

Brüssel, den 22. Oktober 2009

## **Verbraucher: Neue Studie der Union zeigt, dass 60 % der grenzüberschreitenden Online-Bestellungen abgelehnt werden**

*Heute legt die Europäische Kommission eine Mitteilung über grenzüberschreitenden elektronischen Handelsverkehr vor. Demnach werden Bestellungen von Verbrauchern in der EU, die in einem anderen Mitgliedstaat online einkaufen wollen, sehr häufig abgelehnt. Im Rahmen einer umfassenden unabhängigen Testkaufaktion im Auftrag der Kommission versuchten Verbraucher aus der gesamten EU, 100 gängige Produkte – wie etwa Fotoapparate, CDs, Bücher und Kleider – von ausländischen Anbietern zu kaufen. Dabei tätigten sie mehr als 11 000 Testbestellungen. In 60 % der Fälle klappte es nicht, da der Händler das Produkt nicht in das Land des Verbrauchers liefert oder keine geeigneten Möglichkeiten für eine grenzüberschreitende Zahlung anbietet. Für Verbraucher in Lettland, Belgien, Rumänien und Bulgarien ist es am schwierigsten, grenzüberschreitende Einkäufe zu tätigen (vollständige Liste der EU-27 in [MEMO/09/475](#)). Doch abgesehen von zwei Ausnahmen gelang dies in allen Ländern weniger als 50 % der Testpersonen. Es liegt auf der Hand, welche Vorteile den Bürgern dadurch entgehen: In mehr als der Hälfte der Mitgliedstaaten fanden die Testkäufer mindestens 50 % der Produkte auf einer ausländischen Webseite um 10 % billiger (einschließlich der Lieferkosten). 50 % der gesuchten Produkte waren in inländischen Online-Shops nicht erhältlich und wurden nur von einem Händler aus einem anderen Mitgliedstaat angeboten. Die Kommission führt in ihrer Mitteilung eine Reihe von Maßnahmen an, mit denen sie das komplexe ordnungspolitische Umfeld vereinfachen will, das Unternehmen davon abhält, ihre Waren an Verbraucher in anderen Mitgliedstaaten zu liefern. Um das Vertrauen in den Online-Handel zu stärken, sollen auch die Probleme im Zusammenhang mit der Erhebung kommerzieller Daten und deren Verwendung zur Erstellung von Kundenprofilen und für das Direktmarketing in einem Forum der Interessenvertreter erörtert werden.*

Kommissionsmitglied Kuneva erklärte: „Die Ergebnisse dieser Studie sind wirklich bemerkenswert. Jetzt liegen uns konkrete Informationen und Zahlen vor, die beweisen, dass die Verbraucher im Online-Handel weitgehend noch gar nicht vom europäischen Binnenmarkt profitieren. Bessere Angebote und eine größere Auswahl an Produkten könnten für die Verbraucher auf unserem riesigen europäischen Markt nur einen Mausklick entfernt sein. Doch in der Realität können Verbraucher, die online einkaufen, die nationalen Grenzen meist noch immer nicht überwinden. Den europäischen Verbrauchern bleibt somit eine größere Auswahl mit günstigeren Angeboten vorenthalten. Sie verdienen eine bessere Behandlung. Wir müssen das rechtliche Labyrinth vereinfachen, das die Online-Händler davon abhält, ihre Waren in anderen Ländern anzubieten“.

„Die Verwirklichung eines digitalen Binnenmarktes ist eine der obersten Prioritäten für Europa“, sagte Viviane Reding, das für die Informationsgesellschaft und Medien zuständige Kommissionsmitglied. „Solange nicht alle Hindernisse für Online-Geschäfte auch für die Endverbraucher ausgeräumt sind, haben wir keine echte digitale Wirtschaft. Dies muss auf der Liste der politischen Initiativen zur Wiederankurbelung des Binnenmarktprojekts an oberster Stelle stehen“.

### **Der Markt für den elektronischen Geschäftsverkehr**

Der europäische Markt für den elektronischen Geschäftsverkehr wurde 2006 auf über 160 Milliarden Euro geschätzt. Das Internet ist der **am schnellsten wachsende Einzelhandelssektor**. 2008 tätigten 51 % der Einzelhändler in der EU Online-Verkäufe.

Doch aufgrund der Hindernisse für den Online-Handel **wird die Kluft zwischen inländischen und grenzüberschreitenden elektronischen Geschäften immer größer**. Während der Anteil der Verbraucher in der EU, die online einkaufen, in zwei Jahren (2006-2008) von 27 % auf 33 % anstieg, stagnierte der Anteil der Europäer, die in einem anderen EU-Mitgliedstaat online einkaufen (Anstieg von 6 % auf 7 %). Und nur 21 % der Händler tätigen derzeit grenzüberschreitende Online-Verkäufe.

Doch **es gibt durchaus ein Potenzial**: Ein Drittel der Verbraucher in der EU würde online in einem anderen Mitgliedstaat einkaufen, wenn das Produkt dort billiger oder besser wäre, und ein Drittel würde den Kauf auch in einer anderen Sprache tätigen. 59 % der Einzelhändler wären bereit, ihre Geschäfte in mehr als einer Sprache abzuwickeln.

### **Ergebnisse der Testkaufaktion**

Im Rahmen einer Online-Studie, die im Auftrag der Europäischen Kommission durchgeführt wurde, sollte anhand von Testkäufen im Internet geprüft werden, welche Vorteile Verbraucher haben, die in einem anderen EU-Mitgliedstaat einkaufen, bzw. auf welche Hindernisse sie stoßen. Tester aus allen EU-Mitgliedstaaten suchten im Internet nach **100 gängigen Produkten** (von CDs bis zu Computern, Digitalkameras und Waschmaschinen) und prüften, **wie viel sie beim Einkauf im Ausland einsparen können und wie schwierig es ist, in einem anderen EU-Mitgliedstaat online einzukaufen**. Insgesamt wurden fast 11 000 Bestellungen getätigt. Die wichtigsten Ergebnisse waren:

- **Es sind erhebliche Einsparungen für die Verbraucher möglich**. In 13 von 27 Ländern konnten die Verbraucher für mindestens die Hälfte der gesuchten Produkte in einem anderen EU-Mitgliedstaat ein Angebot finden, das **zumindest 10 % billiger** war als das günstigste inländische Angebot (einschließlich aller Kosten wie etwa Lieferung in das Land des Verbrauchers).
- **Zugang zu Produkten, die im Inland nicht erhältlich sind**. Käufer in 13 EU-Mitgliedstaaten konnten für mindestens 50 % der gesuchten Produkte keine inländischen Online-Angebote finden, während diese Produkte in einem anderen EU-Mitgliedstaat online angeboten wurden.
- **Die meisten Bestellungen scheitern**. Durchschnittlich scheiterten 61 % der online in einem anderen EU-Mitgliedstaat getätigten Bestellungen, vor allem weil der Händler es ablehnte, in das Land des Verbrauchers zu liefern, oder keine geeigneten Möglichkeiten für eine grenzüberschreitende Zahlung anbot.

## Hindernisse für den elektronischen Handelsverkehr

Die Kommission legt in ihrer heute vorgelegten Mitteilung eine Strategie zur Beseitigung der Hindernisse für den grenzüberschreitenden Online-Handel dar. Handlungsbedarf besteht vor allem in folgenden Bereichen:

- **Schaffung einer einfachen, einheitlichen Regelung für die europäischen Verbraucher:** Der Vorschlag für eine Richtlinie über Verbraucherrechte soll die derzeitigen zersplitterten Rechtsvorschriften durch ein einheitliches EU-weites Instrument ersetzen, das einerseits allen Verbrauchern gleichen Schutz bietet und andererseits die Kosten der Einzelhändler verringert und diesen Rechtssicherheit bietet.
- **Verstärkte grenzüberschreitende Durchsetzung:** Koordinierte Maßnahmen zur Durchsetzung der Verbraucherrechte (wie etwa systematische Testaktionen im Internet) sollten unter der Schirmherrschaft der EU fortgesetzt werden, um illegale Praktiken zu verhindern und das Vertrauen der Verbraucher in grenzüberschreitende Einkäufe zu stärken.
- **Vereinfachung der Vorschriften für den grenzüberschreitenden Einzelhandel,** z. B. in den Bereichen Mehrwertsteuer, Recyclingkosten und Urheberrechtsabgaben. Derzeit sind unter Umständen mehrere Steuerbehörden für einen bestimmten Einzelhändler zuständig; es gelten unterschiedliche einzelstaatliche Vorschriften für das Recycling von Elektronik-Altgeräten; und es kann vorkommen, dass ein Händler in mehreren Staaten Urheberrechtsabgaben für die gleichen Waren zahlen muss. Die Kommission will mit ihren Vorschlägen die ersten beiden Probleme lösen. Auch bei den Abgaben müssen bald praktische Lösungen gefunden werden.

Einzelheiten in: [MEMO/09/475](#)

Vollständiger Text der Mitteilung:

[http://ec.europa.eu/consumers/strategy/facts\\_en.htm#E-commerce](http://ec.europa.eu/consumers/strategy/facts_en.htm#E-commerce)