

**Berlin, den 16. November 2011**

## **Keine zivilrechtlichen Abenteuer zum Schaden der Verbraucherinnen und Verbraucher**

### **Stellungnahme des Verbraucherzentrale Bundesverbandes**

zur öffentlichen Anhörung des Rechtsausschusses des  
Deutschen Bundestages zum Vorschlag für eine Verordnung des  
Europäischen Parlaments und des Rates über ein Gemeinsames  
Europäisches Kaufrecht und der dazugehörigen Mitteilung der Kommission

Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. – vzbv  
Fachbereich Wirtschaft  
Markgrafenstr. 66  
10969 Berlin  
wirtschaft@vzbv.de  
www.vzbv.de

## **Zum Inhalt dieser Stellungnahme**

Die Stellungnahme konzentriert sich auf die praktischen Probleme, denen Verbraucherinnen und Verbraucher nach Einführung und der Nutzung des vorgeschlagenen EU-Kaufrechts begegnen würden.

## **Einleitung**

Mit Hochdruck hat die Europäische Kommission ihre Pläne zur Einführung eines fakultativen Vertragsrechts vorangetrieben und am 11. Oktober 2011 einen Verordnungsvorschlag für ein gemeinsames EU-Kaufrecht veröffentlicht. Dieses soll Verbesserungen für Verbraucher und KMU bei grenzüberschreitenden Vertragsabschlüssen bringen. Der praktische Nutzen des vorgestellten Instruments erschließt sich jedoch nicht.

In der Begründung für ihren Vorstoß geht die Europäische Kommission von der Notwendigkeit einer möglichst einheitlichen Ausgestaltung von Vertragsrecht für den Abschluss grenzüberschreitender Kaufverträge aus,

- für die KMU, weil die Rechtszersplitterung den grenzüberschreitenden Handel aufgrund erhöhter Vertragskosten unattraktiv mache, und
- für die Verbraucher, weil sie aufgrund der Rechtszersplitterung und der daraus folgenden Nichtlieferung durch einige Unternehmen an der Nutzung des Binnenmarktes gehindert würden.

Bei ihren Ausgangsüberlegungen übersieht die Europäische Kommission aber zum einen die Tatsache, dass viele der Unternehmen, die grenzüberschreitende Warenlieferungen oder Dienstleistungen verweigern, Tochterunternehmen in anderen Mitgliedstaaten haben, über die sie dieselben Waren oder Dienstleistungen anbieten, nur nicht zum selben Preis. Für diese Unternehmen ist demzufolge nicht die Rechtszersplitterung ausschlaggebend für die Weigerung, ihre Waren und Dienstleistungen grenzüberschreitend anzubieten. Ganz offensichtlich zahlt es sich vor allem für große Unternehmen aus, die Märkte zu separieren, um von den teilweise enormen Preisunterschieden auf den einzelnen nationalen Märkten zu profitieren. Anders ist die Tatsache nicht zu erklären, dass manche Unternehmen zwar die Lieferung ins Ausland verweigern, jedoch Tochterunternehmen in anderen Mitgliedstaaten gründen, die dieselben Waren auf dieselbe Art und Weise, aber zu einem weitaus höheren Preis anbieten. Sie nutzen also die Freiheiten des Binnenmarktes sehr wohl – allerdings nicht in der Form der Warenverkehrsfreiheit, sondern in Form der Niederlassungsfreiheit.

Zum anderen stehen für die Unternehmen Probleme im Vordergrund, die ein Erschließen weiterer Märkte schlicht nicht attraktiv erscheinen lassen. So sind neben den Sprachbarrieren das Urheberrecht für digitale Produkte, die Logistik und die komplizierten Mehrwertsteuerregelungen bei grenzüberschreitenden Transaktionen als Haupthemmnisse für die Nutzung der Warenverkehrsfreiheit qualifiziert worden.

Gleiches gilt für die Verbraucherseite. Viele Verbraucher kennen ihr eigenes Recht nicht im Detail, wissen aber, dass es in der EU einen Mindestschutz gibt. Insbesondere im Bereich des Fernabsatzes ist das Argument der Rechtszersplitterung irreführend, da Verbraucher nach der geltenden Rom-I-Verordnung in den allermeisten Fällen, in denen sie Waren im Ausland bestellen und das Unternehmen diese an ihren Wohnsitz liefert, mindestens durch die verbraucherschützenden Regeln ihres Wohnsitzstaates geschützt werden. Wie also sollte die Rechtszersplitterung sie von einer solchen Bestellung abhalten? Insbesondere für deutsche Verbraucher besteht überdies meist gar nicht das Bedürfnis und mithin auch nicht das Interesse, im Ausland Waren zu erwerben, die i.d.R. in Deutschland verfügbar sind und dies zu einem meist sehr günstigen Preis.

Nach Einschätzung des Verbraucherzentrale Bundesverbandes wirken sich eine Reihe anderer Ursachen stärker auf die Kaufbereitschaft der Verbraucher aus als die Rechtszersplitterung. Ursachen für das Verbraucherverhalten sind vor allem:

- Sprache
- Bedenken hinsichtlich der Rechtsdurchsetzung
- Markentreue und Präferenz von regionalen Produkten (Nachhaltigkeit)
- das Prinzip „bekannt und bewährt“, das hohe Anreize fordert, um die Hemmschwelle des grenzüberschreitenden Einkaufens zu überwinden

Ergo: Auch hier werden Anreizstruktur und Bedürfnislage der Verbraucher falsch, zumindest aber lückenhaft interpretiert.

**Der Verbraucherzentrale Bundesverband befürchtet:**

- 1. Eine Enttäuschung der Verbraucher, wenn die von der Europäischen Kommission in Aussicht gestellten Verbesserungen nicht realisierbar sind.**
- 2. Eine große Verunsicherung bei Verbrauchern durch das Nebeneinander zweier Rechtsordnungen.**
- 3. Ein unkalkulierbares Risiko der Absenkung des aktuellen Verbraucherschutzniveaus.**

**1. Verbraucher werden EU-weit nicht zum gleichen Preis einkaufen können**

Verbrauchern wird die ungehinderte, diskriminierungsfreie Nutzung des Binnenmarktes versprochen. So sollen Verbraucher, egal aus welchem Mitgliedstaat, bei Unternehmen, egal in welchem Mitgliedstaat, zu denselben Bedingungen Waren einkaufen und Dienstleistungen in Anspruch nehmen können. Die gesamte Art und Weise, wie die Kommission das EU-Kaufrecht gegenüber Verbrauchern bewirbt, weckt bei diesen die Erwartung, dass sie nach Einführung des EU-Kaufrechts das Recht

haben, überall in der EU zum selben Preis einkaufen zu dürfen. So heißt es etwa auf einer Internetseite der Kommission<sup>1</sup>:

„Bei Dienstleistungen dieser und anderer Art haben Sie das Recht, bei einem Dienstleister mit Sitz in einem anderen EU-Land einzukaufen, und das ohne Preisdiskriminierung und ohne, dass der Verkäufer Ihnen den Verkauf nur deshalb verweigert, weil Sie in einem anderen EU-Land leben. Hat der Verkäufer allerdings objektive Gründe, Ihnen den Verkauf zu verweigern, ist er unter Umständen im Recht.“

Unter „Dienstleistungen dieser oder anderer Art“ fällt u.a. auch der Erwerb von Waren im Internet.<sup>2</sup>

Hier wird nicht nur der Eindruck vermittelt, dass Verbraucher einen Anspruch darauf haben, bei einem Unternehmer ihrer Wahl einzukaufen und sich dieser Unternehmer nur ausnahmsweise unter Darlegung der „objektiven Gründe“ weigern darf, mit dem Verbraucher einen Vertrag einzugehen. Bei Verbrauchern entsteht darüber hinaus der Eindruck, dass der Unternehmer keinen höheren Preis verlangen darf als von einem Verbraucher seines Mitgliedstaates:

„Wenn Sie als EU-Bürger irgendwo in der EU Produkte oder Dienstleistungen kaufen, darf von Ihnen kein höherer Preis verlangt werden als von einheimischen Bürgern, es sei denn, der Preisunterschied ist gerechtfertigt.“ „Einige Preisunterschiede, z. B. höhere Kosten für den Versand von Waren ins Ausland, sind gerechtfertigt.“

Nach Darstellung der Kommission sind Preisunterschiede also nur ausnahmsweise gerechtfertigt, etwa weil die Rechtszersplitterung zusätzliche Kosten verursacht. Daneben gelten auch Versandkosten als objektives Kriterium, das eine Ungleichbehandlung rechtfertigen würde. Im Umkehrschluss würde dies aber bedeuten, dass Unternehmen nach Einführung eines EU-einheitlichen Kaufrechts Verbraucher überall in der EU zum selben (Netto-)Preis beliefern müssten oder aber zumindest objektive Gründe für eine Nichtlieferung oder Preisunterschiede nennen müssten.

Selbstverständlich betont die Kommission immer wieder die Vertragsfreiheit der Unternehmen. Auf der anderen Seite betont sie aber weiterhin die Vorteile für die Verbraucher. Wie genau sie das Erreichen beider Ziele sicherstellen will, ist jedoch unklar.

Es steht vielmehr zu erwarten, dass zum einen einige Mitgliedstaaten weiterhin von der Belieferung abgeschnitten bleiben, weil ihre Märkte schlicht zu unattraktiv sind. Zum anderen werden Unternehmen, selbst wenn sie sich neue Märkte erschließen, von einem generell höheren Preisniveau profitieren wollen (z.B. aufgrund verschiedener Nachfragestrukturen und anderer Wettbewerbssituationen).

Fakt ist, dass die Analyse der Kommission wesentliche Anreize und Verhaltensweisen schlichtweg ignoriert und dadurch zu unrealistischen Problemlösungsstrategien gelangt. An dieser Praxis würde folgerichtig auch die Einführung eines fakultativen EU-Kaufrechts nichts ändern. Zumindest nicht in absehbarer Zeit und nicht, ohne dass die

---

<sup>1</sup> [http://ec.europa.eu/youreurope/citizens/shopping/shopping-abroad/price-discrimination/index\\_de.htm](http://ec.europa.eu/youreurope/citizens/shopping/shopping-abroad/price-discrimination/index_de.htm)

<sup>2</sup> Siehe Anlage 1: Übersicht „Dienstleistungsrichtlinie und Handel“

von Verbraucher- und Wirtschaftsseite als ausschlaggebend qualifizierten Barrieren (Sprache, Rechtsdurchsetzung etc.) beseitigt und die unterschiedlichen Marktstrukturen angeglichen werden.

Der vzbv befürchtet daher:

1. Enttäuschung der Verbraucher statt "boosting trust".
2. Unabsehbare Auswirkungen der „Neukonzeption“ des Binnenmarkts durch die Kommission, z.B. auf die Verbraucherpreise in Deutschland.

## **2. Ein fakultatives Instrument ist für Verbraucher ungeeignet**

In der Pressemeldung der Kommission zur Veröffentlichung des Verordnungsvorschlags für ein EU-Vertragsrecht heißt es sinngemäß<sup>3</sup>: Wenn Händler ihre Waren auf der Grundlage des EU-Kaufrechts anbieten, hätten Verbraucher die Möglichkeit, mit einem einfachen Mausklick einen nutzerfreundlichen Europäischen Vertrag mit einem hohen Verbraucherschutzniveau zu wählen.

Hier sei zunächst festgehalten: Verbraucher haben nicht das Wahlrecht zwischen der „gewohnten“ Rechtsordnung und dem neuen EU-Vertragsrecht. Es ist der Händler, der den Verbraucher vor die Wahl stellen kann, ob er bei ihm auf der Grundlage des EU-Kaufrechts Waren erwirbt oder sich einen anderen Händler sucht.

Und auch der Hinweis auf die Wahl eines „Europäischen Vertrags“ ist irreführend: Es handelt sich bei dem EU-Kaufrecht ja gerade nicht um Standardverträge, die unabhängig davon, bei welchem Händler und in welchem Land der Verbraucher einkauft, immer dieselben sein werden. Es handelt sich vielmehr um eine Vertragsrechtsordnung, die Unternehmen selbstverständlich in einem bestimmten Rahmen an ihre Bedürfnisse anpassen können, da nicht alle Vorschriften dieser Rechtsordnung zwingend sind. Der Unternehmer kann also davon abweichen und wird dies klassischerweise in seinen AGB tun. Verbraucher werden es also wiederum mit einer Vielzahl unterschiedlich ausgestalteter Verträge zu tun haben. Die Krux dabei ist, dass diese AGB nicht zwangsläufig in alle Sprachen der EU übersetzt werden. Der Verbraucher oder aber auch der Berater einer Verbraucherzentrale wird also vermutlich die Vertragsbedingungen noch nicht einmal lesen können, da sie nicht in seiner Sprache verfasst sind.

---

<sup>3</sup> "If traders offer their products on the basis of the Common European Sales Law, consumers would have the option of choosing a user-friendly European contract with a high level of protection with just one click of a mouse."

Increasing transparency and consumers' confidence: consumers will always be clearly informed, and will have to agree to use a contract based on the Common European Sales Law. In addition, an information notice will clearly lay out the consumers' rights in their language.

In allen Sprachen erhältlich ist damit lediglich eine abstrakte Rechtsordnung und ein Standardinformationsblatt mit überaus allgemeinen Informationen über die Vorteile des EU-Kaufrechts. Was der Verbraucher aber zumindest bräuchte, um sich im Umgang mit dem neuen Vertragsrechtsregime einigermaßen sicher zu fühlen, ist eine Darstellung der Vor- und Nachteile, die dieses im Vergleich zum „herkömmlichen“ Recht hätte.

Eine letzte Bemerkung sei gestattet: Es ist überaus bedauerlich, dass bei den Arbeiten an einem völlig neuen, zukunftsweisenden Rechtsinstrument gerade hinsichtlich der Frage der Information von Verbrauchern nicht auf die beobachteten Verhaltensweisen von Verbrauchern eingegangen wurde. Vielfältige Untersuchungen aus Psychologie und Neurowissenschaft legen immer wieder nahe, dass Menschen nur eine begrenzte Zahl an Informationen verarbeiten können und danach „abschalten“.<sup>4</sup> Wird eine Information nicht sofort als relevant für die eigene Lage erkannt, kann sie letztlich nicht eingeordnet werden und Eingang in die Entscheidung finden.

Berücksichtigt man diese Grundlagen von Informationsverhalten und Entscheidungsfindung, ist es absolut unverständlich, warum das bereits jetzt überladene System von formellen Informationspflichten ohne Rücksicht auf praktische Wirksamkeit übernommen wurde. Wer erwartet, dass „informierte Verbraucher“ sich dann auch noch zwischen zwei Optionen entscheiden, müsste dies umso mehr berücksichtigen.

Der vzbv befürchtet,

dass die aktuelle Konzeption des EU-Kaufrechts als fakultatives Instrument daher nicht geeignet ist, das Vertrauen des Verbrauchers in den Binnenmarkt zu steigern.

### **3. Die Risiken sind zu hoch: Verbraucherschutzniveau**

Entgegen dem stellenweise vermittelten Eindruck, das EU-Kaufrecht weise ein außerordentlich hohes Verbraucherschutzniveau auf, fallen bereits bei der ersten Durchsicht für den Verbraucher auch nachteilige Regelungen auf.

So bietet das EU-Kaufrecht Verbrauchern generell keinen Schutz beim Abschluss von Verträgen, die sowohl privaten als auch beruflichen Zwecken dienen. In Deutschland gilt dagegen folgendes: Der für das Kaufrecht zuständige VIII. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat in seinem Urteil vom 30.09.2009 (VIII ZR 7/09) entschieden, dass eine natürliche Person, die sowohl als Verbraucher (§ 13 BGB) als auch in ihrer freiberuflichen Tätigkeit als Unternehmer (§ 14 BGB) am Rechtsverkehr teilnimmt, im konkreten rechtsgeschäftlichen Handeln nur dann nicht als Verbraucher anzusehen ist, wenn dieses Handeln eindeutig und zweifelsfrei ihrer gewerblichen oder selbständigen beruflichen Tätigkeit zugeordnet werden kann.

---

<sup>4</sup> Miller, G. (1956), The Magical Number Seven, Plus or Minus Two: Some Limits on Our Capacity for Processing Information. In: The Psychological Review, 63, 1956, p 81–97.

Das EU-Kaufrecht schließt außerdem bei Haustürgeschäften unter 50 € Warenwert das Widerrufsrecht generell aus. Nach geltendem deutschen Recht gilt dagegen eine Wertgrenze von 40 €. Darüber hinaus muss die Ware sofort übergeben und bezahlt werden. In der kürzlich verabschiedeten Verbraucherrechterichtlinie ist keine verbindliche Einführung oder Aufrechterhaltung einer Wertgrenze vorgesehen.

Aus Sicht des vzbv geht es aber auch gar nicht so sehr um die Frage, ob der Verordnungsvorschlag ein hohes Verbraucherschutzniveau aufweist oder nicht. Es geht vielmehr darum, dass für den weiteren politischen Prozess mit einer deutlichen Absenkung des Schutzniveaus zu rechnen ist. So haben sich selbst Mitglieder der Expertengruppe bereits besorgt über diese möglichen Entwicklungen gezeigt.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Martijn W. Hesselink (University of Amsterdam) anlässlich einer Anhörung im Rechtsausschuss des Europäischen Parlaments: "Clearly consumers from member states generally having a high level of consumer protection not only are unlikely to have much to gain but, on balance, would almost certainly stand to lose some protection when opting into a self-standing optional instrument".

# Dienstleistungsrichtlinie:

## Handel = Dienstleistung?

Fundstellen:

### I. Richtlinie 2006/123/EG

Erwägungsgrund (33): „Die von dieser Richtlinie erfassten Dienstleistungen umfassen ferner Dienstleistungen, die sowohl für Unternehmen als auch für Verbraucher angeboten werden, wie etwa Rechts- oder Steuerberatung, Dienstleistungen des Immobilienwesens wie die Tätigkeit der Immobilienmakler, Dienstleistungen des Baugewerbes einschließlich Dienstleistungen von Architekten, **Handel** [...]“

### II. Erläuterndes Umsetzungshandbuch der EU-Kommission

2.1.1 Der Begriff der „Dienstleistung“: „Als Grundregel gilt, dass die Dienstleistungsrichtlinie auf alle Dienstleistungen Anwendung findet, die nicht ausdrücklich von der Richtlinie ausgenommen sind. [...] Auf dieser Basis müssen die Mitgliedstaaten sicherstellen, dass die Vorschriften der Dienstleistungsrichtlinie auf eine große Bandbreite von Tätigkeiten Anwendung finden, unabhängig davon, ob diese für Unternehmen oder für Verbraucher erbracht werden. Ohne abschließend zu sein, können die folgenden Beispiele als für durch die Richtlinie abgedeckte Beispiele angeführt werden: Tätigkeiten der meisten reglementierten Berufe<sup>14</sup> (z. B. Rechts- und Steuerberater, Architekten, Ingenieure, Buchhalter, Vermessungsingenieure), Handwerker, unternehmensbezogene Dienstleistungen (wie z. B. Unterhaltung von Büroräumen, Managementberatung, Organisation von Veranstaltungen, Beitreibung von Forderungen, Werbung und Personalagenturen), **Handel (einschließlich des Einzel- und Großhandels von Gütern und Dienstleistungen)** [...]“

2.1.4. Verhältnis zum freien Warenverkehr: „Wie in Erwägungsgrund 76 angegeben, betrifft die Dienstleistungsrichtlinie keine Tätigkeiten, die unter die Artikel 28 bis 30 EG-Vertrag über den freien Warenverkehr fallen. Folglich findet die Dienstleistungsrichtlinie keine Anwendung auf Anforderungen, die nach den Bestimmungen des EG-Vertrags über den freien Warenverkehr bewertet werden müssen und die Aufnahme oder die Ausübung einer Dienstleistung nicht beeinträchtigen, wie z. B. Anforderungen im Hinblick auf die Kennzeichnung von Produkten, Baumaterial oder die Verwendung von Pestiziden. Allerdings sollte klar sein, dass Anforderungen, die den Gebrauch von Ausrüstungsgegenständen beschränken, die für die Erbringung einer Dienstleistung notwendig sind, die Ausübung einer Dienstleistung beeinträchtigen und folglich unter die Dienstleistungsrichtlinie fallen. **Bei der Umsetzung der Richtlinie sollten die Mitgliedstaaten bedenken, dass, obwohl die Produktion von Waren selbst keine Dienstleistung darstellt, es viele Tätigkeiten gibt, die mit Waren verbunden sind (z. B. Einzelhandel, Installation und Wartung sowie Kundendienst), und die durchaus eine Dienstleistung darstellen. Diese müssen daher von den Umsetzungsmaßnahmen erfasst werden.**“

III. Informationsflyer „Nehmen Sie Dienstleistungen, die Sie benötigen, in Anspruch – Wo auch immer Sie sind“ der EU-Kommission

[http://ec.europa.eu/internal\\_market/services/docs/services-dir/leaflet/leaflet\\_for\\_consumers\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/services/docs/services-dir/leaflet/leaflet_for_consumers_de.pdf)

Einleitung: „Als Verbraucher sind Dienstleistungen ein wesentlicher Bestandteil Ihres Alltags. Sie nehmen Dienstleistungen in Anspruch, wenn Sie im Supermarkt einkaufen, wenn Sie Produkte online kaufen, wenn Sie zum Friseur gehen, wenn Sie einen Vertrag mit einer Firma abschließen, um Ihr Haus zu bauen oder zu renovieren, wenn Sie Ihren Urlaub im Reisebüro buchen, wenn Sie einen Rechtsanwalt beauftragen, sowie in zahllosen anderen Lebenslagen.“

IV. Studie über die Nichtdiskriminierungsklausel in Artikel 20(2) der Dienstleistungsrichtlinie

[http://ec.europa.eu/internal\\_market/services/docs/services-dir/studies/20091210\\_article20\\_2\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/services/docs/services-dir/studies/20091210_article20_2_en.pdf)

Incidence of differentiation: „1. The report has revealed prima facie evidence for different treatment based on the place of residence of the customer across all four sectors covered in this study (car rental, digital download, online sale of electronic goods, tourism) and at different stages of the business value chain (from input supplier to end consumer).“

**V. Studie der EU-Kommission zum grenzüberschreitenden E-Commerce in der EU**

[http://ec.europa.eu/consumers/strategy/docs/com\\_staff\\_wp2009\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/consumers/strategy/docs/com_staff_wp2009_en.pdf)

6.1 Geographical restrictions on consumer choice: “Problems faced by consumers who are discriminated against on grounds of their nationality or place of residence when seeking to make a purchase on the internet are specifically tackled by Directive 123/2006/EC on Services in the Internal Market (the Services Directive), which will have to be implemented by end of 2009.”

**VI. COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS on Cross-Border Business to Consumer e-Commerce in the EU**

[http://ec.europa.eu/consumers/strategy/docs/COM\\_2009\\_0557\\_4\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/consumers/strategy/docs/COM_2009_0557_4_en.pdf)

22. Article 20(2) of the Services Directive seeks to tackle one of the main obstacles to cross-border trade in an innovative way by specifically requiring Member States to put an end to discrimination by traders refusing to sell to or treating differently consumers, on grounds of their nationality or place of residence.

23. While prohibiting discrimination, it allows traders to apply ‘differences in the conditions of access when those differences are directly justified by objective criteria’, which may in certain cases include regulatory barriers. The elimination of such barriers as set out in this Communication will therefore complement Article 20(2) by reducing possible grounds for traders to invoke these criteria.

24. Given the importance of Article 20(2) for cross-border e-commerce, its full implementation and effective enforcement is a high priority for the Commission. The Commission is therefore providing

guidance to Member States to ensure implementation by the end of 2009 and thereafter intends to actively monitor enforcement by national authorities and courts.

## VII. Anfragen von MEPs an die KOM

E-5554/09EN WRITTEN QUESTION by Mathieu Grosch (PPE) to the Commission

12 November 2009

Question: Goods of many kinds are nowadays offered for sale and purchased via the Internet. Not only do customers thus enjoy the convenience of ordering from home, but in many cases they also benefit from substantial price reductions. However, online purchasing arrangements should be consumer-friendly and, in keeping with the concept of a single European market, available in all the Member States. Yet, according to an EU study in which more than 11 000 test orders were placed, 70 % of the online orders placed in Belgium cannot be met because suppliers are not prepared to deliver to Belgium.

1. Is it the case that EU citizens in certain Member States are excluded from ordering goods from many of the companies that sell online — and has the Commission yet investigated this situation?
2. Is this form of exclusion compatible with European law? If so, what justification is there for excluding certain EU citizens from online ordering?
3. What does the Commission intend to do to ensure that everyone in the EU can receive deliveries of goods ordered online — with the abovementioned advantages — in the Member State where they live?

Answer: [...]

Problems faced by consumers who are discriminated against on grounds of their place of residence when seeking to make a **purchase** on the internet are specifically tackled by Directive 123/2006/EC of the Parliament and of the Council of 12 December 2006 on Services in the Internal Market (the Services Directive)<sup>[2]</sup>, which is to be implemented by the end of 2009. In particular, Article 20(2) of the Services Directive requires Member States to put an end to such discrimination, while at the same time entitling traders to provide for "differences in the conditions of access when those differences are directly justified by objective criteria" (as this would not amount to discrimination). Moreover, if obstacles to **online purchasing of certain goods** stem from measures adopted by the public authorities in the Member State, they must comply with the Treaty provisions on the free movement of goods (Articles 34-36 TFEU).

[...]

## VIII. E-Commerce-Resolution des EU-Parlaments vom 21.09.2010

<http://www.europarl.europa.eu/de/pressroom/content/20100920IPR82951>

Diskriminierungen bei Lieferung beseitigen

**Online-Verkäufe** werden oft dadurch erschwert, dass ausländische Händler sich weigern, Bestellungen von Verbrauchern aus einem anderen Land anzunehmen. Die Abgeordneten bedauern, dass die Dienstleistungsrichtlinie in einigen Mitgliedstaaten immer noch nicht vollständig umgesetzt worden ist. Daher fordern sie die Kommission und die Mitgliedstaaten auf, der Diskriminierung von

Verbrauchern aufgrund ihrer elektronischen Anschrift oder ihres Wohnortes ein Ende zu bereiten und die effektive Durchsetzung von Artikel 20 Absatz 2 der Dienstleistungsrichtlinie zu gewährleisten sowie dafür zu sorgen, dass die nationalen Bestimmungen zur Übernahme dieses Diskriminierungsverbots in die Rechtsordnungen der Mitgliedstaaten von den nationalen Behörden und Gerichten ordnungsgemäß durchgesetzt werden.

#### **IX. Öffentliche Konsultation zur Zukunft des elektronischen Geschäftsverkehrs im Binnenmarkt und zur Umsetzung der Richtlinie 2000/31/EG über den elektronischen Geschäftsverkehr**

[http://ec.europa.eu/internal\\_market/consultations/2010/e-commerce\\_en.htm](http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/2010/e-commerce_en.htm)

Article 20 of the Services Directive is likely to have a direct impact on the issue of **cross-border sales** to consumers as its paragraph 2 prohibits the application of discriminatory provisions relating to the nationality or place of residence of the recipient of a retail service. Differences of treatment are allowed only if such service providers can demonstrate that they are justified directly by objective criteria.

#### **X. Roadmap: Guidelines on the non-discrimination of service recipients under art. 20 of the Services Directive**

[http://ec.europa.eu/governance/impact/planned\\_ia/docs/2011\\_markt\\_023\\_service\\_recipients\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/governance/impact/planned_ia/docs/2011_markt_023_service_recipients_en.pdf)

The problem of geographical discrimination against consumers is particularly severe in the **e-commerce**. Evidence (in particular complaints and Parliamentary questions but also at least two studies recently commissioned by the Commission's services) show that consumers are often refused access or **otherwise discriminated (for example they are charged higher prices)** when they seek to purchase goods or services over the internet from traders in other Member States (or from websites targeting customers in only one/a limited number of Member State/s).

#### **XI. Informationsseite für Bürger der Europäischen Kommission**

[http://ec.europa.eu/youreurope/citizens/shopping/shopping-abroad/buying-services/index\\_de.htm](http://ec.europa.eu/youreurope/citizens/shopping/shopping-abroad/buying-services/index_de.htm)

Neue Verbraucherrechte in der EU

Das [neue EU-Recht](#) räumt Ihnen mehr Rechte beim Einkauf von Dienstleistungen im Ausland ein, wenn Sie z. B.

- in einem Supermarkt einkaufen,
- Produkte im Internet einkaufen,
- einen Friseur besuchen,
- eine Baufirma mit dem Bau oder der Renovierung Ihres Hauses beauftragen,
- in einem Reisebüro Ihren Urlaub buchen,
- einen Rechtsanwalt engagieren.

Bei Dienstleistungen dieser und anderer Art haben Sie das Recht, bei einem Dienstleister mit Sitz in einem anderen EU-Land einzukaufen, und das

- ohne [Preisdiskriminierung](#) und
- ohne, dass der Verkäufer Ihnen den Verkauf nur deshalb verweigert, weil Sie in einem anderen EU-Land leben.

Hat der Verkäufer allerdings objektive Gründe, Ihnen den Verkauf zu verweigern, ist er unter Umständen im Recht.

[http://ec.europa.eu/youreurope/citizens/shopping/shopping-abroad/price-discrimination/index\\_de.htm](http://ec.europa.eu/youreurope/citizens/shopping/shopping-abroad/price-discrimination/index_de.htm)

## Preisdiskriminierung

### Gleiche Preise für Ausländer

Wenn Sie als EU-Bürger irgendwo in der EU Produkte oder Dienstleistungen kaufen, darf von Ihnen kein höherer Preis verlangt werden als von einheimischen Bürgern, es sei denn, der Preisunterschied ist gerechtfertigt (nähere Informationen hierzu weiter unten).

Touristische Sehenswürdigkeiten verlangen von Urlaubern manchmal höhere Preise als von Einheimischen. Hierbei handelt es sich um eine unrechtmäßige Diskriminierung, die Sie nicht hinnehmen sollten.

### Fallbeispiel

Gleiche Preise für Touristen aus der EU und Einheimische

Eine unrechtmäßige Diskriminierung liegt z. B. vor, wenn

- eine nach Österreich reisende Familie aus Großbritannien mehr für einen Mietwagen zahlen muss als österreichische Staatsbürger;
- ein deutscher Tourist mehr für den Besuch der archäologischen Ausgrabungsstätte in Rom bezahlen muss als ein Einheimischer;
- eine französische Familie in einer Stadt in Portugal mehr für einen Parkplatz in Strandnähe bezahlen muss als die Bewohner der Stadt.

Wenn Sie sich einmal in einer solchen Situation befinden, sollten Sie von Ihren Rechten Gebrauch machen. Die [Beratungs- und Hilfsdienste der EU](#)  können Ihnen dabei helfen.

### Rechtmäßige Preisunterschiede

Einige Preisunterschiede, z. B. höhere Kosten für den Versand von Waren ins Ausland, sind gerechtfertigt.

### Fallbeispiel

Preisunterschiede sind manchmal gerechtfertigt

Bart aus den Niederlanden besucht seinen Freund in Deutschland und geht dort in ein kommunales Schwimmbad. Dort muss er einen höheren Eintrittspreis zahlen als Bewohner der Gemeinde, und er fragt sich, ob es sich dabei um einen Fall von unrechtmäßiger Preisdiskriminierung handelt.

In diesem Fall ist der Preisunterschied rechtmäßig. Da das Schwimmbad von der Gemeinde betrieben und mit Gemeindesteuern finanziert wird, haben die Bewohner der Gemeinde bereits einen Beitrag zum Betrieb des Schwimmbads geleistet und profitieren deshalb von niedrigeren Eintrittspreisen.