

Leitfaden

EU-GEOBLOCKING VERORDNUNG

September 2018

I. Einleitung

Die Verordnung (EU) 2018/302 vom 28. Februar 2018 über Maßnahmen gegen ungerechtfertigtes Geoblocking und andere Formen der Diskriminierung aufgrund der Staatsangehörigkeit, des Wohnsitzes oder des Ortes der Niederlassung des Kunden innerhalb des Binnenmarkts und zur Änderung der Verordnungen (EG) Nr. 2006/2004 und (EU) 2017/2394 sowie der Richtlinie 2009/22/EG – oder kurz: **Geoblocking-Verordnung** – verbietet die differenzierte Behandlung von Verbrauchern und unter bestimmten Umständen auch von Unternehmen, wegen ihrer Nationalität, ihres Wohnortes oder des Ortes ihrer Niederlassung, wenn sie Güter und Dienstleistungen erwerben.

Die EU-Kommission subsumiert unter dem Begriff "Geoblocking" u.a. folgende Praktiken:

- Blockieren des (grenzüberschreitenden) Zugriffs auf eine Webseite oder App, z.B. auf Basis der IP-Adresse;
- Verweigerung der Möglichkeit, einen Bestellvorgang abzuschließen, ein Produkt zu kaufen oder einen digitalen Inhalt herunterzuladen, z.B. weil das ausländische Zahlungsmittel abgelehnt wird;
- Verweigerung eines grenzüberschreitenden Versandes der gewünschten Ware;
- Anwendung unterschiedlicher Preise oder Verkaufsbedingungen, abhängig von Nationalität, Wohnsitz oder Niederlassungsort des Kunden.

Online-Shops ebenso wie stationäre Händler sind direkt von dieser Verordnung betroffen, da sie einen Kauf durch einen Kunden nicht länger auf Basis seiner Nationalität oder seines Aufenthalts- bzw. Wohnortes ablehnen dürfen. Während damit ausdrücklich **keine Lieferverpflichtung** einhergeht, wird de facto ein **Kontrahierungszwang** geschaffen. Kunden aus anderen Teilen des Europäischen Wirtschaftsraums sollen in der Lage sein, unter exakt denselben Bedingungen einzukaufen wie lokale Kunden. Damit ist es verboten, einen Kauf von einem bestimmten Wohnort, einem in einem bestimmten Land originären Bankkonto oder Zahlungsmittel oder einer bestimmten IP-Adresse abhängig zu machen.

Die Verordnung ist ab dem **3. Dezember 2018** direkt anwendbar und bindend für die betroffenen Unternehmen.

Händler sollten daher bis zu diesem Datum Maßnahmen ergreifen, um ihre Online-Shops auf die technische und rechtliche Übereinstimmung mit den Vorschriften der Verordnung vorzubereiten. Der folgende Fragenkatalog dient dazu, die **handelsrelevanten Vorschriften der Geoblocking-Verordnung** praxistauglich zu erläutern. Dabei wird ein Schwerpunkt auf den Warenhandel gelegt. Andere Aspekte der Verordnung, wie die Erbringung von Dienstleistungen, werden ggf. nur rudimentär behandelt.

Die meisten Fragen und Szenarien konzentrieren sich auf den (eher atypischen) Fall eines Kunden, der aus einem Land außerhalb des eigentlichen Vertriebsgebiets des Händlers stammt und dennoch einen Kauf tätigen möchte, obwohl der Händler im Land des Kunden nicht aktiv ist und dort keinen Versand anbietet. Es wird davon ausgegangen, dass der Kunde das Produkt im Land des Händlers abholt.

II. Überblick

Kunden...

...müssen in der Lage sein, auf jeden Online-Shop zugreifen zu können.

- ✓ Sollten Kunden automatisch umgeleitet werden, müssen sie dazu ihre Einwilligung geben.

...müssen in der Lage sein, jedes Produkt von jeder Webseite im EWR kaufen zu können, unabhängig von ihrer Nationalität, ihrem Wohnsitz oder des Ortes ihrer Niederlassung.

- ✓ Dies bezieht sich auf alle B2C-Verkäufe.
- ✓ Dies bezieht sich auf B2B-Verkäufe, sofern ein Unternehmen das Produkt zum Endverbrauch erwirbt.

...müssen immer wie "lokale Kunden" behandelt werden.

- ✓ Kunden aus einem anderen EWR-Land haben das Recht einen Kauf zu tätigen und zwar zum selben Preis und unter denselben Bedingungen, zu denen das Produkt einem lokalen Kunden im Vertriebsgebiet des Händlers angeboten wird.

...müssen grundsätzlich in der Lage sein, mit allen angebotenen Zahlungsmitteln zahlen zu können, egal wo sich der Kunde aufhält.

- ✓ Soweit für den Händler ein unkalkulierbares Zahlungsrisiko besteht, kann er eine Zahlung per Vorkasse verlangen.

Händler...

...dürfen einem EWR-Kunden den Kauf nicht auf Grund der Staatsangehörigkeit, des Wohnsitzes oder des Ortes der Niederlassung verweigern.

- ✓ Händler müssen allen Kunden dieselben (allgemeinen) Verkaufsbedingungen anbieten.

...werden nicht gezwungen, außerhalb ihres bestehenden Vertriebsgebietes zu liefern.

- ✓ Händler sollten klar über Lieferbeschränkungen informieren.

...haben die Freiheit, in verschiedenen länderspezifischen Online-Shops bzw. über verschiedene Vertriebskanäle unterschiedliche Preise für dasselbe Produkt zu verlangen.

- ✓ Kunden zahlen jenen Mehrwertsteuersatz des Landes, wohin die eigentliche Lieferung durch den Händler erfolgt.
- ✓ Händler dürfen innerhalb eines einzigen Webshops nicht auf Basis der IP-Adresse automatisch die Preise anpassen.

...dürfen die Zahlungsmittel ihrer Wahl anbieten.

- ✓ Bieten Sie eine bestimmte Zahlungsmethode an, dürfen Zahlungen nicht auf Grund des Aufenthaltsorts des Kunden oder seiner Bank abgelehnt werden (von Ausnahmen abgesehen).

...haben keinerlei Verpflichtung sicherzustellen, dass ein Produkt bei einem nicht intendierten Verkauf den Rechtsbestimmungen des Ziellandes entspricht (Kennzeichnung, Zusammensetzung, Produktsicherheit).

- ✓ Händler sind nicht verpflichtet, Kunden über unterschiedliche rechtliche Anforderungen zu informieren.

...sind nicht an das Verbot passiver Verkäufe durch Lieferanten gebunden.

- ✓ Händler können einen Kauf auch dann nicht ablehnen, wenn Vereinbarungen mit Lieferanten ihnen diese Ablehnung auferlegen.

Diese Erläuterung stellt einen groben, zusammenfassenden Überblick der zentralen Bestimmungen der Verordnung dar. Sie ist absichtlich einfach gehalten und bildet nicht alle Details und Risiken der zugrundeliegenden Vorschriften ab. Bitte berücksichtigen Sie dafür auch die folgenden Fragen und Antworten sowie den Verordnungstext selbst.

III. Was muss ich in meinem Online-Shop ändern?

Zugriff auf Webseiten

Der Zugang zu Online-Shops, Shopping Apps oder anderen Online-Benutzeroberflächen darf nicht auf Grundlage der IP-Adresse oder anderen mit der Staatsangehörigkeit oder dem Wohnort in Verbindung stehenden Parametern (z.B. Anschrift, PLZ, GPS-Daten) blockiert werden.

Es ist explizit erlaubt, den Zugriff aus einem bestimmten Land zu verweigern, wenn nationales Recht dies vorschreibt (z.B. Verbot des Online-Verkaufs von Feuerwerk). In diesem Fall muss dem blockierten Kunden eine Erklärung gegeben werden.

Weiterleitung (Re-Routing)

Es ist nicht erlaubt, einen Kunden automatisch von einer (länderspezifischen) Version eines Online-Shops auf eine andere Version umzuleiten, ohne dass der Kunde ausdrücklich zustimmt (z.B. indem er einen Haken in einem Pop-up-Fenster setzt).

Leitet man einen Kunden mit seiner Einwilligung weiter, muss er die Möglichkeit bekommen, auf einfache Weise auf jene Webseite zurückzukehren, die er ursprünglich aufrufen wollte (z.B. indem im selben Pop-Up ein Link zum ursprünglichen Shop ausgewiesen wird).

Die Einwilligung des Kunden kann gespeichert werden (z.B. in seinem Kundenkonto), sodass er beim wiederholten Auftreten derselben Situation nicht erneut nach seiner Einwilligung gefragt werden muss und direkt weitergeleitet werden kann. Die Einwilligung muss jederzeit widerrufen werden können.

Ausfüllen von Bestellformularen

Jede Webseite oder App muss so designt sein, dass alle Kunden ihre Bestellung auf einfache Art und Weise aufgeben können. Das heißt, dass z.B. bei der Angabe von Kontaktinformationen oder einer Rechnungsadresse sämtliche Adressformate zulässig sein müssen. Sprich Adressen, Postleitzahlen, Telefonnummern, etc. aus allen EWR-Staaten müssen in die Formulare eingetragen werden können (z.B. keine Drop Downs nur mit D, A, CH).

Bei der Lieferadresse ist es nach wie vor möglich, nur Adressformate jener Länder zuzulassen, die zum Vertriebsgebiet des jeweiligen Händlers gehören (z.B. nur fünfstelligen PLZ für Deutschland und keine vierstelligen PLZ für Belgien).

Preissetzung

Es ist nicht erlaubt, Verkaufsbedingungen, Preise oder Angebote innerhalb eines einzigen Webshops auf Basis der IP-Adresse, des eingetragenen Wohnorts, der Sprachauswahl oder des angegebenen Zahlungsmittels automatisch anzupassen. Sollten solche technischen Anpassungen bisher erfolgt sein, müssen sie abgestellt werden.

Akzeptanz von Zahlungsmitteln

Wenn ein Händler eine bestimmte Zahlungsmethode grundsätzlich akzeptiert (z.B. Kreditkarten der Marke Visa), muss er sicherstellen, dass er Visa-Kreditkartenzahlungen aus allen EWR-Ländern akzeptiert. Es dürfen dann z.B. keine Zahlungen von in Bulgarien ausgestellten Visa-Kreditkarten oder mit Visa-Kreditkarten von sich in Bulgarien befindenden Kunden abgelehnt werden.

Diese Erläuterung stellt einen groben, zusammenfassenden Überblick der zentralen Bestimmungen der Verordnung dar. Sie ist absichtlich einfach gehalten und bildet nicht alle Details und Risiken der zugrundeliegenden Vorschriften ab. Bitte berücksichtigen Sie dafür auch die folgenden Fragen – insbesondere **Frage 15** – sowie den Verordnungstext selbst.

IV. Fragen & Antworten

a) Anwendungsbereich und generelle Anforderungen

1. Was genau verlangt diese Verordnung von mir? Was wird verboten? Was ändert sich für mich im Vergleich zum Status quo?

Die Geoblocking-Verordnung schafft für Händler eine Verpflichtung, Waren unter denselben Bedingungen an jeden Kunden innerhalb des EWR (Europäischer Wirtschaftsraum) zu verkaufen, **aber nicht zu liefern**. Generell müssen alle EWR-Kunden vollen und gleichberechtigten Zugang zu Waren und Dienstleistungen haben (Erwägungsgrund 18 & Artikel 4).

Bisher war es grundsätzlich möglich, Kunden den Zugang zu einer Webseite zu verwehren oder den Verkauf auf irgendeine Art und Weise abzulehnen. Diese Möglichkeit fällt nun weg. Abgesehen von Ausnahmen muss ein Kauf technisch und praktisch immer zugelassen werden. Alle Kunden aus dem EWR müssen...

- ✓ **vollen und gleichberechtigten Zugang** zu jeglichen Waren oder Dienstleistungen haben, unabhängig von ihrer Staatsangehörigkeit, ihrem Wohnsitz oder dem Ort ihrer Niederlassung;
- ✓ Waren unter denselben Bedingungen (inklusive Preis, Versand, etc.) **kaufen können wie "lokale Kunden"**, die in einem der Mitgliedstaaten leben, in denen ein Händler bereits aktiv tätig ist (und dementsprechend meistens auch Belieferung anbietet).

Das Verbot zur Diskriminierung bestimmter Kunden bezieht sich **nur auf öffentlich zugängliche, allgemeine Geschäftsbedingungen**. Geschäftsbedingungen, die im Einzelfall bilateral zwischen Anbieter und Kunden ausgehandelt werden, sind nicht vom Diskriminierungsverbot betroffen (Erw. 15).

Darüber hinaus ist es nach wie vor möglich, verschiedene Versionen einer Webseite bzw. eines Online-Shops mit unterschiedlichen Preisen, Verkaufsbedingungen, Angeboten, etc. zu betreiben, die speziell auf bestimmte Länder oder Regionen ausgerichtet sind. Allerdings müssen alle EWR-Kunden in der Lage sein, Waren in allen diesen Webshops kaufen zu können (Erw. 27).

2. Welche neuen Risiken entstehen auf Grund der Tatsache, dass ich einen Kauf nicht mehr ablehnen kann?

Es entsteht das Risiko, im Streitfall nach ausländischem, dem Händler unbekannten Verbraucherrecht verklagt zu werden. Bisher konnten sich Händler vor der Entstehung solcher **Rechtsstreitigkeiten** schützen, indem sie die dazu führende Transaktion an sich abgelehnt haben. Dies ist nun nicht mehr möglich.

Das Problem hat seinen Ursprung darin, dass einem Händler in bestimmten Situationen seine Geschäftstätigkeit dahingehend ausgelegt werden kann, dass er seine Aktivität auf ein bestimmtes Land ausrichtet. Sobald man seine Tätigkeit "ausrichtet", wird in einem Streitfall das Verbraucherrecht jenes Landes angewandt, auf das man seine Tätigkeit – gewollt oder ungewollt – ausgerichtet hat (Rom-I-Verordnung). Der Sachverhalt des **"Ausrichtens der Tätigkeit"** ist nicht abschließend definiert, was die Rechtsunsicherheit hier maßgeblich erhöht. Es bleibt daher nur die Einschätzung auf Einzelfallbasis. Dieser Leitfaden kann daher auch nicht den Anspruch haben, eine abschließende Antwort auf die Frage zu geben, wann ein Händler seine Tätigkeit auf ein bestimmtes Land ausrichtet. Für einige Anhaltspunkte bitten wir Sie, die Rechtsprechung in den Fällen "Alpenhof" ([C-585/08](#) und [C-144/09](#)) und "Emrek" ([C-218/12](#)) zu beachten.

Das Ausrichten der unternehmerischen Tätigkeit auf ein bestimmtes Land führt u.a. dazu, ...

- ✓ dass man die relevanten Vorschriften des Verbraucherrechtes des jeweiligen Landes beachten muss;
- ✓ dass man andere Vorschriften über das Verbraucherrecht hinaus beachten muss (z.B. zur Produktkennzeichnung);
- ✓ dass man Umsatzsteuer in diesem Land abführen muss (nur wenn man dorthin liefert);
- ✓ dass man in diesem Land und nach dem dortigen Recht verklagt werden kann.

Wenn ein Händler lediglich in Übereinstimmung mit der Verordnung handelt, sprich den Zugang zu seiner Webseite immer zulässt, an alle Kunden verkauft, Zahlungsmittel diskriminierungsfrei akzeptiert, etc. soll ihn das nicht in eine Situation bringen, in der er ungewollt seine Tätigkeit auf ein bestimmtes Land ausrichtet (Erw. 13 & Art. 1 Abs. 6). Allerdings kann diese Klausel nicht mit absoluter Sicherheit davor schützen, dass ein Gericht nicht doch ein Ausrichten der Tätigkeit erkennt.

Damit wird deutlich, wie unklar die Rechtslage ist. Die folgende Liste soll beispielhaft und keinesfalls abschließend illustrieren in welchen Fällen von einem Ausrichten der Tätigkeit ausgegangen werden kann. Es wird jedoch immer eine Einzelfallanalyse notwendig sein.

Kundenservice

- Sie richten eine allgemeine Kundenhotline in der Sprache eines Landes ein, in dem Sie bis jetzt nicht aktiv waren.
 - Wenn Sie in Einzelfällen auf Kundenanfragen oder -beschwerden in einer anderen Sprache antworten, ist es eher unwahrscheinlich, dass Ihnen ein Ausrichten der Tätigkeit unterstellt wird. Allerdings hängt auch dies wieder von den Umständen ab (Ausmaß, Frequenz, etc.)
- Sie bieten ihren klassischen Kundenservice (z.B. Installation und Wartung) auch über Ihr gewöhnliches Vertriebsgebiet hinaus an (z.B. nicht nur in D, A & CH, sondern auch in Polen).

Belieferung

- Sie bieten eine Lieferung der Waren in das Land des Kunden an, unabhängig davon ob/wie Sie auf Ihrer Webseite oder in den AGB Ihr Vertriebsgebiet definieren.
- Sie selbst bieten keinen Versand in ein bestimmtes Land an, stellen aber auf Ihrer Webseite mit einem Link den direkten Kontakt zu einem Logistikdienstleister her, der die Lieferung übernimmt.
- Sie bieten zwar standardmäßig keine Lieferung in das Land des Kunden an, helfen ihm aber bereits vor Vertragsschluss damit, die Belieferung zu arrangieren.

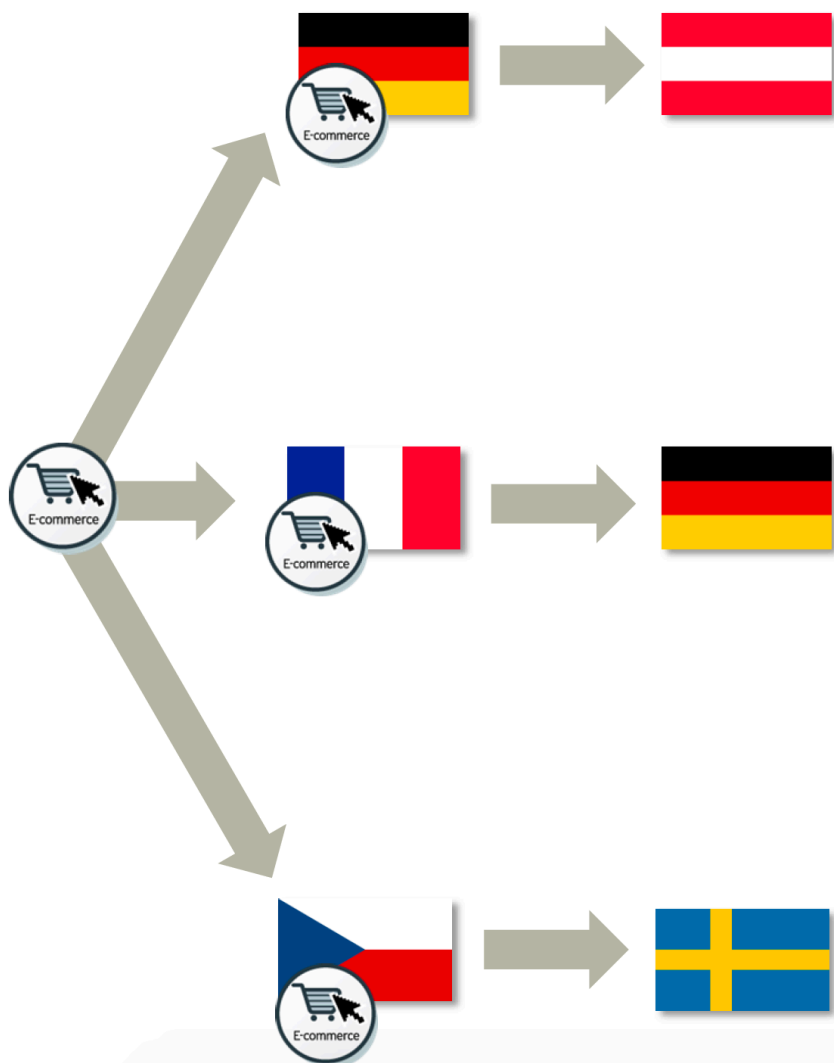
Praxisbeispiel

Sie sind mit separaten Online-Shops in fünf Ländern aktiv (Deutschland, Österreich, Frankreich, Spanien und UK). Diese Webshops vertreiben und liefern Waren innerhalb des jeweiligen Landes. Sie müssen nun allen Kunden aus allen EWR-Staaten erlauben auf jeden dieser Shops zuzugreifen, Waren zu vergleichen und in jedem dieser Shops Käufe zu tätigen. Sie müssen keine Waren in Länder außerhalb des jeweiligen Ziellandes liefern (also jeweils nur vom "deutschen" Shop nach Deutschland oder vom "österreichischen" Shop nach Österreich). Abhängig davon, in welchem Shop die Transaktion stattfindet, wird grundsätzlich deutsches, österreichisches, französisches, spanisches oder britisches Verbraucherrecht angewendet. Allerdings besteht abhängig davon wie ein konkreter Verkauf sich abspielt, wie mit Kunden kommuniziert und Werbung betrieben wird, wie die Belieferung abläuft, etc. das Risiko, dass Ihre Aktivitäten derart interpretiert werden können, dass Sie Ihre unternehmerische Tätigkeit auf weitere Länder als die fünf angegebenen ausrichten.

3. Eine vereinfachte Übersicht möglicher Szenarien

Im Folgenden wird in einem vereinfachten Überblick skizziert, wie sich die Verordnung in der Praxis auswirkt. Sie müssen dabei aber immer die individuellen Gegebenheiten berücksichtigen.

*Sie verkaufen online (aber auch stationär) an Kunden in Deutschland, Frankreich und Tschechien via **webshop.de**, **webshop.fr**, **webshop.cz**. Sie bewerben Ihre Online-Shops nicht und signalisieren auch sonst in keiner Weise, dass Sie noch an Kunden aus anderen als diesen drei Ländern verkaufen möchten. Sie liefern Waren in diese drei Länder, aber in keine anderen. Die Verordnung hat nun lediglich einen sehr begrenzten Einfluss auf ihr Geschäft mit Kunden aus Deutschland, Frankreich und Tschechien. Allerdings hat sie Auswirkungen auf Verkäufe an Kunden aus anderen Ländern, wie an den folgenden Beispielen erläutert wird.*



Verkaufsverpflichtung

- > Ein österreichischer Kunde möchte auf **webshop.de** einkaufen.
- > Sie müssen dem Kunden gestatten a) auf **webshop.de** zuzugreifen und b) dort einen Kauf zu tätigen.

Belieferung

- > Sie sind nicht verpflichtet nach Österreich zu liefern.

Welches Recht wird angewendet?

- > Grundsätzlich kommt deutsches Recht zur Anwendung. Aber abhängig davon, wie Sie gegenüber dem österreichischen Kunden auftreten, könnte ein Gericht der Ansicht sein, dass Sie ihre Tätigkeit auf diesen Markt ausrichten. Dann fände österreichisches Recht Anwendung. Alleine die Verwendung der deutschen Sprache sollte kein Ausrichten der Tätigkeit darstellen, andere Faktoren (z.B. eine AT-Nummer für die Kundenhotline) können durchaus eine Rolle spielen.

Verkaufsverpflichtung

- > Ein deutscher Kunde möchte auf **webshop.fr** einkaufen.
- > Sie müssen dem Kunden gestatten a) auf **webshop.fr** zuzugreifen und b) dort einen Kauf zu tätigen, auch wenn er ebenso (oder sogar einfacher) auf **webshop.de** einkaufen könnte.

Belieferung

- > Obwohl Sie eine Webseite für den deutschen Markt haben, sind Sie nicht verpflichtet von Ihrem französischen Webshop aus nach Deutschland zu liefern.
- > Sie können den Versand auf Frankreich beschränken.

Verkaufsverpflichtung

- > Ein schwedischer Kunde möchte auf **webshop.cz** einkaufen.
- > Sie müssen dem Kunden gestatten a) auf **webshop.cz** zuzugreifen und b) dort einen Kauf zu tätigen.

Belieferung

- > Sie sind nicht verpflichtet nach Schweden zu liefern.
- > Der Kunde muss eine Lieferadresse in Tschechien angeben (oder ggf. in Frankreich oder Deutschland, sofern sie von **webshop.cz** auch dorthin liefern).

4. Deckt die Verordnung sowohl Online- als auch stationäre Transaktionen ab?

Für die Frage, ob ein Händler von der Verordnung betroffen ist, spielt es keinerlei Rolle über welche Vertriebskanäle Waren verkauft werden. Das zentrale **Diskriminierungsverbot gilt universell**. Es handelt sich somit nicht um eine Verordnung „für den Online-Handel“. Allerdings werden Online-Händler in der Praxis stärker betroffen sein, da viele Vorschriften – wie z.B. das Verbot den Zugriff auf einen Online-Shop zu verweigern – nur in der Online-Welt Anwendung finden.

Praxisbeispiel

Wenn ein deutscher Kunde im Geschäft oder Online-Shop eines Möbelhändlers in Österreich ein Sofa kaufen möchte, kann ihm der Kauf nicht verweigert werden. Wenn der österreichische Händler lediglich eine Belieferung innerhalb Österreichs anbietet, kann der deutsche Kunde sich das Sofa z.B. nur an die deutsch-österreichische Grenze liefern lassen und muss den Rest der Lieferung (bis zu sich in Deutschland) selbst organisieren.

5. Der Verkauf welcher Art von Waren fällt unter die Verordnung? Welche digitalen Inhalte werden abgedeckt?

Grundsätzlich deckt die Verordnung den **Vertrieb jeglicher Waren** ab. Es sind keine Warengruppen explizit ausgenommen. Der Vertrieb bestimmter Güter, wie z.B. Pflanzen, lebende Tiere oder Alkohol, könnte in manchen Ländern beschränkt oder verboten sein.

Die Verordnung findet auch Anwendung auf elektronisch erbrachte Dienstleistungen wie Cloud-Dienste, Webhosting oder die Nutzung von Suchmaschinen und Internetverzeichnissen (Erw. 24). Die Verordnung findet **keine Anwendung auf audiovisuelle Inhalte**, wie Streaming-Dienste oder Film-Downloads. Nicht-audiovisuelle, urheberrechtlich geschützte Inhalte wie E-Books, Software, Musik-Streaming oder Videospiele fallen insoweit in den Anwendungsbereich, als dass den Kunden zwar der Zugang zu den anbietenden Webseiten gewährt werden muss (kein technisches Geoblocking z.B. auf Basis der IP-Adresse), ein Kauf/Download muss aber nicht zugelassen werden. Diese Regelung soll in der ersten Bewertung der Verordnung der Kommission im März 2020 überprüft werden.

6. Fallen Händler, die in Drittstaaten außerhalb des EWR niedergelassen sind, ebenfalls unter diese Verordnung?

Ja. Händler, die zwar außerhalb des EWR niedergelassen sind, aber dennoch auf diesem Markt tätig sind, fallen unter die Verordnung und müssen sich ebenso an die Gebote, Verbote und Pflichten halten, auch wenn sie z.B. in nur einem EWR-Land aktiv sind. Dies gilt ebenso für **Online-Marktplätze**, die zwar offiziell außerhalb des EWR niedergelassen sind, über die jedoch Produkte an EWR-Kunden verkauft werden (solange der Marktplatz die Definition des Anbieters erfüllt) (Erw. 17).

Praxisbeispiel

Ein US-amerikanischer Online-Shop, der seine Tätigkeit auf den britischen Markt ausrichtet und (in Europa) nur im Vereinigten Königreich den Versand seiner Waren anbietet, darf den Zugriff auf seine Webseite für Kunden aus Österreich (oder allen anderen EWR-Staaten) nicht blockieren. Der Händler muss an alle EWR-Kunden verkaufen, diese müssen ihre Waren dann theoretisch im Vereinigten Königreich abholen oder den weiteren Versand selbst organisieren.

7. Deckt die Verordnung nur Verkäufe an Verbraucher ab oder auch an Unternehmen?

Die Verordnung deckt sowohl **B2C- als auch B2B-Transaktionen** ab, allerdings mit der Einschränkung, dass nur Käufe von Unternehmen für den Endverbrauch darunter fallen (Erw. 16 & Artikel 2m). Außerdem muss die Transaktion auf öffentlich zugänglichen, allgemeinen Geschäftsbedingungen basieren und nicht auf individuell ausgehandelten Bedingungen (Erw. 15). D.h. die verschiedenen Facetten des Geoblockings sind gegenüber Unternehmen nach wie vor möglich, sofern die Waren erworben werden, um diese weiterzuverkaufen, umzuwandeln, zu verarbeiten, zu vermieten oder an Subunternehmer weiterzugeben. Wenn das Unternehmen die Ware allerdings **zur Endnutzung** erwirbt, gelten für den Verkäufer dieselben Diskriminierungsverbote und Pflichten – hinsichtlich Staatsangehörigkeit, Wohnort und Ort der Niederlassung – wie beim Verkauf an Verbraucher.

Praxisbeispiel

Der Verkauf eines Lochers an eine Bäckerei wäre von der Verordnung abgedeckt, der Verkauf von Mehl hingegen nicht.

8. Muss ich an Kunden in ganz Europa verkaufen?

In ihrer geografischen Dimension bezieht sich die Verordnung auf den **Europäischen Wirtschaftsraum EWR**, d.h. **alle 28 EU-Mitgliedstaaten sowie Norwegen, Island und Liechtenstein**. Damit muss ein Händler an alle Kunden (B2C und B2B – siehe vorherige Frage) innerhalb des EWR verkaufen und darf keinen Kauf an einen EWR-Staatsangehörigen, der sich innerhalb des EWR aufhält, ablehnen. Kunden aus Norwegen, Island und Liechtenstein müssen wie EU-Kunden behandelt werden.

Verkäufe an Kunden aus anderen europäischen Ländern bzw. generell Drittstaaten außerhalb des EWR fallen nicht in den Anwendungsbereich der Verordnung. Dies gilt auch für die Schweiz. In der Praxis kann es oft schwierig sein, die Staatsangehörigkeit oder den Wohnort eines Kunden zu ermitteln. Die Verordnung verlangt von Anbietern jedoch in dieser Hinsicht keinerlei Verifizierung.

9. Was ist mit dem Vereinigten Königreich?

Zum gegenwärtigen Zeitpunkt genießen auch britische Kunden bzw. Kunden im Vereinigten Königreich den Schutz vor Diskriminierung und das Recht zum Kauf aus dieser Verordnung. Ebenso sind britische Unternehmen dadurch gebunden. Dies wird sich voraussichtlich während der Brexit-Übergangsphase bis mindestens Ende 2020 erst einmal nicht ändern. Darüber hinaus ist es nicht möglich eine Aussage zu treffen, weil das **finale Abkommen zwischen der EU und dem Vereinigten Königreich** darüber entscheiden wird, inwiefern diese Verordnung (und unzählige andere) weiterhin Anwendung auf britische Bürger und Unternehmen findet.

10. Betreffen mich diese Vorschriften nur, wenn ich grenzüberschreitend tätig bin?

Nein. Es spielt keine Rolle, ob Sie als Händler heute nur in Österreich oder auch in anderen Ländern tätig sind. In beiden Fällen müssen Sie durch die Verordnung an Kunden im gesamten EWR-Raum verkaufen (aber nicht liefern).

Allerdings werden **rein inländische Sachverhalte** in der Verordnung explizit ausgeschlossen (Erw. 7 & Art. 1 Abs. 2). D.h. Situationen, bei denen sich alle wesentlichen Bestandteile der Transaktion auf einen einzigen Mitgliedstaat beschränken – sprich der Kunde, der Händler, das Ziel der Lieferung, das Zahlungsmittel, etc. stammen alle aus demselben Land. In solch einem Fall kann der Kunde keine direkten Rechte aus der Verordnung ableiten.

11. Welche Rechtsvorschriften finden Anwendung? Das Recht meines Sitzlandes oder das Recht des Sitzlandes des Verbrauchers?

Die Geoblocking-Verordnung ändert an den bestehenden Vorschriften für den Fall einer grenzüberschreitenden Transaktion nichts. Die Frage wird in der Verordnung (EG) Nr. 593/2008 vom 17. Juni 2008 über das auf vertragliche Schuldverhältnisse anzuwendende Recht (Rom I) geregelt.

- ✓ Bei einem **Verkauf an einen Verbraucher (B2C)** wird das "Recht des Händlers" angewendet, solange der Händler seine Tätigkeit nicht auf das Land des Verbrauchers ausrichtet, z.B. indem er den Versand der Ware dorthin anbietet. Details können Sie Artikel 6 Absatz 2 der Rom I-Verordnung entnehmen.
- ✓ Verkaufen Sie **Waren an ein Unternehmen (B2B)**, einigen Sie sich entweder bilateral auf das anwendbare Recht (Artikel 3 der Rom I-Verordnung) oder, falls sie das nicht tun, findet das Recht des Händlers Anwendung (Artikel 4 der Rom I-Verordnung).

12. Auf wen bezieht sich die Verordnung? Wer gilt als Händler?

Ein Händler bzw. Anbieter ist jede natürliche oder juristische Person, die für die Zwecke der gewerblichen, geschäftlichen, handwerklichen oder beruflichen Tätigkeit tätig wird (Art. 1). Im Kontext der Verordnung wird **jedes einzelne Unternehmen** als ein individueller Anbieter gesehen und nicht etwa nur das Mutterunternehmen, das über einzelnen Händlern (Niederlassungen/Tochterunternehmen) steht.

Praxisbeispiel

Ein Unternehmen mit Sitz in Österreich hat Niederlassungen in allen EU-Mitgliedstaaten. Jede Landesgesellschaft operiert mit ihrer eigenen Webseite und bietet eine Belieferung jeweils nur in diesem einen Land an. Dem österreichischen Mutterunternehmen kann in diesem Fall nicht ausgelegt werden, dass es selbst in der gesamten EU tätig ist. D.h. haendler.fr ist in Frankreich tätig, haendler.at in Österreich, haendler.nl in den Niederlanden, usw., so dass jedes Tochterunternehmen seine Tätigkeit (zumindest gewollt) immer nur auf ein Land ausrichtet und nicht grenzüberschreitend agiert.

13. Was genau ist eine "Online-Benutzeroberfläche"? Sind alle Webseiten und Apps betroffen?

„Online-Benutzeroberfläche“ ist ein **Sammelbegriff für Software**, einschließlich Internetseiten oder (mobiler) Anwendungen (Apps), die von einem Anbieter oder in dessen Namen betrieben werden und dazu dienen, den Kunden Zugang zu Waren (oder Dienstleistungen) zu gewähren mit dem Ziel, ein Geschäft zu tätigen (Art. 2).

Das bedeutet im Umkehrschluss, dass **rein informative Webseiten**, auf denen ein Unternehmen – oder selbst Produkte – lediglich vorgestellt werden, Kunden aber keine Käufe tätigen können, nicht in den Anwendungsbereich fallen. Bei solchen Webseiten ist es demnach möglich, Kunden den Zugriff zu verweigern oder sie (ohne Zustimmung) automatisch umzuleiten.

Wenn jedoch auf rein informativen Internetseiten auf andere Seiten verlinkt wird, auf denen Kunden tatsächlich Käufe tätigen können (z.B. eine internationale Start- und Infoseite, die auf nationale Shops verlinkt), sind das Umleiten und die Zugangsblockade wiederum verboten. Demnach gilt das Grundprinzip des vollen und gleichberechtigten Zugangs auf für **Preisvergleichswebseiten**.

14. In welchem Land muss ich Mehrwertsteuer abführen?

Mehrwertsteuer wird nach den Vorschriften und Sätzen abgeführt, die in jenem Land gelten, **in dem die Lieferung als ausgeführt gilt**. Unproblematisch ist daher der Fall, wenn der Kunde die Ware abholt. Wie in einem ganz normalen Inlandsfall wird die Lieferung im Staat besteuert, in dem sich das Ladengeschäft befindet (Erw. 23). Bei Abholung im Ladengeschäft eines österreichischen Händlers also in Österreich. Anders aber, wenn die Ware an einen Privatkunden im EU-Ausland versandt wird. In diesem Fall kann sich eine Steuerpflicht und damit eine umsatzsteuerliche Registrierungspflicht im Staat des Kunden ergeben. Dazu kommt es, wenn die für den betreffenden Mitgliedstaat anwendbare Umsatzschwelle überschritten wird. Die derzeit anwendbaren Umsatzschwellen variieren von Mitgliedstaat zu Mitgliedstaat. In vielen Mitgliedstaaten liegt sie derzeit bei 35.000 EUR/Jahr.

Ab 2021 werden die unterschiedlichen Schwellenwerte zugunsten eines EU-weit einheitlichen Schwellenwerts von 10.000 EUR abgeschafft. Um den Unternehmen Registrierungs- und Steuererklärungs-pflichten im Ausland zu ersparen, sollen sie für die Abgabe der Steuererklärungen den derzeit für elektronische Leistungen schon bestehenden One-Stop-Shop (z.B. ein Webportal der Finanzverwaltung) benutzen dürfen.

Praxisbeispiel

Ein Händler ist nur in Österreich tätig. Nun kauft ein Kunde aus Deutschland ein Produkt und holt dieses im Ladengeschäft in Salzburg ab. Wie bei jedem stationären Verkauf gilt hier österreichisches Umsatzsteuerrecht. Es ist nicht notwendig, sich steuerlich in Deutschland zu registrieren.

15. Welche technischen Anpassungen muss ich an meiner Webseite vornehmen?

Bezüglich des Zugangs zu einer Webseite oder App:

- ✓ Zunächst ist es keinesfalls erlaubt, den Zugang zu Webseiten (auf denen Produkte angeboten werden) bzw. Online-Shops mit technischen Mitteln zu blockieren, sei es auf Grundlage der IP-Adresse, oder anderer Parameter, die mit der Staatsangehörigkeit oder des Aufenthaltsorts eines Kunden in Zusammenhang stehen (z.B. Postleitzahlen, Adressen oder GPS-Koordinaten).
- ✓ **Kunden müssen vollen und gleichberechtigten Zugang genießen** (Erw. 18 & Art. 3) – außer in Fällen, in denen europäisches oder nationales Recht den Zugang zu oder den Verkauf von bestimmten Produkten ausdrücklich verbietet (Erw. 18, 21 & Art. 3 Abs. 3). In solchen Fällen muss vom Anbieter klar und deutlich erläutert werden, warum eine Sperrung, Zugangsbeschränkung oder Weiterleitung erforderlich ist und zwar in der Sprache der Webseite, die der Kunde ursprünglich aufgerufen hat. Es ist dabei nicht ausreichend pauschal auf „gesetzliche Verpflichtungen“ zu verweisen, konkrete rechtliche Vorschriften („Gesetz XY vom ... über...“) müssen aber auch nicht aufgeführt werden. Ein Händler kann zum Beispiel erläutern, dass der Zugang auf Grund von urheberrechtlichen Beschränkungen versagt wird.
- ✓ Auch alle anderen Arten von Online-Benutzeroberflächen – z.B. Shopping-Apps – müssen nach dem gleichen Prinzip für alle EWR-Kunden zugänglich und nutzbar sein (Erw. 18).

Praxisbeispiel

Sie verkaufen online Feuerwerkskörper in Land A und nur dort. Ihre Webseite ist in der Sprache von Land A gestaltet. In Land B ist der Verkauf von Feuerwerk an Verbraucher verboten. Dementsprechend ist es erlaubt (aber nicht verpflichtend!) den Zugang zu ihrem Onlineshop für Kunden aus Land B zu blockieren, z.B. über die IP-Adresse. Ebenso wäre es erlaubt den Zugang nur zu beschränken (z.B. indem Verbraucher zwar blockiert, aber Unternehmen als Käufer zugelassen werden oder nur Kinderfeuerwerk gekauft werden kann) oder die Kunden auf eine andere Webseite umzuleiten. Wenn Sie zu dieser Maßnahme greifen, müssen Sie ihr Handeln gegenüber den potenziellen Kunden verständlich erklären und z.B. auf „besondere Sicherheitsvorschriften in Land B“ verweisen – und zwar in der Sprache jener Webseite, die der Kunde ursprünglich aufgerufen hat, sprich jener von Land A und nicht in der (fremden) Sprache von Land B.

Bezüglich der Möglichkeit des Kunden eine Bestellung aufzugeben:

Eine Webseite oder App darf nicht so gestaltet sein, dass sie es bestimmten EWR-Kunden erschwert oder unmöglich macht den Bestellvorgang in der Praxis erfolgreich abzuschließen (Erw. 19). Alle Formulare und Eingabemasken müssen es erlauben, eine Bestellung von überall innerhalb des EWR aufgeben zu können. Das bedeutet:

- ✓ Bei der Eingabe allgemeiner Kontaktinformationen oder einer Rechnungsadresse darf ein Online-Formular nicht derart gestaltet sein, dass es nur Adressen aus einem Land oder wenigen Ländern zulässt – z.B. mittels einer begrenzten Liste an Ländern in einem Drop-Down-Menü oder einem Eingabefeld, das nur fünfstellige Postleitzahlen akzeptiert (siehe Beispiel unten). Hier könnten technische Anpassungen in Ihrem Online-Shop notwendig sein, um **Adressen aus allen EWR-Staaten** zu akzeptieren, insbesondere wenn Sie ein Programm zur automatischen Adresserkennung verwenden.

Ihre Rechnungsadresse

Straße und Hausnummer*


Adresszusatz

PLZ*

Ort*

Land**

Mit * gekennzeichnete Eingabefelder müssen ausgefüllt werden.

**Bitte beachten Sie: Bestellungen auf  sind nur mit einer Rechnungs- und Lieferadresse in Deutschland möglich.

- ✓ Selbiges gilt bei **Kontakt**daten, wie Telefonnummern. Ein Formular darf nicht so gestaltet sein, dass nur Telefonnummern aus Österreich eingetragen werden können (sofern die Eingabe der Telefonnummer für die Aufgabe der Bestellung erforderlich ist).
- ✓ In Bezug auf **Liefer**adressen (und im Falle, dass die Lieferung auf bestimmte Länder beschränkt ist) dürfen nach wie vor Adressformate und Länderlisten verwendet werden, die das Eintragen von Lieferadressen technisch auf jene Länder beschränken, in denen der Händler den Versand der Ware auch anbietet.
- ✓ **Verkaufsbedingungen, Preise und Angebote/Sortiment** dürfen innerhalb eines einzigen Online-Shops nicht automatisch angepasst werden, z.B. je nachdem von was für einer IP-Länderadresse ein Kunde die Seite aufruft, welche Adresse er zu Beginn seines Besuchs des Webshops einträgt, welches Zahlungsmittel er angibt, o.ä. Allerdings dürfen Sie nach wie vor verschiedene (Länder-) Shops mit unterschiedlichen Preisen/Angeboten/Konditionen betreiben (Erw. 27 & Art. 4 Abs. 2), aber alle EWR-Kunden müssen in der Lage sein, in jedem dieser Shops Waren zu den gleichen Bedingungen kaufen zu können.













Bezüglich der Weiterleitung von Kunden:

- ✓ Es ist nicht erlaubt, einen Kunden automatisch von einer (länderspezifischen) Version eines Online-Shops auf eine andere Version umzuleiten, ohne dass der Kunde ausdrücklich zustimmt (Erw. 20 & Art.3). Für die **Zustimmung** muss eine technische Möglichkeit geschaffen werden, z.B. indem der Kunde einen Haken in einem Pop-up-Fenster setzen kann.
- ✓ Leitet man einen Kunden mit seiner Einwilligung weiter, muss er die Möglichkeit bekommen, auf einfache Art und Weise auf jene Webseite zurückzukehren, die er ursprünglich aufrufen wollte, z.B. indem im selben Pop-Up ein **Link zum ursprünglichen Shop** ausgewiesen wird.
- ✓ Die **Einwilligung des Kunden kann gespeichert werden** (z.B. in seinem Kundenkonto), so dass er beim wiederholten Auftreten derselben Situation nicht erneut nach seiner Einwilligung gefragt werden muss und direkt weitergeleitet werden kann. Die Einwilligung muss jederzeit widerrufen werden können.

Bezüglich des Angebots von Zahlungsmitteln:

Wenn ein Händler eine bestimmte Zahlungsmethode grundsätzlich akzeptiert, z.B. Kreditkarten der Marke Visa, muss er sicherstellen, dass er Visa-Kreditkartenzahlungen **aus allen EWR-Ländern** akzeptiert. Es dürfen dann z.B. keine Zahlungen von in Bulgarien ausgestellten Visa-Kreditkarten oder mit Visa-Kreditkarten von sich in Bulgarien befindenden Kunden abgelehnt werden (siehe Beispiel unten). Dieses Grundprinzip gilt generell für die meisten gängigen Zahlungsmittel im Online-Handel.

Wie willst Du bezahlen?

<input type="radio"/>	 PayPal	Empfohlen	
<input type="radio"/>	 Lastschrift		
<input type="radio"/>	 Rechnung Kauf auf Rechnung		
<input type="radio"/>	 MasterCard		
<input checked="" type="radio"/>	 VISA VISA Kreditkarte		
<div style="border: 2px solid red; padding: 5px;"> <p>Leider konnten wir die Zahlung nicht abschließen. Wir unterstützen keine Kreditkartenzahlung außerhalb von Deutschland, Österreich, Niederlande oder der Schweiz.</p> </div>			
<input type="radio"/>	 SOFORT Überweisung		

Bezüglich der Formulierung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen:

Schließlich müssen Sie selbstverständlich nicht nur bei der Behandlung von Kunden in der Praxis sondern auch bei der formalen Ausgestaltung des AGB-Textes darauf achten, Diskriminierungen zu vermeiden. D.h. Formulierungen wie z.B. „Bestellungen sind grundsätzlich nur aus Österreich möglich.“ sind zu vermeiden. Eine ausdrückliche Beschränkung des Liefergebietes – z.B. auf Österreich – in den AGBs ist aber weiterhin möglich.

b) Lieferung und Logistik**16. Muss ich an alle Kunden in der EU/im EWR liefern?**

Nein. Es steht Ihnen als Händler weiterhin vollkommen frei, zu entscheiden, ob, wohin und unter welchen Bedingungen Sie die Waren versenden, die Sie verkaufen (Ewr. 28). Sie müssen dabei lediglich alle ERW-Kunden gleich behandeln.

Praxisbeispiel

Sie versenden Ihre Waren nur innerhalb Österreichs. Ein Kunde aus Deutschland möchte ein Produkt von Ihnen kaufen. Sie müssen den Kauf zulassen, aber der Kunde muss eine Lieferadresse in Österreich nennen, wo die Ware für ihn in Empfang genommen wird bzw. wo er die Ware abholt. Dabei kann es sich auch um einen Abholpunkt handeln, z.B. in einem Ihrer stationären Geschäfte an der deutsch-österreichischen Grenze.

17. Muss ich Abholpunkte für ausländische Kunden einrichten?

Nein. Sie werden nicht verpflichtet, irgendeine Möglichkeit zur Abholung einzurichten, sofern Sie dies nicht möchten – weder für lokale Kunden innerhalb Ihres Vertriebsgebietes, noch für ausländische Kunden. Lediglich in Fällen, in denen Sie in den AGB eine solche Möglichkeit zur Abholung ausdrücklich anbieten (z.B.: „Alle unsere online gekauften Produkte können auch in jeder unserer Niederlassungen abgeholt werden.“) kann zwischen dem Händler und dem Kunden ein Abholort vereinbart werden (Ewr. 23 & Art. 4 Abs. 1a). Diese Möglichkeit zur Abholung muss dann auch ausländischen Kunden diskriminierungsfrei zur Verfügung stehen.

18. Kann ich meinen Kunden einen Logistikdienstleister empfehlen oder ihnen sonst mit der Lieferung helfen?

Die Verordnung verpflichtet Händler dazu, Waren überall im EWR zu verkaufen, aber nicht zu versenden. Bei einem Kauf von einem Kunden von außerhalb Ihres Vertriebsgebietes ist es somit Ihre freie Entscheidung, ob Sie dem ausländischen Kunden dennoch eine Lieferung der Ware anbieten oder ihn anderweitig dabei unterstützen möchten die Lieferung selbst zu organisieren, z.B. mit der Empfehlung eines Paketdienstleisters.

Allerdings besteht abhängig davon, wie diese Hilfestellung bei der Lieferung durch den Händler genau ausgestaltet wird und wann er eine Empfehlung ausspricht, das Risiko, dass dem Händler dies als Ausrichten seiner Tätigkeit auf das Heimatland des Verbrauchers ausgelegt wird (Art.1 Abs. 6).

Die Folge wäre:

1. Sie müssten einschlägige, nationale, außervertragliche Vorschriften aus dem Heimatland des Verbrauchers beachten, z.B. aus den Bereichen Produktkennzeichnung und -sicherheit.
2. Sie müssten – sofern Sie tatsächlich selbst liefern und über der entsprechenden Schwelle liegen – Mehrwertsteuer abführen.

Wenn Sie an Verbraucher verkaufen:

3. Sie müssten die relevanten Verbraucherschutzvorschriften des Heimatlandes des Verbrauchers anwenden (Gewährleistungsrechte, Informationspflichten, etc.).
4. Sie würden Gefahr laufen, im Heimatland des Verbrauchers nach dortigem Recht verklagt zu werden.

Sie helfen dem Kunden beim Versand der Ware	Riskieren Sie, ihre Tätigkeit auf das Heimatland des Verbrauchers auszurichten?
<p>Sie liefern selbst nicht in das Land des Verbrauchers, aber:</p> <ul style="list-style-type: none"> Sie bewerben in Ihrem Online-Shop einen Versanddienstleister, der auch in das Heimatland des Verbrauchers liefert. Sie verlinken auf Ihrer Seite zu einem oder mehreren solcher Versanddienstleister. Sie stellen anderweitig Tipps und Empfehlungen zur Verfügung, wie der Versand in das Land des Verbrauchers organisiert werden kann. 	Ja
<p>Vor Vertragsabschluss:</p> <ul style="list-style-type: none"> Sie empfehlen einem Kunden – ad hoc/spontan – einen Versanddienstleister, z.B. im Rahmen eines Email-Austausches, der dem Kauf vorausgeht. 	Ja
<p>Nachdem der Vertrag geschlossen ist, organisieren Sie als Händler selbst den Versand der Ware.</p>	Ja
<p>Nach Vertragsabschluss schlagen Sie dem Kunden einen Versanddienstleister vor.</p>	<p>Kommt drauf an:</p> <p>Das Risiko, dass das Verbraucherrecht des Heimatlandes des Verbrauchers zum Tragen kommt, besteht dennoch. Um das Risiko zu minimieren sollten Sie sicherstellen, dass dies eine einmalige Hilfestellung im Rahmen einer ausdrücklichen Ausnahme ist. Sie sollten die Empfehlung nicht regel- oder standardmäßig aussprechen.</p> <p>Dennoch kann das Risiko nicht vollständig ausgeschlossen werden. Gerichte könnten sich Ihr Verhalten in diesem und anderen Fällen im Rahmen eines Verfahrens genauer ansehen und zu dem Schluss gelangen, dass Sie ihre Tätigkeit auf das jeweilige Land ausrichten.</p> <p>Ja, was die Mehrwertsteuer betrifft:</p> <p>Sofern Sie über der entsprechenden Umsatzschwelle liegen, müssen Sie im Zielland Mehrwertsteuer abführen, da Sie durch jegliche Aktivität, die – auch im weiteren Sinne – mit dem Versand in Verbindung steht, unter die Mehrwertsteuer-Vorschriften des Ziellandes fallen.</p>

19. Wozu bin ich verpflichtet, wenn der Kunde sich bereit erklärt, den Transport selbst zu organisieren?

Sie sind als Händler lediglich dazu verpflichtet, die Ware an eine **Adresse innerhalb Ihres üblichen Liefergebietes zu versenden** (sofern Sie überhaupt Versand anbieten). Befindet sich der Kunde außerhalb dieses Gebietes, ist es seine alleinige Aufgabe den Weitertransport der Waren an den finalen Bestimmungsort zu organisieren.

20. Kann ich den Versand auf bestimmte Gebiete innerhalb eines Landes beschränken (z.B. nur große Städte, keine Inseln, etc.)?

Ja, es steht Ihnen frei zu entscheiden, wohin Sie innerhalb eines Landes liefern (und in welche Länder Sie liefern sowieso). Sie können sich entscheiden, Waren nur innerhalb bestimmter Städte zu versenden, den Versand auf bestimmte Regionen/Bundesländer zu beschränken oder abgelegene Gegenden, wie z.B. Inseln, von der Belieferung auszuschließen. Dabei müssen Sie aber immer allen EWR-Kunden gleichberechtigt die Möglichkeit geben, einen Kauf zu tätigen und das Produkt in das jeweilige, eingeschränkte Vertriebsgebiet geliefert zu bekommen.

Es sei auch daran erinnert, dass Online-Händler nach der Verbraucherrechterichtlinie 2011/83/EU (Art. 8 Abs. dazu verpflichtet sind, zu Beginn des Bestellvorgangs klar und deutlich auf **Versandbeschränkungen** hinzuweisen, sprich in welche Länder, Regionen, etc. sie nicht liefern.

c) Zugang zu einer Webseite oder App

21. Kann ich einen Kunden automatisch von einer Webseite auf eine andere umleiten?

Nein. Grundsätzlich ist es durch die Verordnung nicht länger erlaubt, Kunden den Zugang zu einem Online-Shop auf Grundlage ihrer Nationalität oder ihres Aufenthaltsortes zu verweigern, bzw. sie automatisch auf eine andere Version desselben Webshops (z.B. mit anderen Preisen oder einem anderen Produktangebot) weiterzuleiten. Sie müssen als Händler allen EWR-Kunden die Möglichkeit geben, selbstbestimmt auf alle (länderspezifischen) Versionen Ihres Onlineshops zuzugreifen.

Darüber hinaus müssen Sie dem Kunden die Wahlmöglichkeit geben, zu entscheiden, ob er auf eine **andere Version des Webshops** (z.B. mit einem auf seinen Aufenthaltsort zugeschnittenen Produktangebot) weitergeleitet werden will oder ob er tatsächlich auf die von ihm ursprünglich angesteuerte Webseite zugreifen will. Eine Weiterleitung ist nur erlaubt, sofern Sie die explizite Zustimmung des Kunden einholen. Wenn ein bestimmter Kunde diese Zustimmung einmal gegeben und seine Präferenz damit geäußert hat, können Sie diese für die Zukunft speichern (z.B. in den Einstellungen des Kundenkontos). Sollte dieselbe Situation erneut auftreten, brauchen Sie den Kunden nicht erneut nach seiner Einwilligung zu fragen. Der Kunde muss jedoch zu jedem Zeitpunkt die Möglichkeit haben, die Einwilligung zurückzunehmen und auf alle Versionen des Webshops zugreifen können (Erw. 20 & Art. 3).

Sollte die Umleitung eines Kunden erfolgen, weil eine bestimmte europäische oder nationale Rechtsvorschrift dies verlangt (z.B. Verbot des Onlineverkaufs von Produkt X in Land Y) ist diese automatische Weiterleitung (ohne Zustimmung) gestattet. Der Kunde muss in diesem Fall darüber informiert werden, warum diese Umleitung stattfindet und zwar in der Sprache der Webseite, die er versucht hat aufzurufen – sprich wenn ein Kauf rechtlich auf Deutschland beschränkt werden darf, besteht keine Notwendigkeit ausländische Kunden in einer anderen Sprache als Deutsch über Zugangsbeschränkungen/Weiterleitungen zu informieren (Erw. 21).

Praxisbeispiel

Sie betreiben eine österreichische und eine französische Version desselben Online-Shops. Ein Kunde mit einer französischen IP-Adresse möchte auf die österreichische Version des Shops zugreifen (webshop.at). Bisher haben Sie diesen Kunden u.U. immer automatisch – und ohne dass er davon viel mitbekommen hat – auf webshop.fr umgeleitet, auch weil er da das Angebot in seiner Sprache und speziell auf ihn zugeschnitten vorfindet. Dies ist nun nicht mehr möglich. Wenn Sie ihn nun auf die französische Version umleiten wollen, muss der Kunde explizit zustimmen, z.B. indem er einen Haken in einem Pop-Up-Fenster setzt. Gleichzeitig müssen Sie ihm – am besten im selben Pop-Up – eine einfache Möglichkeit geben, doch auf webshop.at zuzugreifen.

Bei eingeloggten Kunden können sie die Einwilligung für spätere Besuche im Kundenkonto speichern. Bei Kunden, die nicht eingeloggt sind, bleibt vermutlich nur die Möglichkeit der Speicherung der Präferenz über Cookies, aber die Verordnung macht hierzu keine näheren Angaben. Beachten Sie hierbei die Vorschriften der aktuellen [ePrivacy-Richtlinie 2009/136/EG](#), bzw. der zukünftigen [ePrivacy-Verordnung](#) sowie der [Datenschutzgrundverordnung 2016/679/EU](#).

Bitte beachten Sie, dass rein inländische Sachverhalte von der Verordnung nicht abgedeckt werden (Erw. 7 & Art. 1 Abs. 2). Wenn also kein grenzüberschreitendes Element und keine potenzielle Diskriminierung auf Grund der Nationalität oder des Aufenthaltsortes vorliegt, ist auch eine automatische Weiterleitung möglich, z.B. von einem Kunden aus Österreich, der bei einem österreichischen Online-Shop automatisch von der normalen Version des Shops auf die „Weihnachts-Version“ desselben Shops umgeleitet wird.

22. Müssen meine Shopping Apps in den App Stores aller EU-Mitgliedstaaten verfügbar sein?

Die Verordnung gibt das Grundprinzip vor, dass alle EWR-Kunden **vollen und gleichberechtigten Zugang zu den Online-Benutzeroberflächen** von Online-Shops haben müssen, was auch Shopping Apps miteinschließt (Erw. 18 & Art.3). D.h. Kunden müssen auch überall im EWR in der Lage sein, die jeweilige Shopping App herunterzuladen und zu nutzen.

Bietet ein Händler nun eine Shopping App lediglich in einem einzigen Land an, bzw. in einem App Store eines bestimmten Landes, verlangt die Verordnung nicht, dass der Händler die App auch in allen anderen nationalen App Stores aller weiteren EWR-Länder verfügbar machen muss. Es ist dagegen Aufgabe der App Store-Betreiber sicherzustellen, dass alle EWR-Kunden auf die Shopping App in diesem einen, nationalen App Store zugreifen können.

Praxisbeispiel

Angenommen Sie haben eine Shopping App und machen sie nur in der österreichischen Version des App Stores „XY“ zum Download verfügbar. Deutsche Kunden können im österreichischen App Store aber keine Apps herunterladen (z.B. wegen Geoblockings auf Basis der IP-Adresse oder weil man dafür eine österreichische Kreditkarte benötigt). Damit werden deutsche Kunden benachteiligt, da sie keinen Zugang zu Ihrer „Online-Benutzeroberfläche (=App)“ haben. Allerdings liegt es in diesem Fall in der Verantwortung von XY als Betreiber des App Stores, dafür zu sorgen, dass Kunden aus Deutschland Zugang zum österreichischen App Store bekommen und die App downloaden können und nicht in der Verantwortung des Händlers, die App in der deutschen Version des App Stores XY ebenfalls verfügbar zu machen.

d) Preise und Sonderangebote

23. Können die Preise auf verschiedenen Websites bzw. online und offline unterschiedlich sein?

Ja. Sollten Sie online und offline verschiedene Shops betreiben, darf der Preis für ein und dasselbe Produkt je nach Vertriebskanal unterschiedlich sein. **Preise, (Sonder)Angebote und sonstige Verkaufsbedingungen** dürfen nur nicht innerhalb eines Online-Shops (oder Geschäftes) abhängig von Nationalität, Wohn oder Niederlassungsort variieren und Sie müssen jedem Kunden immer die Möglichkeit zugestehen, das Produkt über jenen Vertriebskanal zu erwerben, wo es für ihn am günstigsten ist (auch wenn der Kunde dann im Zweifel nicht beliefert wird) (Erw. 27).

Praxisbeispiel

Sie verkaufen ein Produkt für 70 Euro in Ihrem österreichischen Online-Shop. In der französischen Version Ihres Online-Shops kostet exakt dasselbe Produkt 95 Euro. Ein französischer Kunde muss nun in der Lage sein, das Produkt auf der österreichischen Webseite zum günstigeren Preis zu erwerben. Allerdings besteht für den Händler keine Verpflichtung aus dem österreichischen Shop heraus eine Lieferung nach Frankreich anzubieten und der Kunde muss die Ware im Zweifel bei einer Adresse in Österreich abholen.

Beim **Verkauf von Büchern** können Händler durch nationale Rechtsvorschriften (wie in Österreich) verpflichtet sein, bestimmte Regeln zur **Preisbindung** einzuhalten. Händler werden durch die Verordnung nicht daran gehindert, solche Rechtsvorschriften einzuhalten, d.h. es wird Ihnen nicht untersagt, unterschiedliche Preise für Kunden in bestimmten Gebieten anzuwenden (Erw. 31 & Art. 4 Abs. 5).

24. Kann ich Rabattaktionen oder Sonderangebote auf nur einer meiner Webseiten schalten?

Ja, solange Kunden aus allen EWR-Ländern gleichermaßen von diesen Angeboten profitieren können. Die Verordnung verlangt, dass jeder EWR-Kunde in jedem Online-Shop einkaufen können muss. D.h. wann immer es ein Sonderangebot oder einen Schlussverkauf gibt, müssen diese **Angebote für alle EWR-Kunden** gleichberechtigt zur Verfügung stehen, unabhängig von Nationalität oder Aufenthaltsort, und es darf von jedem Kunden immer nur der Preis verlangt werden, den Kunden bezahlen, auf die das Angebot abzielt (Erw. 27). Dabei sei darauf hingewiesen, dass Händler die nationalen Vorschriften zu Sonderangeboten und Rabattaktionen zu berücksichtigen haben, z.B. wann/unter welchen Bedingungen in dem jeweiligen Land ein Schlussverkauf durchgeführt werden darf.

Praxisbeispiel

Sie betreiben drei länderspezifische Versionen Ihres Online-Shops in Österreich, Polen und Spanien. Nun bieten Sie innerhalb jedes Shops einen „Muttertagsrabatt“ auf ihre Waren an, und zwar gezielt für polnische Kunden im Vorfeld des 26. Mai, für spanische Kunden im Vorfeld des ersten Sonntags im Mai und für österreichische Kunden im Vorfeld des zweiten Sonntags im Mai. Sie müssen Käufe zu diesem Sonderpreis von Kunden aus dem gesamten EWR zulassen und können z.B. nicht sagen, nur polnische Käufer bekommen vor dem 26. Mai das Produkt zu diesem Preis (auch wenn Sie den Versand auf Polen beschränken können).

e) Zahlungsmethoden und Betrugsprävention

25. Welche Zahlungsmittel muss ich anbieten?

Die Verordnung schafft keine neuen Anforderungen in Bezug darauf welche Zahlungsmittel Sie anbieten müssen, sondern wie Sie sie anbieten. D.h. unter **Berücksichtigung bestehender Vorschriften** zum Angebot von Zahlungsmitteln (z.B. dass Sie mindestens eine gängige Zahlungsmethode kostenfrei anbieten müssen) steht es Ihnen grundsätzlich frei zu entscheiden, welche Zahlungsmittel Sie als Händler akzeptieren. Wenn Sie nun aber bspw. Kreditkartenzahlungen akzeptieren, müssen Sie Kreditkartenzahlungen von allen EWR-Kunden auf diskriminierungsfreie Art und Weise zulassen. D.h. Sie können z.B. nicht einfach Kreditkartenzahlungen aus Bulgarien ablehnen, aus Ungarn erst ab 50 Euro zulassen oder aus Spanien mit eine Zusatzgebühr von 2 Euro belegen.

Kurz gesagt: Sie dürfen die Akzeptanz bzw. die Bedingungen einer Zahlung nicht länger von der Nationalität oder dem Wohnort des Kunden bzw. dem Niederlassungsort der Bank des Kunden abhängig machen (Erw. 32 Art. 5). Grundsätzlich gilt dieses Prinzip laut der Verordnung für **Kartenzahlungen** sowie für Zahlungen per **Lastschrift und Überweisung** (inkl. Kauf auf Rechnung, wenn die Zahlung per Überweisung und nicht bspw. bar getätigt wird). Zudem gibt es Ausnahmen (siehe nächste Frage).

Praxisbeispiele (nicht abschließend)

- Sie dürfen nicht Zahlungen mit einer in Frankreich ausgestellten Kreditkarte akzeptieren, aber Zahlungen mit einer in Polen ausgestellten Kreditkarte ablehnen.
- Sie dürfen keine diskriminierenden Begrenzungen oder Schwellenwerte festsetzen, wie z.B., dass man mit einer belgischen Kreditkarte nur Beträge bis 50 Euro bezahlen darf.
- Wenn Sie Maestro als Zahlungsmittel akzeptieren, müssen Sie auch andere Maestro-(Debit!)-Karten aus dem EWR akzeptieren. Ebenso bei Kreditkarten.
- Wenn Sie Zahlungen mit Visa-Kreditkarten akzeptieren, müssen Sie nicht auch automatisch Kreditkarten von MasterCard (oder American Express oder...) akzeptieren.
- Wenn Sie Kreditkartenzahlung mit Visa akzeptieren, sind Sie nicht automatisch verpflichtet eine Zahlung mit einer Visa-Debitkarte zu akzeptieren und umgekehrt.

26. Unter welchen Umständen ist es erlaubt eine Zahlung auf Rechnung oder per Lastschrift für bestimmte Kunden abzulehnen?

Wenn Sie als Händler durch die Akzeptanz eines Kaufs auf Rechnung (durch einen ausländischen Käufer) einen neuen oder geänderten **Vertrag mit einem Zahlungsauslösedienstleister** schließen müssen, können Sie in diesem Fall jene Zahlungsmethode ablehnen (Erw. 32).

Darüber hinaus gilt Folgendes (Erw. 33 & Art. 5 Abs. 2): Hat ein Händler – z.B. bei einem Kauf auf Rechnung – keine andere Möglichkeit, das Kreditausfallrisiko zu verringern, insbesondere auch bei **Schwierigkeiten bei der Beurteilung der Kreditwürdigkeit des Kunden**, ist es dem Händler gestattet, die Lieferung der Ware so lange zurückzuhalten, bis er eine Bestätigung erhalten hat, dass der Zahlungsvorgang vom Kunden ordnungsgemäß eingeleitet wurde – sprich bis der Händler die Zahlung erhalten hat oder der Kunde beweisen kann, dass er die Zahlung (unwiderruflich) getätigt hat. De facto stellt dies eine Vorauszahlung dar.

Im Falle einer **Zahlung per Lastschrift** können Händler alternativ sogar explizit eine Zahlung per Vorkasse verlangen bevor die Ware verschickt wird. Eine unterschiedliche Behandlung von Kunden innerhalb des EWR in Bezug auf die Zahlungsmittel muss sich immer auf objektive und hinreichend gerechtfertigte Gründe stützen, wie z.B. die (Un)Möglichkeit des Händlers die Kreditwürdigkeit eines Kunden in einem bestimmten Land, in dem der Händler vielleicht nicht aktiv ist, abschließend beurteilen zu können. Eine voreingestellte IBAN-Diskriminierung (z.B. durch Voreinstellung des IBAN-Feldes mit den führenden Ziffern DE) ist allerdings nicht möglich, es muss stets eine individuelle Prüfung erfolgen, die dann aber zur Ablehnung des Zahlungsmittels führen kann.

27. Wie kann ich das Betrugsrisiko bei grenzüberschreitenden Transaktionen reduzieren?

Sollte die zwingende Anforderung einer **starken Authentifizierung des Kunden** gemäß der Richtlinie 2015/2366/EU nicht erfüllt sein, können Sie die Zahlung ablehnen (Art. 5 Abs. 1). Darüber hinaus gelten zur Risikominimierung die Ausnahmen wie in der Antwort zur vorherigen Frage dargelegt.

f) Produktsicherheit und -kennzeichnung

28. Hafte ich, wenn ich grenzüberschreitend Produkte verkaufe, die den rechtlichen Bestimmungen im Land des Verbrauchers nicht entsprechen?

Nein. Die Tatsache, dass Sie als Händler einen grenzüberschreitenden Verkauf an einen Kunden aus einem Land, in dem Sie eigentlich nicht tätig sind, nicht (mehr) ablehnen können, führt nicht automatisch dazu, dass Sie **außervertragliche, gesetzliche Anforderungen des Heimatlandes** dieses Kunden einhalten müssen, z.B. im Bereich der Produktsicherheit oder -kennzeichnung (Erw. 29 & Art. 4 Abs. 3). D.h. Sie haben keine Verpflichtung sicherzustellen, dass die Ware bestimmte technische Anforderungen erfüllt (z.B. den für das jeweilige Land korrekten Stecker aufweist) oder die entsprechenden Sicherheitsvorschriften einhält (z.B. bzgl. der Entflammbarkeit von Möbeln).

Auch müssen Sie den Kunden nicht über die Anforderungen in seinem Heimatland und etwaige Abweichungen Ihrer Waren davon informieren, da Sie selbst das Produkt nicht in das Heimatland dieses Verbrauchers liefern, sondern er es dorthin transportiert. Kann es schließlich an diesem Ort nicht genutzt werden, sind Sie als Händler dafür nicht verantwortlich. Ein solcher Fall kann bereits heute ganz einfach auftreten, indem z.B. ein Brite stationär in Österreich einen Toaster kauft, der dann zuhause in England nicht in die Steckdose eingesteckt werden kann. Sind Sie auf einem bestimmten nationalen Markt dagegen selbst aktiv und bieten auch einen Versand an, ist die Sachlage natürlich eine andere und Sie müssen die jeweiligen Produktvorschriften kennen und beachten.

In manchen Ländern ist der **(Online-)Verkauf bestimmter Waren** (z.B. Tabakprodukte, Alkohol, Feuerwerk, etc.) u.U. verboten, eingeschränkt oder wird von bestimmten Kennzeichnungspflichten abhängig gemacht. Ebenso wie oben beschrieben, gibt es auch hier keine Pflicht für Sie als Händler, diese Einschränkungen zu kennen oder einzuhalten, wenn Sie durch die Verordnung gezwungen werden an einen Verbraucher aus solch einem Land zu verkaufen.

29. Kann ich den Verkauf bestimmter Produkte ablehnen?

Ja, genauso wie Sie in einem solchen Fall den Zugang zu Ihrer Webseite ausnahmsweise ein- oder beschränken dürfen, können Sie auch den Verkauf eines bestimmten Produktes ablehnen, sofern eine nationale oder europäische Rechtsvorschrift einen solchen Verkauf verbietet (Erw. 31 & Art. 4 Abs. 5).

Praxisbeispiel

Sie vertreiben online Feuerwerkskörper exklusiv in Land A. In Land B ist der Verkauf von Feuerwerk an Verbraucher verboten. Somit dürfen Sie den Zugriff von Verbrauchern auf Ihren Online-Shop aus diesem Land blockieren (und z.B. den Verkauf nur auf Unternehmen oder professionelle Verwender beschränken). Auch eine automatische Weiterleitung der Endverbraucher-Kunden, z.B. zu einem speziellen Shop, in dem nur (erlaubtes) Kinderfeuerwerk angeboten wird, wäre gestattet. Wenn Sie eine solche Maßnahme ergreifen, müssen Sie die Kunden mit einer klar verständlichen Erklärung informieren (in der Sprache jenes Webshops, den der Kunde ursprünglich angesteuert hat, sprich i.d.R. in Ihrer Sprache).

30. Muss ich überprüfen, ob ein Produkt, das ich verkaufe, auf dem Heimatmarkt des Kunden überhaupt genutzt werden kann?

Nein. Es ist Ihnen gestattet Waren zu verkaufen, die einzig und allein auf einem Markt oder ggf. wenigen (nationalen) Märkten genutzt werden können, in denen Sie konkret Ihrer unternehmerischen Tätigkeit als Händler nachgehen (Erw. 29 & Art.4 Abs. 3). Es kann somit zur Folge haben, dass ein Produkt in einem bestimmten Land schlicht nicht (im gleichem Maße) funktioniert, wie z.B. bei Tastaturen, die je nach Sprache und Land eine andere Tastenbelegung aufweisen. In solch einem Fall ist es nicht notwendig, aber u.U. ratsam einen Hinweis hinzuzufügen, um Frustration auf Seiten der Kunden zu begrenzen und Beschwerden zu vermeiden. Zum Beispiel: „Dieses Produkt ist ausschließlich für die Nutzung in Österreich bestimmt.“

31. Hafte ich, wenn ich Produkte grenzüberschreitend verkaufe und diese nicht korrekt gekennzeichnet sind?

Nein, es besteht **keine Verpflichtung** die Übereinstimmung Ihres Produktes mit den Kennzeichnungsvorschriften eines Landes zu überprüfen, in dem Sie nicht aktiv sind und keinen Versand anbieten (Erw. 29 & Art.4 Abs. 3). Dies entspricht derselben Situation, als wenn ein ausländischer Kunde in Ihrem stationären Geschäft ein Produkt kauft und es mit zu sich nach Hause in sein Heimatland nimmt, deren Bestimmung das Produkt dann auch kaum erfüllen wird.

32. Können Kunden Bedienungsanleitungen oder jegliche andere Dokumentation/Produktbeschreibungen in ihrer Sprache verlangen?

Nein, nicht solange Sie Ihre Tätigkeit als Händler nicht auf dieses Land ausrichten.

g) Widerruf und Gewährleistung

33. Wenn ein Kunde den Kauf widerruft und das Produkt zurückgibt, wer zahlt dann für den Rückversand?

Die Geoblocking-Verordnung ändert in dieser Hinsicht nichts an den bestehenden Vorschriften (Erw. 28).

Nach der [Verbraucherrechterichtlinie 2011/83/EU](#) gilt:

- Wenn Sie auf Ihrer Webseite keinerlei Aussage zu den Kosten einer Rücksendung im Rahmen eines Widerrufs tätigen, müssen Sie als Händler diese Kosten tragen (§§ 4 Abs 1 Z 9 iVm 4 Abs 5 FAGG).
- Wenn Sie in Ihrem Online-Shop zum Ausdruck bringen, dass Rücksendungen im Widerrufsfall nicht kostenfrei sind, müssen die Kunden die Kosten tragen. Es empfiehlt sich diese Tatsache klar und deutlich aufzuführen und nicht in den AGB zu „verstecken“, was als unlauter gegenüber dem Verbraucher angesehen werden könnte.

Dies sind gesetzliche Vorschriften, die nur bei einem **Verkauf an Verbraucher (B2C)** zum Tragen kommen und nicht für Verkäufe an Unternehmen gelten (B2B). Bei einem B2B-Verkauf empfiehlt es sich im Vorhinein des Vertragsschlusses individuelle, vertragliche Vereinbarungen über diesen Punkt zu treffen.

34. Sofern ich in meinem Webshop kostenlosen Rückversand anbiete, muss ich die gesamten Versandkosten erstatten? Auch jene vom eigentlichen Aufenthaltsort des Kunden?

Die Geoblocking-Verordnung ändert in dieser Hinsicht nichts an den bestehenden Vorschriften (Erw. 28). Der Händler muss dem Verbraucher im Widerrufsfall alle Zahlungen zurückerstatten, inklusive etwaiger Lieferkosten (Artikel 13, [Verbraucherrechterichtlinie 2011/83/EU](#)).

Im **Kontext der Geoblocking-Verordnung** bedeutet das, dass Sie als Händler aber nur jene Versandkosten erstatten müssen, die vom Verbraucher bei der Lieferung der Ware an den ursprünglichen Bestimmungsort innerhalb Ihres aktiven Vertriebsgebietes bezahlt wurden. Jene Kosten, die für den Verbraucher u.U. zusätzlich angefallen sind, um die Ware aus dem „Land des Händlers“ an den finalen Bestimmungsort im Heimatland des Verbrauchers zu transportieren, müssen Sie nicht erstatten (Erw. 28). Dennoch empfiehlt es sich dies in den AGB noch einmal klarzustellen.

Dies sind gesetzliche Vorschriften, die nur bei einem **Verkauf an Verbraucher (B2C)** zum Tragen kommen und nicht für Verkäufe an Unternehmen gelten (B2B). Bei einem B2B-Verkauf empfiehlt es sich im Vorhinein des Vertragsschlusses individuelle, vertragliche Vereinbarungen über diesen Punkt zu treffen.

35. Wann beginnt die 14-tägige Frist für den Widerruf?

Die Geoblocking-Verordnung ändert in dieser Hinsicht nichts an den bestehenden Vorschriften (Erw. 28). Die Widerrufsfrist beginnt zu dem Zeitpunkt des Gefahrenübergangs, sprich wenn der Verbraucher oder ein vom Verbraucher benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, in den physischen Besitz der Waren gelangt (Artikel 9, [Verbraucherrechterichtlinie 2011/83/EU](#)).

36. Wenn ein Mangel am Produkt auftritt, wer trägt die Transportkosten zum/vom Wohnsitz des Verbrauchers (im Ausland) im Falle einer Ersatzlieferung bzw. beim Rücktritt vom Vertrag?

Die Geoblocking-Verordnung ändert in dieser Hinsicht nichts an den bestehenden Vorschriften (Erw. 28).

Folgendes Szenario: Ein Händler ist nur in Land A tätig. Ein Verbraucher aus Land B, hat nun dennoch das Recht zu kaufen, lässt sich eine Ware innerhalb des Landes A liefern, holt sie ab (Gefahrenübergang) und nimmt die Ware mit nach Land B. Nun tritt ein Mangel auf.

Nach der [Verbrauchsgüterkaufrichtlinie 1999/44/EG](#) gilt: Der Kunde hat ein Recht auf die **unentgeltliche Herstellung des vertragsgemäßen Zustands** (Artikel 3). D.h., wenn nun eine Ersatzlieferung vorgenommen wird, muss der Händler die Kosten für den Transport der Ersatzware nicht nur innerhalb des Landes A sondern auch für die Lieferung nach Land B tragen. Gleiches gilt für den Rücktransport der mangelhaften Ware aus Land B (auch bei Vertragsauflösung).

Die **Kosten für den Transport zum bzw. vom Aufenthaltsort der Ware** beim Kunden müssen somit grundsätzlich übernommen werden (falls tatsächlich ein Mangel vorliegt), egal wo sich die Ware befindet. Diese Regel gilt sogar über die Grenzen der EU/des EWR hinaus. Theoretisch müsste ein Händler die Kosten auch übernehmen, wenn der Kunde das Produkt z.B. mit nach Neuseeland genommen hat. Lediglich eine vage Unverhältnismäßigkeitsklausel in der Verbrauchsgüterkaufrichtlinie 1999/44/EG schützt den Händler.

Man hat versucht in Erwägungsgrund 28 der Geoblocking-Verordnung eine **weitere Schutzklausel** zugunsten des Händlers aufzunehmen: „[Die Verordnung] sollte auch nicht dahingehend ausgelegt werden, dass durch sie eine zusätzliche Verpflichtung entsteht, Versand-, Transport-, Auf- und Abbaukosten zu übernehmen, die über das hinausgehen, was unter Beachtung des Unionsrechts und des einzelstaatlichen Rechts vertraglich vereinbart wurde.“ Da aber gleichzeitig klargestellt wird, dass die Anwendung der Verbrauchsgüterkaufrichtlinie 1999/44/EG durch die Geoblocking-Verordnung unberührt bleibt, besteht hier ein **Widerspruch**. Die Kommission ist sich dessen bewusst und hat angekündigt, diesen in der neuen Richtlinie zum Warenhandel aufzulösen.

Bezüglich Waren, die installiert oder eingebaut werden müssen (z.B. Waschmaschinen oder Parkettböden), ist der Verkäufer nach der Rechtsprechung im Fall Weber/Putz (C-65/09 und C-87/09) prinzipiell verpflichtet, die **Kosten für den Ausbau der mangelhaften und den Einbau einer mangelfreien Ersatzware** zu tragen. Auch hier stellt sich die Frage, ob die oben erwähnte Schutzklausel stark genug ist, um den Händler vor der Übernahme dieser Kosten zu schützen, sollten sie beim Verbraucher in einem (fernen) Land anfallen, in dem der Händler nicht tätig ist.

Dies sind gesetzliche Vorschriften, die nur bei einem **Verkauf an Verbraucher (B2C)** zum Tragen kommen und nicht für Verkäufe an Unternehmen gelten (B2B). Bei einem B2B-Verkauf empfiehlt es sich im Vorhinein des Vertragsschlusses individuelle, vertragliche Vereinbarungen über diesen Punkt zu treffen.

37. Wer ist verantwortlich, wenn die Ware auf dem Weg zum Verbraucher beschädigt wird?

Das **Risiko einer zufälligen Beschädigung oder Zerstörung der Ware trägt der Händler** – für den Transport bis zu jenem Ort (innerhalb des Vertriebsgebietes des Händlers), der vom Kunden bei der Bestellung der Ware angegeben wurde, sprich entweder einer Lieferadresse oder einem Abholpunkt, auf den sich beide Parteien geeinigt haben. Als Händler haften Sie jedoch nicht für etwaige Schäden, die daraufhin beim Weitertransport der Ware zum finalen Bestimmungsort im Heimatland des Verbrauchers auftreten, den der Verbraucher nach Empfang der Ware am ursprünglichen Bestimmungsort selbst oder mithilfe eines Transportunternehmens organisiert.

Praxisbeispiel

Sie vertreiben online Waschmaschinen, ausschließlich in Österreich. Ein Kunde aus Frankreich kauft bei Ihnen eine Waschmaschine und lässt sie an eine Adresse in Salzburg liefern (bis hierhin tragen Sie das Risiko). Ein Transportunternehmen holt die Waschmaschine bei der Adresse in Salzburg ab und bringt sie nach Paris. Auf dem Weg dorthin gerät der Transporter in einen Sturm, kommt von der Fahrbahn ab, verunglückt und die Maschine wird stark beschädigt. Sie haften nicht für diese Beschädigung.

h) Kundenservice und Verbraucherbeschwerden

38. Können Kunden auf Kundenservice (z.B. eine Hotline) in ihrer Sprache bestehen?

Nein. Sie können die Sprache(n), in der/den Sie mit Kunden in Kontakt treten und Beschwerden bearbeiten, frei bestimmen. Kundendienst und Kundendienstleistungen können ausdrücklich territorial beschränkt werden (Erw. 28). D.h. Sie müssen **keinen Kundenservice anbieten**, in der Sprache eines Landes, auf die Sie als Händler Ihre Tätigkeit nicht ausrichten.

Wenn Sie dennoch, ausnahmsweise, eine Anfrage in der (fremden) Landessprache des Kunden beantworten, ist es unwahrscheinlich, dass Ihnen dies als Ausrichten der Tätigkeit auf das Heimatland des Kunden ausgelegt wird (Art. 1 Abs. 6). Jedoch hängt diese Frage auch von anderen Faktoren und den jeweiligen Umständen ab und das Risiko kann nicht vollständig ausgeschlossen werden.

Wenn Sie eine allgemein zugängliche Kundenhotline in der Sprache eines Landes einrichten, auf das Sie Ihre Tätigkeit bisher nicht ausgerichtet haben, kann dies leicht dahingehend interpretiert werden, dass Sie Ihre Tätigkeit nun auf dieses Land ausrichten. Dementsprechend müssten Sie u.a. die dortigen Verbraucherrechtsvorschriften einhalten.

39. Auf welcher Sprache sollte ich Beschwerden von Kunden beantworten?

Auf jener Sprache, auf der Sie Anfragen oder Beschwerden von Kunden bisher auch beantwortet haben. Sie sind **nicht verpflichtet auf der Sprache des jeweiligen Kunden zu antworten**, können dies allerdings gerne in Einzelfällen tun. Es sei allerdings erneut darauf hingewiesen, dass, wenn Sie zusätzliche Dienstleistungen (wie z.B. eine Kundenhotline auf Sprache X) standardmäßig anbieten, Ihnen dies als Ausrichten Ihrer Tätigkeit auf das Land X ausgelegt werden kann.

40. Welche Art von Kundenservice sollte ich Kunden anbieten, die aus Ländern stammen, in denen ich für gewöhnlich nicht tätig bin?

Es besteht für Händler durch die Verordnung keine Verpflichtung, irgendeine Art von zusätzlichem oder besonderem Kundenservice anzubieten – abgesehen vom grundsätzlichen Zugang für alle EWR-Kunden zu jenem Kundenservice, den Sie bereits heute für lokale Kunden anbieten. Kundendienst und Kundendienstleistungen können ausdrücklich territorial beschränkt werden (Erw. 28). Es sei aber daran erinnert: Alle EWR-Kunden müssen genauso gestellt werden, wie Kunden in jenen Ländern, in denen Sie heute bereits tätig sind. Wenn Sie jedoch zusätzliche Dienstleistungen (wie z.B. eine Kundenhotline auf Sprache X) **standardmäßig** anbieten, kann Ihnen dies als Ausrichten ihrer Tätigkeit auf das Land X ausgelegt werden kann. Dementsprechend müssten Sie u.a. die dortigen Verbraucherrechtsvorschriften einhalten.

Praxisbeispiel

Sie sind nur in Österreich tätig und bieten eine kostenlose Wartung der von Ihnen verkauften Waschmaschinen innerhalb des ersten Jahres nach Kauf an. Sie sind nicht verpflichtet diesen Service jetzt auch für (potenzielle) Kunden aus anderen EWR-Ländern anzubieten. Ein Kunde aus Frankreich kann eine Waschmaschine zwar kaufen (und abholen), sollte er sie danach auch in Frankreich nutzen, kommt er aber nicht in den Genuss der kostenlosen Wartung. Möglicherweise ist es ratsam in Ihren AGB klarzustellen, dass dieser Service nur Kunden in bestimmten Regionen/Ländern zur Verfügung steht.

i) Vereinbarungen mit Lieferanten

41. Wann muss ich Waren trotzdem verkaufen, obwohl eine Vertriebsvereinbarung mit einem Lieferanten meinen Vertrieb auf ein bestimmtes Gebiet beschränkt?

Sollte eine Vereinbarung mit einem Lieferanten Ihnen auferlegen, dass Sie bestimmte Waren – selbst ohne diese Absicht zu haben – nicht an Kunden außerhalb eines vereinbarten Gebietes verkaufen dürfen, d.h. sollte die Vereinbarung Ihnen **Beschränkungen von Passivverkäufen** auferlegen, so sind die entsprechenden Bestimmungen dieser Vereinbarung automatisch nichtig, wenn der Händler durch sie gezwungen wird gegen die Verbote der Verordnung zu verstoßen (Erw. 34 & Art. 6 Abs. 2). D.h. Sie können sich nicht auf eine solche Lieferantenvereinbarung berufen, um einen Kauf abzulehnen. Beschränkungen von Aktivverkäufen bleiben von der Verordnung unangetastet.

Praxisbeispiel

Sie verkaufen online Fahrräder in Österreich. Der Hersteller hat Sie vertraglich dazu verpflichtet Ihren unternehmerischen Tätigkeiten (Vermarktung, Verkauf, Versand) nur in Österreich nachzugehen, während ein anderer Händler für den Vertrieb an Kunden in Deutschland ausgewählt wurde. Damit hat Ihnen der Hersteller eine Beschränkung auferlegt, seine Fahrräder nicht an Kunden aus Deutschland zu verkaufen – auch wenn Sie gar keine Anstalten machen diese Fahrräder in Deutschland verkaufen zu wollen und ein deutscher Kunden einfach bemerkt, dass die Fahrräder in Ihrem Online-Shop günstiger sind, als in jenem des deutschen Händlers (passiver Verkauf). In diesem Fall können Sie den Verkauf an den deutschen Kunden nicht ablehnen. Die Beschränkung in Ihrem Vertrag mit dem Hersteller ist nichtig. Der Rest des Vertrages ist aber weiterhin gültig.

42. Muss ich irgendwelche Änderungen an den Vertriebsvereinbarungen mit meinen Lieferanten vornehmen?

Die Verordnung fordert dazu nicht explizit auf. Es ist jedoch ratsam, Vertriebsvereinbarungen oder sonstige Verträge mit Herstellern und Lieferanten zu **überprüfen**, insbesondere wenn diese auf den Vertrieb in bestimmten Ländern ausgerichtet sind.

j) Rechtsdurchsetzung und Bußgelder

43. Ab welchem Tag ist diese Verordnung anwendbar? Wann riskiere ich abgemahnt zu werden?

Die Verordnung ist ab dem **3. Dezember 2018** direkt anwendbar und bindend für die betroffenen Unternehmen. Sie muss nicht in nationales Recht umgesetzt werden.

44. Welche Strafen/Folgen sind zu erwarten, wenn ich mich nicht an die Verordnung halte?

Die Verordnung selbst macht keine Angaben über Strafen, Bußgelder oder etwaige andere Folgen bei einem Verstoß. Es obliegt damit dem jeweiligen Mitgliedstaat, die Einhaltung der Vorschriften sicherzustellen. In Deutschland wird die Einhaltung der neuen Vorschriften – wie beim zivilrechtlichen Verbraucherschutzrecht üblich – **im Wege der privaten Rechtsdurchsetzung** gewährleistet.

45. Wie werden die Vorschriften der Verordnung durchgesetzt werden?

Laut der Verordnung obliegt es den Mitgliedstaaten jeweils eine Behörde zu benennen, die für die Durchsetzung der Verordnung zuständig ist (Art. 7). Die Geoblocking-Verordnung fällt zudem unter die überarbeitete, neue Fassung der **CPC-Verordnung 2017/2394/EU** über die Zusammenarbeit zwischen den für die Durchsetzung der Verbraucherschutzgesetze zuständigen nationalen Behörden, welche ab dem 17. Januar 2020 in den EU-Mitgliedstaaten gilt. Ab diesem Stichtag löst ein Verstoß, der Verbraucher in mindestens zwei weiteren Mitgliedstaaten betrifft, als jenem, in dem ein Verstoß seinen Ursprung hatte bzw. als jenem, in dem der Händler niedergelassen ist, ein **koordiniertes, grenzüberschreitendes Vorgehen** der betroffenen zuständigen Behörden aus (siehe u.a. Artikel 17, CPC-Verordnung für weitere Details.)