

## Onlinehandel vereinfachen

Die EU sieht vor, Geoblocking zu unterbinden, um grenzenlosen Onlinehandel zu ermöglichen

VON MAXIME GILLEN

**80 Prozent der Internetnutzer in Luxemburg haben schon einmal online eingekauft. Unsere Landesgrenzen sorgen dabei jedoch immer noch für Komplikationen.**

Internetshopping ist bequem, einfach und schnell. Mit ein paar Klicks sind die gewünschten Produkte im Warenkorb und werden bis nach Hause geliefert. In Luxemburg hat die Zahl der Menschen, die online einkaufen, in den letzten Jahren stetig zugenommen. Mit 80 Prozent der Internetnutzer, die auch online einkaufen, steht Luxemburg an vierter Stelle im europäischen Vergleich, hinter Großbritannien, Dänemark und Deutschland, so der Statoc.

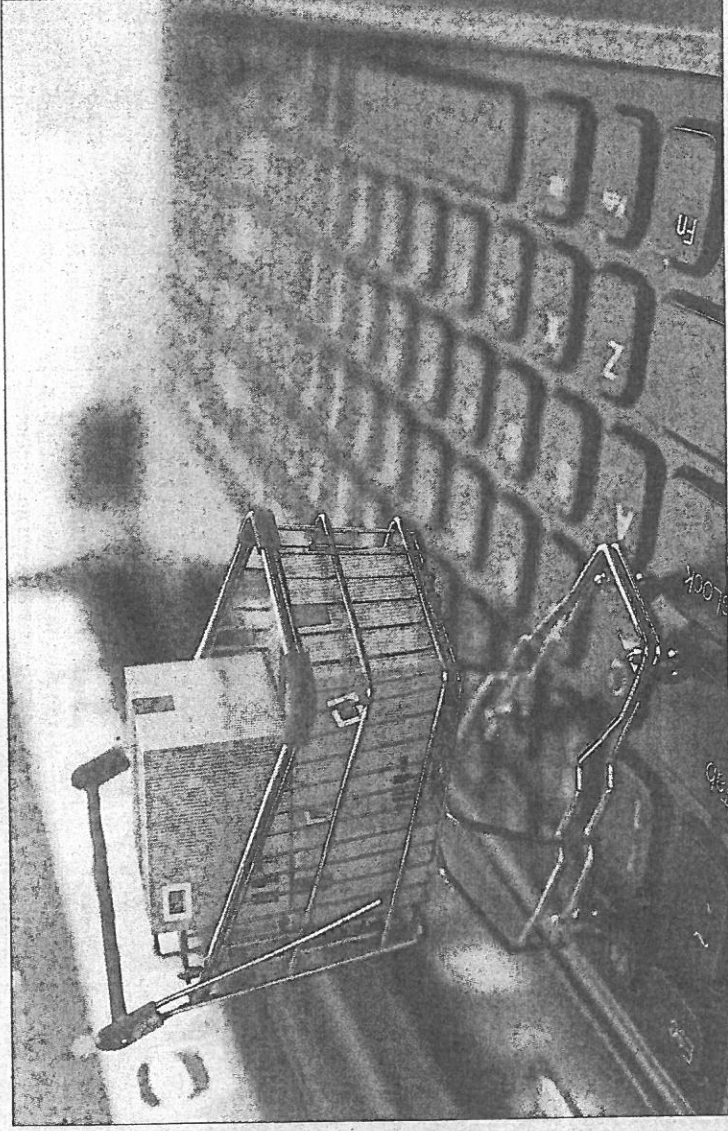
Eine Besonderheit der Luxemburger Kunden ist allerdings, dass 88 Prozent der Einkäufe bei Anbietern im europäischen Ausland getätigt werden. Daher stoßen Onlinekonsumenten aus Luxemburg viel öfter auf Probleme, die durch das sogenannte „Geoblocking“ verursacht werden.

### Diskriminierung von Kunden

Der Begriff „Geoblocking“ bezeichnet kommerzielle Praktiken, die Onlinekunden entweder daran hindern, Produkte auf Webseiten aus anderen Mitgliedsstaaten zu sehen und zu kaufen, oder sie automatisch auf eine nationale Seite umleiten. Aufgrund ihrer IP-Adresse, ihrer Lieferadresse oder dem Land, in dem ihre Kreditkarte ausgestellt wurde, werden ausländische Kunden somit benachteiligt.

Die Probleme, die sich hieraus für europäische, und vor allem für Luxemburger Konsumenten ergeben, sind allerdings sehr vielseitig und bei näherem Hinschauen oftmals äußerst komplex. Die Europäische Kommission, unter Präsident Jean-Claude Juncker, hat es sich zum erklärten Ziel gemacht, diese Probleme anzugehen.

Heute kommen die Wirtschaftsminister der einzelnen Mitgliedsstaaten in Brüssel zusammen, um über einen Vorschlag der Kommission zu beraten, der einige negative Effekte des Geoblocking mindern soll. Diese ist eine von mehreren groß angekündigten Initiativen, die „unsere digitale Welt“ zu einem „fugenlosen und homo-



Die Luxemburger Kunden sind wegen „geoblocking“ besonders benachteiligt.

genen Wirtschaftsraum“ werden lassen soll.

### Zwei größte Probleme

Wie Bob Schmit von der Konsumentenvereinigung ULC erklärt, gibt es zwei große Hindernisse für Luxemburger Kunden beim Einkaufen im Internet. Das am häufigsten genannte Problem sei, dass Anbieter die gewünschte Ware nicht ins Großherzogtum liefern. Tatsächlich sahen sich, laut einer Umfrage des „Statoc“, bereits 32 Prozent der luxemburgischen Onlinekunden schon einmal mit diesem Problem konfrontiert.

Das zweite Hindernis, das immer wieder zu frustrierten Konsumenten und Beschwerden bei der ULC sorgt, betrifft die Zah-

lungsart. Die meisten Anbieter bieten ihren Kunden die Möglichkeit an, die gewünschte Ware per Kreditkarte zu bezahlen. Allerdings kommt es immer wieder vor, dass Onlineverkäufer nur Kreditkarten akzeptieren, die in ihrem Herkunftsland ausgestellt wurden. Da dieses Problem meist erst beim Abschluss der Bestellung bemerkt wird, sorgt es für umso mehr Frustration bei den Kunden.

### Der Fortschritt wäre begrenzt

Die Symptome des „Geoblocking“ in Europa spüren vor allem die kleineren Mitgliedsstaaten, da deren Bewohner wesentlich öfter bei ausländischen Händlern einkaufen als die von großen Ländern. Pierre Frioß, Präsident des Luxemburger Verbandes des E-Commerces, erklärt, dass der europäische Binnenmarkt immer noch enorme Hürden für Onlineanbieter birgt, die ihre Ware in andere Mitgliedsstaaten verkaufen wollen. Zum einen gibt es Unterschiede bei der Höhe der Mehrwertsteuer, und die Händler sind darüber hinaus gezwungen, ihre Gewinne im jeweiligen Land der Kunden zu versteuern. Allein die administrativen, juristischen und sprachlichen Hürden hierbei sind besonders für kleinere und mittlere Unterneh-

men kaum zu stemmen. Daher rechtfertigen kleine Absatzmärkte wie Luxemburg den administrativen und finanziellen Aufwand für viele Anbieter kaum, so Pierre Frioß weiter.

Die Initiative der Kommission steht vor, für mehr Transparenz und Informationsfreiheit für europäische Kunden zu sorgen. Bei großen Anbietern mit getrennten Shops für verschiedene Länder sollen Konsumenten nicht mehr daran gehindert werden können, sich Angebot und Preise auf Seiten für andere Länder anzusehen. Obwohl der Text der Kommission vorsieht, dass ein Händler, der die Zahlung per Kreditkarte anbietet, auch ausländische Kreditkarten akzeptieren muss, kann kein Anbieter gezwungen werden, die Ware ins Ausland zu liefern. Der Fortschritt für Luxemburger Kunden wäre also begrenzt. Für die ULC geht deswegen die heute angestrebte Einigung noch nicht weit genug. Vor allem, da die vorgeschlagene Regelung nicht für Produkte gelten soll, die aus urheberrechtlichen Gründen für ausländische Kunden gesperrt sind. Dies beinhaltet alle über das Internet verbreiteten digitale Medien, wie Filme und Fernsehen, sowie E-Bücher oder Videospiele.

(FOTO: SHUTTERSTOCK)

**Das am häufigsten genannte Problem sei, dass Anbieter die gewünschte Ware nicht ins Großherzogtum liefern.**