziel der Verordnung ist ein „reibunglos funktionierender Binnenmarkt als eines Raums ohne Binnengrenzen, in dem der freie Verkehr u.a. von Waren und Dienstleistungen gewährleistet ist“.

Mit dem Vorschlag der EU-Kommission sollen die Bedingungen für offline und online gehandelte Waren und Dienstleistungen vereinheitlicht werden. Dies soll vor allem die Rechtssicherheit stärken und die Interessen der Verbraucher befriedigen. Längst ist der Alltag der modernen Informationsgesellschaft in hohem Maße auch von grenzüberschreitender Mobilität geprägt, die sich jedoch nicht in gleichem Maße in der digitalen Welt widerspiegelt. Aus Sicht der EU-Kommission bestehen im Online-Bereich noch zu viele Hemmnisse, die in einem diskriminierungsfreien Binnenmarkt keinen Raum haben sollen und daher abgeschafft gehören. Mit dem Maßnahmenpaket sollen diese Unterschiede ausgemerzt werden:

“

*„Dieser Vorschlag ergänzt andere Initiativen im Rahmen der Strategie für den digitalen Binnenmarkt und der Binnenmarktstrategie und soll die Voraussetzungen für einen besseren Zugang von Verbrauchern und Unternehmen zu Dienstleistungen in der Union schaffen.“*

Schließlich sollen langfristig auch die Verbraucherschutzstandards innerhalb der EU vereinheitlicht („harmonisiert“) werden. ”

## 4. Rechtlicher Anknüpfungspunkt und Wirkung der Verordnung

Die Rechtsgrundlage für den Vorschlag bildet Art. 114 des Arbeitsweisevertrags der EU (AEUV). Demnach ist die EU befugt, Maßnahmen zu erlassen, die auf die Beseitigung von Hindernissen für den freien Verkehr u.a. von Waren und Dienstleistungen abzielen. Insbesondere sollen Diskriminierungen aufgrund der Staatsangehörigkeit, des Wohnsitzes oder der Niederlassung des Kunden wegfallen. Aber auch gegen mittelbare Diskriminierungen aufgrund anderer Unterscheidungskriterien – etwa auf Grundlage von Informationen, aus denen der physische Standort der Kunden hervorgeht (z.B. die beim Zugriff auf eine Online-Schnittstelle bzw. Webseite verwendete IP-Adresse, die für die Lieferung von Waren verwendete Anschrift, die Wahl der Sprache oder auch der Mitgliedsstaat, in dem das Zahlungsinstrument des Kunden ausgegeben wurde) soll vorgegangen werden.

Schon bald könnten also Online-Händler verpflichtet sein, ihr Geschäft den Vorgaben der geplanten Verordnung anzupassen, Wann und ob der Verordnungsvorschlag in der vorgestellten Form in Kraft treten wird, steht gegenwärtig noch nicht fest. Im Gegensatz zu Richtlinien müssen europäische Rechtsverordnungen jedenfalls nicht erst zunächst ins nationale Recht der einzelnen EU-Mitgliedstaaten umgesetzt werden, sondern gelten unmittelbar. Das bedeutet auch, dass den Mitgliedstaaten kein Gestaltungsspielraum hinsichtlich einer anderen Ausgestaltung einzelner Vorgaben aus dem Verordnungsvorschlag zusteht.

## 5. Anwendungsbereich

### a) Für welche Bereiche soll die geplante EU-Verordnung gelten?

Der Vorschlag betrifft sämtliche Geschäftspraktiken, die den freien Verkehr von Waren und Dienstleistungen im Binnenmarkt behindern. Konkret heißt dies, dass Kunden (nicht nur Verbraucher, auch Unternehmer!) künftig problemlos auch Waren und Dienstleistungen aus dem EU-Ausland beziehen können und dabei lediglich praktische Hindernisse im Einzelfall nach Maßgabe von Wirtschaftlichkeit, Vertrauenswürdigkeit, Schnelligkeit etc. auftreten können sollen. Die generelle Verhinderung und Sperrung des Besuchs ausländischer Webseiten und Angebote soll damit vermieden werden.

Der Vorschlag gilt für Anbieter und Kunden als Endnutzer. Diese Kategorien schließen kleinere und mittlere Unternehmen (KMU) sowie Kleinstunternehmen mit ein.

## b) In welchen Bereichen soll die Verordnung nicht gelten?

Der Verordnungsvorschlag umfasst nur die Bereiche Waren und Dienstleistungen. Für den Transportbereich gilt der Vorschlag nicht. Die Verordnung bedeutet nicht automatisch, dass auch Preise innerhalb der EU angeglichen werden müssen. So heißt es im Kommissionsentwurf beispielsweise:

“

*„Dieser Vorschlag betrifft nicht die Preisgestaltung an sich, so dass die Anbieter ihre Preise weiterhin in nichtdiskriminierender Weise frei festsetzen können. Ebenso wenig ist die dynamische Preisgestaltung betroffen, bei der die Anbieter ihre Angebote auf der Grundlage einer Reihe von Faktoren, die nicht mit dem Wohnsitz des Kunden zusammenhängen, im Laufe der Zeit anpassen.“*

”

Auch sind nur private und gewerbliche Endkäufer betroffen. Somit sind Geschäfte, bei denen Waren oder Dienstleistungen von einem Unternehmen zum Weiterverkauf erworben werden („Re-Seller“), von der Verordnung ausgenommen, damit die Anbieter ihre gewachsenen, im Einklang mit dem europäischen Wettbewerbsrecht entwickelten Vertriebssysteme weiterhin betreiben können.

Schließlich ist auch nur die ungerechtfertigte Beschränkung betroffen. Eine Ungleichbehandlung aus objektiven und nachprüfaren Gründen, wie dem Mehrwertsteuerrecht oder Vorschriften zum Schutz des Gemeinwohls, können auch weiterhin zur Rechtfertigung einer Ungleichbehandlung herangezogen werden.

## 6. Verbot des Online-Geoblocking

Gemäß Artikel 3 Nr. 1 des Verordnungsvorschlags soll es Anbietern von Waren grundsätzlich verboten werden, den Zugang zu bestimmten Webseiten aufgrund des (Wohn-)Sitzes oder der Staatsangehörigkeit eines Nutzers zu sperren oder zu beschränken, beispielsweise aufgrund der länderspezifischen IP-Adresse des Nutzers oder der Sprachversion des verwendeten Internetbrowsers.

Zudem soll nach Artikel 3 Nr. 2 des Verordnungsvorschlags verboten sein, den Nutzer ohne dessen ausdrückliche Zustimmung automatisch auf eine andere, länderspezifisch angepasste Webseite weiterzuleiten; stimmt der Nutzer einer solchen Weiterleitung im Vorhinein jedoch zu, soll sie erlaubt sein. Allerdings muss es dem Nutzer möglich sein, auch später noch unkompliziert und ohne Einschränkungen in jede andere, beliebige Länderversion des Webshops zu wechseln, ohne dass ihn daran besondere Hürden hindern.

## 7. Verbot der Diskriminierung von EU-Ausländern

Gemäß Artikel 4 Nr. 1 (a) des Verordnungsvorschlags sollen Anbieter keine unterschiedlichen allgemeinen Geschäftsbedingungen für den Zugang zu Waren abhängig von der Staatsangehörigkeit oder dem (Wohn-)Sitz des Kunden verwenden dürfen, wenn der Anbieter Waren verkauft, die er im Rahmen seines Geschäftsbetriebs nicht in den EU-Mitgliedstaat des Kunden liefert oder liefern lässt. Dabei bezeichnet „allgemeine Geschäftsbedingungen für den Zugang“ nach Artikel 2 Satz 2 (d) des Verordnungsvorschlags alle Vertragsbedingungen und sonstigen Informationen, einschließlich der Verkaufspreise.

Kauft somit beispielsweise dann ein Kunde mit Wohnsitz in Frankreich in einem Ladengeschäft in Deutschland oder in dem deutschen Webshop des Unternehmens ein, muss das Unternehmen ihm exakt dieselben Bedingungen (einschließlich der Verkaufspreise) gewähren, die ein Kunde mit Wohnsitz in Deutschland erhält. Allerdings muss das Unternehmen nach dem Verordnungsvorschlag nicht dafür sorgen, dass die gekaufte Ware an den Wohnsitz des Kunden in Frankreich geliefert wird. Der Kunde muss die Ware somit ggf. selbst abholen oder abholen lassen (ggf. von einem Lieferunternehmen).

Gibt es ein rechtlich selbständiges Vertriebsunternehmen der Unternehmensgruppe in Frankreich, muss dieses nach dem Verordnungsvorschlag den Kunden in Frankreich nicht dieselben Bedingungen, also auch nicht dieselben Verkaufspreise, wie in Deutschland bieten. Das französische Ladengeschäft und der französische Webshop können somit unterschiedliche Sortimente, Verkaufsbedingungen und Preise für die eigenen Kunden vorsehen. Will ein Kunde aus Frankreich jedoch beispielsweise explizit in dem deutschen Ladengeschäft oder dem deutschen Webshop einkaufen, muss ihm dies nach den dortigen Bedingungen gestattet werden.

## 8. Pro und Contra des Maßnahmenpakets

Die Vorteile der geplanten Verordnung liegen aus Sicht privater und gewerblicher Endkunden auf der Hand: Sie können eine größere Anzahl an ausländischen Webshops aufsuchen und das Sortiment, die Preise und die sonstigen Geschäftsbedingungen miteinander vergleichen.

Doch stets gilt es die andere Seite der Medaille zu beachten: Kaum ein Unternehmen wird über Konkurrenz aus dem Ausland jubeln, insbesondere wohl nicht kleinere oder mittelständische Betriebe. Während insbesondere Verbraucher Profiteure der europäischen Initiative sein werden, liegen für Unternehmer Chancen und Risiken eng beieinander. Denn die Realisierung eines Europas ohne Grenzen stellt auch im Online-Bereich viele Unternehmen vor große Herausforderungen.

## 9. Fazit und Ausblick

Das Maßnahmen-Paket der EU zur Angleichung der rechtlichen Bedingungen innerhalb des gesamten europäischen Raums dient vor allem der Konvergenz des Binnenmarktes, soll aber auch den Verbraucherschutz innerhalb der EU stärken.

Allerdings gibt es zahlreiche Nebeneffekte, die mittel- oder unmittelbar nicht nur das Verhältnis zwischen Verbrauchern und Unternehmen betreffen. So wird die Stärkung des digitalen Binnenmarkts nicht ohne Einfluss auf das Wettbewerbs- und Mehrwertsteuerrechts bleiben und langfristig wohl doch auch durch den Konkurrenzdruck insbesondere die Preisgestaltung und Sortimentszusammenstellung beeinflussen.

Autor:

**Anna Bosch**

(freie jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)