

Von wegen freier Handel

Wer im Internet auf einer Website mit ausländischer Domain einkaufen möchte, blitzt allzu oft ab, weil die Firmen dies nicht zulassen. Wir fordern ein Ende des Geoblocking.

Preisunterschiede bei Produkten, die im nahen Ausland deutlich billiger angeboten werden als in Österreich, sorgen unter Verbraucherrinnen und Verbrauchern für Unmut. Davon zeugen auch zahlreiche Beschwerden unserer Leserinnen und Leser. „Wird österreichischen Kunden dann im Internet der Erwerb dieser günstigeren Angebote auch noch verwehrt, nur weil die Bestellung aus Österreich erfolgt, bringt das die Leute regelrecht auf die Palme“, sagt Jurist Reinhold Schranz vom Europäischen Verbraucherzentrum (EVZ) beim VKI. Neudeutsch als „Geoblocking“ wird diese Form der Diskriminierung im Internet bezeichnet, über die sich jedes Jahr Tausende von österreichischen Konsumenten ärgern. Schwerpunkte sind die Bereiche elektronischer Handel, Tourismus, digitale Dienstleistungen und Telekommunikation. „Einer Umfrage auf europakonsument.at zufolge, waren in Österreich fast 90 Prozent aller Konsumenten schon einmal von Geoblocking betroffen“, so Schranz. Unternehmer, die, wenn es ihnen in den Kram passt, gerne von

freiem Handel schwadronieren und das Hohelied der Marktwirtschaft singen, setzen im Onlinehandel auf knallharten Protektionismus. Es gebe, so Schranz, zwar keinen Zwang, Waren überall zum gleichen Preis zu verkaufen, aber: „Sobald die Möglichkeit zum Online-Preisvergleich besteht, sollten die Kunden auch dort einkaufen können, wo sie möchten.“ Reinhold Schranz kommt aus dem Aufzählen gar nicht mehr heraus, wenn er anfängt, die Fälle zu beschreiben, mit denen sich das EVZ immer wieder herumschlagen muss.

Tchibo

Alexander L. aus Wien will auf der deutschen Website www.tchibo.de eine Espressomaschine bestellen, die dort inklusive Probierset mit acht Kapseln Kaffee portofrei um 49 Euro angeboten wird. Auf der österreichischen Website www.tchibo.at kostet das gleiche Modell 99 Euro und damit mehr als das Doppelte. Doch L. wird die Zusendung der Maschine nach Österreich verweigert. Das

Unternehmen liefert via www.tchibo.de zwar in mehr als 20 europäische Länder, Österreich ist allerdings nicht dabei. Konfrontiert man Tchibo mit dem Sachverhalt, teilt der Konzern lapidar mit, dass in bestimmten Ländern wie Österreich, Ungarn oder Tschechien nur über dort gegründete Vertriebsgesellschaften bestellt werden könne. Rechtlich gesehen ist es, so Reinhold Schranz, zulässig, dass Tochtergesellschaften für dieselben Produkte in unterschiedlichen Vertriebsregionen unterschiedliche Preise veranschlagen: „Sobald Konsumenten jedoch online Preise und Aktionen vergleichen und über den Onlineshop einer anderen Vertriebsregion ein bestimmtes Produkt zu einem günstigeren Preis bestellen wollen, sollte dies möglich sein. Wenn wir im Ausland einkaufen, fragt uns an der Kasse auch niemand, wo wir wohnen“.

Nikon

Um eine ganz andere Art von Geoblocking geht es im Fall von Peter S. aus Innsbruck. Die Firma Nikon GmbH bot beim Erwerb von Nikon-Objektiven bei Händlern mit Sitz in Deutschland innerhalb eines bestimmten Zeitraumes eine Rückerstattung von 100 Euro pro Objektiv an. S. erwarb Objektiv zum Preis von fast 900 Euro. Danach reichte er bei Nikon Deutschland die Kaufunterlagen ein, um die versprochene Rückerstattung zu erhalten. Nikon teilte ihm daraufhin mit, dass die Teilnahme an der Cash-Back-Aktion nur Konsumenten mit Wohnsitz und Bankkonto in Deutschland möglich sei. Der Kunde erhielt seine 200 Euro erst, nachdem das EVZ Österreich interveniert hatte.

Amazon

Auch der globale Onlinehändler Amazon versucht nicht nur, wenn es ums Steuersparen geht, aus Landesgrenzen einen Vorteil zu ziehen. Harald G. aus Wien wollte über www.amazon.de eine Digitalkamera zu 1.550 Euro bestellen. Nach Eingabe seiner Daten erhielt er allerdings die Meldung, dass die Kamera nicht nach Österreich geliefert werden könne. Nach Intervention des EVZ-Netzwerkes teilte das Unternehmen mit, dass hochpreisige Produkte mit einem Warenwert von über 1.500 Euro aus versicherungstechnischen Gründen nicht nach Österreich geliefert werden könnten. Für Verbraucherschützer Reinhold Schranz ein geradezu abenteuerliches Argument: „Es ist nicht nachvollziehbar,





dass ein weltweit tätiges Unternehmen, das seine Waren über Kontinente hinweg verschickt, aus versicherungstechnischen Gründen nicht nach Österreich liefert. Für uns liegt hier eine unzulässige Lieferverweigerung vor.“ Nach der Intervention des EVZ war die Versicherung kein Thema mehr, Amazon verschickte die Kamera anstandslos nach Österreich.

Motorola

Dass die Landesgrenze oft nur als billiger Vorwand für einen „Österreich-Zuschlag“ dient, zeigt das Beispiel Motorola: Harald Z. möchte ein Handy bestellen. Das Gerät ist auf der deutschen Website des Unternehmens erheblich günstiger zu haben als auf der österreichischen. Nachdem jedoch eine Lieferung außerhalb Deutschlands ausgeschlossen ist, gibt Z. die Adresse seines in München lebenden Onkels an. Die Zahlung wickelt er über PayPal ab. Kurz darauf erhält Z. eine E-Mail vom deutschen Händler, wonach die Bestellung ungültig sei. Auf Nachfrage erfährt er, dass diese Zahlungsart nicht akzeptiert werde. Da für den PayPal-Zugang ein österreichisches Konto hinterlegt sei, werde die Bestellung storniert. Verbraucherschützer Schranz geht klar von einer Ungleichbehandlung aufgrund des Wohnsitzes aus. Aufgrund der Verordnung zur Festlegung der technischen Vorschriften und der Geschäftsanforderungen für Überweisungen und Lastschriften in Euro, kurz SEPA-Verordnung, müsste der deutsche Anbieter auch den Einzug von einem österreichischen Bankkonto akzeptieren.

Urteil gegen Deutsche Bahn

In einem derartigen Fall führte der VKI im Auftrag des Sozialministeriums übrigens erst kürzlich eine Verbandsklage gegen die Deutsche Bahn AG. Das Unternehmen erlaubt lediglich Kunden mit deutschem Konto die Zahlung über ein Lastschriftverfahren. Das Handelsgericht Wien entschied, dass diese Einschränkung unzulässig sei. Das Urteil ist zwar noch nicht rechtskräftig, es dürfte allerdings wegweisend sein.

Selektive Marktsperre

Wie gefinkelt die Preisgestaltung im Netz ist, illustriert ein anderer Fall: Dem Europäischen Verbraucherzentrum wurde eine Liste des Reiseveranstalters TUI Österreich

GmbH zugespielt. Demnach ist es Verbrauchern aus Ungarn, Tschechien, der Slowakei, Slowenien, Estland, Litauen, Lettland, Kroatien, Bulgarien und Rumänien nicht erlaubt, diverse Hotels (etwa in der Türkei, Bulgarien oder Griechenland) über den Reiseveranstalter TUI Österreich GmbH zu buchen. Begründet wird diese selektive Marktsperre für Kunden aus bestimmten Ländern nebulos mit „Exklusivität und unterschiedlicher Preisstruktur in den Quellmärkten“.

EU-Verordnung zu Geoblocking

Das EVZ macht seit Jahren auf die Missstände im Internethandel aufmerksam und unterstützt Verbraucher, die von Geoblocking betroffen sind. „Oft sind wir erfolgreich, aber es kann nicht sein, dass es immer wieder eine Intervention braucht, damit Konsumenten zu ihrem Recht kommen“, sagt Reinhold Schranz. Der Jurist setzt deshalb große Hoffnungen in eine neue EU-Verordnung. Ein erster Entwurf liegt zwar vor, Schranz sieht allerdings noch Nachbesserungsbedarf: „Den Anbietern soll es zwar untersagt werden, den Zugang von Kunden zu ihrer Online-Schnittstelle aus Gründen der Staatsangehörigkeit, des Wohnsitzes oder des Ortes der Niederlassung durch technische Mittel oder auf anderem Wege zu sperren oder zu beschränken, aber das ist natürlich nicht ausreichend. Es muss auch klar sein, dass der Einkauf selbst nicht verweigert werden darf.“ Ebenfalls unbefriedigend ist für den EVZ-Juristen, dass sich der Kunde unter Umständen selbst um den Versand der Ware kümmern muss. „Wenn ich im Ausland etwa Möbel bestelle und dann den Versand selbst in die Hand nehmen muss, wird der Internethandel ad absurdum geführt, weil eine künstliche Hürde aufgebaut wird. Damit wird Geoblocking gefördert anstatt beendet.“



Dieser Artikel entstand im Rahmen der „Action 670702 – ECC-NET AT FPA“, für welche das Europäische Verbraucherzentrum Österreich Förderungen aus den Mitteln des Verbraucherprogramms der Europäischen Union (2014–2020) erhält.

Geoblocking

Billiger Protektionismus

Unternehmer singen allzu gerne ein Loblied auf den freien Handel und die Marktwirtschaft. Konkurrenz belebt das Geschäft, offene Grenzen bauen Handelshindernisse ab, so das Mantra. Als Profiteur des Ganzen wird natürlich der Konsument dargestellt. Begeben wir uns auf Shoppingtour im World Wide Web, werden einem jedoch schnell Grenzen aufgezeigt.



Bernhard Matuschak
bmatuschak@konsument.at

Anstatt globalem Handel regiert Kleinkrämererei. Vom österreichischen Anschluss aus auf einer deutschen Website Waren einkaufen, weil sie dort günstiger sind – Fehlzanzeige! Mit einer Kreditkarte, bei der ein österreichisches Konto hinterlegt ist, beim britischen Onlinehändler ein Schnäppchen-Handy bezahlen – no way. Als Italiener auf einer österreichischen Seite einen Pauschalurlaub buchen – niente. Der Ausdruck Geoblocking nimmt sich fast niedlich aus für das, was sich im Netz abspielt. Die Politik schaut seit Jahren zu und lässt sich von den Großkonzernen auf der Nase herumtanzen. Die wollen auf der ganzen Welt Geschäfte machen. Was ihr gutes Recht ist – aber bitte ohne Protektionismus.

Die Diskriminierung von Konsumenten aufgrund ihrer Staatsangehörigkeit oder ihres Wohnsitzes hat hier keinen Platz. Für den Verbraucher bleibt zu hoffen, dass die in der EU gerade diskutierte Verordnung über Maßnahmen gegen Geoblocking den Missbrauch ohne Wenn und Aber beendet. Leise Zweifel erscheinen beim Blick auf den vorliegenden Entwurf angebracht. Anbietern soll es untersagt sein, Bestellungen auf ihrer Homepage aus dem Ausland zu sperren beziehungsweise zu beschränken. Auch darf der Anbieter die Bezahlung über ein ausländisches EU-Konto nicht mehr verweigern. Alles schön und gut! Doch der Verordnungsentwurf sieht leider nicht vor, dass sich der Anbieter auch um den Versand der Ware kümmern muss. Der Kunde müsste das also selbst übernehmen. Erfolgt hier keine Korrektur, wird diese Verordnung von Anfang an nichts anderes als ein zahnloser Tiger sein.