

# Ungleichheit mit System

*Im europäischen Online-Handel gibt es zahlreiche Schlagbäume.  
Die EU-Kommission reagiert nur zögerlich.*

**Daniela Zimmer**

*Abteilung Konsumentenpolitik  
der AK Wien*

**E**uropa sei ein digitaler Nachzügler gegenüber Asien und den USA, wetterte EU-Kommissionspräsident Jean-Claude Juncker im Jahr 2014. Der EU-Binnenmarkt sei nicht fit für das digitale Zeitalter, die 28 nationalen Märkte müssten zu einem einzigen zusammengeführt werden. Nur sieben Prozent der KMU böten ihre Waren und Dienstleistungen grenzüberschreitend an. Das müsse sich ändern: „Der Binnenmarkt muss endlich online gehen!“

## Am Kern vorbei

Mit dieser Maxime sollten die zurückhaltende Wirtschaft und die verunsicherten KonsumentInnen optimistisch gestimmt werden, dass der digitale Binnenmarkt „mit einem Beitrag von 415 Milliarden Euro Arbeitsplätze schaffen sowie Investitionen und Innovationen ankurbeln wird“. Im September 2016 zog der Kommissionspräsident eine neuerliche Bilanz, die sich allerdings nicht gerade wie eine Erfolgsstory anhörte: „52 Prozent der grenzüberschreitenden Einkäufe werden blockiert. Nur 59 Prozent der Europäer haben Zugang zu schnellem Breitband – dabei würden 90 Prozent aller Arbeitsplätze bald digitale Kompetenzen erfordern.“ Daraufhin bloggte **Jan Philipp Albrecht**, grüner Europaparlamentarier und profiliertes Schützer digitaler NutzerInnenrechte: „Anti-Geoblocking-Maßnahmen, die Videos komplett aussparen, gehen am Kern des Problems vorbei. Die vorgeschlagenen

Schritte gegen diskriminierende Preisgestaltung in Onlineshops sind begrüßenswert, aber es handelt sich nur um Trippelschritte.“ Sehen wir uns also die Trippelschritte einmal näher an.

Geoblocking kennen viele InternetnutzerInnen von Mediatheken. „Dieser Film ist in Ihrem Land nicht verfügbar“, heißt es dann. Doch nicht nur in diesem Bereich werden solche Länderblockaden eingesetzt. Bei der Online-Buchung eines Urlaubspakets bei einem Freizeitpark in Frankreich wählte eine bulgarische Verbraucherin aus Versehen das Vereinigte Königreich als ihren Wohnsitz aus. Sie bemerkte bald darauf ihren Irrtum und wählte stattdessen Bulgarien aus. Die Verbraucherin erfuhr, dass es einen Preisunterschied von fast 40 Prozent gab und sie 500 Euro mehr als britische VerbraucherInnen zahlen sollte.

Während seines Urlaubs in einem österreichischen Skigebiet entdeckte ein deutscher Verbraucher, dass der Kartenpreis für Skilifte für TouristInnen viel höher war als für Einheimische. Mehr als 500 Beschwerden aus dem Jahr 2016 zeigen, dass EU-BürgerInnen noch immer aufgrund ihrer Staatsangehörigkeit oder ihres Wohnsitzes diskriminiert werden.

Die gerügten Händler blockieren den Zugang zu ihren Websites, nutzen automatisches Re-Routing zu anderen Websites, verweigern die Lieferung oder wenden andere Preise oder Vertragsbedingungen an. Die meisten Beschwerden wurden übrigens von KonsumentInnen aus Österreich, Italien und Irland gemeldet. In mehr als zwei Dritteln der Fälle beschwerten sie sich über die grenzüberschreitende Ungleichbehandlung beim

Kauf von elektronischen Waren, Haushaltsgeräten, Fahrzeugen, Kleidung, Büchern und Musik. 25 Prozent der Beschwerden betrafen Dienstleistungen im Tourismus, etwa von Freizeitparks. Bei über fünf Prozent ging es um Mietwagenfirmen. Die EU-Dienstleistungsrichtlinie verbietet die ungleiche Behandlung auf Basis von Staatsangehörigkeit oder Wohnsitz ohne objektive Gründe. Ziel des EU-Vorschlags zum Geoblocking ist es, die Grenze zwischen gerechtfertigter und ungerechtfertigter Ungleichbehandlung besser abzustecken. Dies soll die Rechtssicherheit und -durchsetzung verbessern. Doch es gibt viel zu weitreichende Ausnahmen vom Verbot ungerechtfertigter Ungleichbehandlung. Deshalb ruhen die Hoffnungen auf dem EU-Parlament, das hoffentlich noch massive Verbesserungen beschließen wird.

## Wesentlicher Schwachpunkt

Der wesentliche Schwachpunkt des momentanen EU-Vorschlags lässt sich am besten an einem Beispiel illustrieren. So greifen viele Anbieter auf Re-Routing zurück. Das bedeutet beispielsweise, dass man zwar auf die estnische Seite eines Anbieters gehen kann, von dort aus aber automatisch auf die österreichische Seite umgeleitet wird, auf der das Produkt eventuell teurer ist. Die KundInnen erfahren davon nichts, weil sie von einem österreichischen Internetanschluss aus keinen Zugang zur estnischen Seite haben. Die EU-Kommission schlägt nun vor, dass die NutzerInnen in Zukunft auch Zugang zur estnischen Seite mit den dortigen Preisen haben sollen. Von Vorteil ist dies für sie