

- Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) -

## Europawahlen 2019

# Sieben-Punkte-Papier der deutschen E-Commerce-Wirtschaft

Berlin, 4. März 2019

---

E-Commerce ist *der* Wachstumsmotor in der Handelslandschaft. Der Handelsumsatz mit Waren und Dienstleistungen über Vertriebswege des Fernabsatzes (Internet, Katalog, TV) erreicht längst einen Anteil von deutlich über einem Achtel am gesamten Einzelhandelsumsatz. Im Jahr 2018 erwirtschaftete die Branche einen Brutto-Umsatz von 85,5 Mrd. Euro. Ein erhebliches weiteres Anwachsen wird erwartet. Online- und Versandhandelsunternehmen schaffen und sichern Wirtschaftswachstum und Beschäftigung für über 200.000 Menschen allein in Deutschland. Die Branche bewirkt Innovation und dient Verbraucherinteressen. Sie ist europäisch und international orientiert und steht für weltweiten Wettbewerb. Die Spezifika des Handels mit Waren und Dienstleistungen über den Vertriebsweg Internet haben die E-Commerce-Branche sowohl in rechtlicher, aber auch in prozessualer, logistischer und technologischer Hinsicht zu einem Pionier der Digitalisierung werden lassen.

Um diese beispiellose Dynamik deutscher und europäischer Unternehmen auch auf einem globalisierten Markt zu erhalten und dadurch Wachstum und Arbeitsplätze in Europa zu sichern, bedarf es eines klaren politischen Bekenntnisses zum E-Commerce-Standort Europa. Stagnation und politische Fehlanreize müssen vermieden werden, wenn deutsche und europäische Unternehmen in einem überaus wettbewerbsintensiven, international ausgerichteten Markt weiterhin erfolgreich sein sollen.

Ausgehend von dieser Prämisse sind nachfolgend die wesentlichen politischen Handlungsfelder für das nächste Europäische Parlament zusammengefasst.

### **1. Bürokratiebremse auch auf europäischer Ebene einführen!**

Zu den wichtigsten Anleitungen des nationalen deutschen Gesetzgebers zählt die seit dem Jahr 2014 wirksame sogenannte One-in-one-out-Regel. Hiernach dürfen neue bürokratische Belastungen für die mittelständische Wirtschaft nur dann eingeführt werden, wenn in demselben Maße eine Kompensation im Wege des Abbaus bereits bestehender Belastungen erfolgt. Obwohl

dringend erforderlich, ist eine solche automatische Kompensation auf europäischer Ebene weiterhin nicht vorgesehen. Als Folge dessen bringt praktisch jedes neue europäische Gesetz zahlreiche neue bürokratische Pflichten mit sich, die v.a. den Mittelstand in Deutschland und Europa zunehmend zu ersticken drohen.

**Wir fordern die politischen Parteien auf,** einen Mechanismus einzuführen, wonach bei Gesetzgebungsverfahren auf europäischer Ebene neue Belastungen insbesondere der mittelständischen Wirtschaft nur in dem Umfang eingeführt werden dürfen, wie bisherige Belastungen in gleichem Maße abgebaut werden!

## **2. E-Privacy-Verordnung – Pläne grundsätzlich überdenken!**

Die von der Europäischen Kommission angestoßene Reform der sogenannten E-Privacy-Richtlinie konnte auch nach zweijährigen Verhandlungen nicht abgeschlossen werden. Gründe hierfür sind neben handwerklichen Schwächen des Entwurfs und zahlreichen Widersprüchen mit der EU-Datenschutz-Grundverordnung die wachsenden Bedenken der Mitgliedsstaaten, ob über das vorgeschlagene extrem restriktive Regelungskonzept die europäische Digitalwirtschaft auf Dauer wettbewerbsfähig bleiben kann. Wenn die Befugnis der Verarbeitung von Informationen auf Endgeräten in Zukunft ausnahmslos von der Einwilligung der Betroffenen abhängig gemacht wird, führt dies zu schweren Nachteilen der mittelständischen Digitalwirtschaft im Verhältnis zu global agierenden US-amerikanischen und chinesischen IT-Konzernen. Sofern sich das neue Europäische Parlament zu einer Fortführung des Reformvorhabens entscheidet, müssen diese grundsätzlichen Bedenken endlich gehört werden.

**Wir fordern die politischen Parteien auf,** im Rahmen der Reform der sogenannten E-Privacy-Richtlinie Widersprüche zu den Vorgaben der EU-Datenschutz-Grundverordnung zu vermeiden und insbesondere bei der Normierung von Erlaubnistatbeständen zur Datenverarbeitung auch den berechtigten Interessen der europäischen Digitalwirtschaft Rechnung zu tragen.

## **3. Sicherheit und Konformität bei Importen aus Drittstaaten sicherstellen!**

E-Commerce-Unternehmen zählen zu den Pionieren der Internationalisierung. Dass Internationalisierung keine Einbahnstraße ist, ist grundsätzlich begrüßenswert und befördert den Wettbewerb auch im Europäischen Binnenmarkt. Unlauter wird der Wettbewerb jedoch dort, wo unseriöse Anbieter, die Waren aus Drittstaaten nach Europa direkt importieren und hier direkt vertreiben, geltendes Recht missachten. Zu beklagen sind hierbei neben der Umgehung von Lizenzierungspflichten im Verpackungs-, Batterie- und Elektrogerätesegment vor allem die Bereitstellung von nach nationalen und europäischen Vorgaben nicht vertriebsfähiger Ware auf dem europäischen Markt.

**Wir fordern die politischen Parteien auf**, einen Rahmen zu schaffen, der die Einhaltung der Regelungen zur Verkehrsfähigkeit von Waren im europäischen Wirtschaftsraum auch durch Händler aus Drittstaaten wirksam sicherstellt. Die Durchsetzung darf nicht an kleinteiligen und unterschiedlichen nationalen oder gar regionalen Zuständigkeiten scheitern.

#### **4. Marktplätze und Plattformen: Generelle Vertriebsbeschränkungen verbieten!**

Das Internet belebt den Wettbewerb im Handel. Die hohe Reichweite des Internets und das Potential zur Senkung von Distributionskosten verlagert diesen Wettbewerb zunehmend auch auf das Verhältnis Hersteller/Händler v.a. durch Direktvertriebsmodelle und selektive Vertriebsvereinbarungen. Zwar sind undifferenzierte und allein den Online-Handel erschwerende Marktzugangsbarrieren bereits heute grundsätzlich rechtswidrig und die Anforderungen an die Rechtfertigung von Vertriebsbindungen und akzeptable Selektivvertriebsmodelle gestiegen. Die Grenzziehung zwischen noch zulässigen Vertriebsmodellen und kartellrechtswidrigem Marktverhalten ist in der Praxis aber weiterhin schwierig und stark vom Einzelfall abhängig. Unter den nach wie vor zu beobachtenden Beschränkungen leiden vor allem Handelsunternehmen, die Waren über Marktplätze und Plattformen vertreiben. Dieser Vertriebsform wird weiterhin oft per se die Möglichkeit abgesprochen, auch hohe Qualitätsanforderungen an die Präsentation von Produkten und die Wahrung des Markenimages gewährleisten zu können.

**Wir fordern die politischen Parteien auf**, generelle vertragliche Verbote des Vertriebs über Marktplätze und Plattformen als Kernbeschränkung im Sinne der Vertikal-GVO einzustufen.

#### **5. Lizenzierungs- und Registrierungsverfahren vereinfachen!**

Obwohl die europäische Gesetzgebung in den letzten Jahren umfangreiche materiellrechtliche Pflichten in den Bereichen Lizenzierung und Registrierung von z.B. Verpackungen und Elektrogeräten geschaffen hat, obliegt die Umsetzung dieser Vorgaben überwiegend der Ausgestaltung der Mitgliedstaaten. Eine europäische Koordination ist nicht erkennbar. Als Folge dessen hat sich in Europa ein kaum mehr überschaubares Geflecht an Lizenzierungs- und Registrierungspflichten entwickelt, das für mittelständische Handelsunternehmen zu einem wesentlichen Hemmnis bei der Ausweitung von Geschäftsaktivitäten auf andere europäische Zielmärkte geworden ist. Der von der Europäischen Kommission zurecht angestrebte „Digital Single Market“ wird aber nur dann Realität werden können, wenn die sich aus europäischen Vorgaben ergebenden Compliance-Pflichten durch Handelsunternehmen europaweit einheitlich und unbürokratisch erfüllt werden können.

**Wir fordern die politischen Parteien auf**, ein europaweit einheitliches, koordiniertes Verfahren zur Erfüllung von Lizenzierungs- und Registrierungspflichten zu schaffen, entweder über einen

One-Stop-Shop-Mechanismus oder über eine europäische Behörde mit Gesamtzuständigkeit für den gesamten Europäischen Binnenmarkt.

## **6. Digitalsteuer: Keine nationalen oder europäischen Alleingänge!**

Die von der Europäischen Kommission im März 2018 vorgeschlagene sogenannte Digitale Dienstleistungssteuer, nach der Einnahmen aus bestimmten digitalen Geschäftsaktivitäten mit einer Sondersteuer belegt werden sollen, würde nachweislich nur geringe Erträge, dafür aber umso mehr ökonomische Probleme schaffen. Studien sagen bspw. große Folgeschäden vor allem bei europäischen Klein- und mittelständischen Unternehmen, etwa durch deutlich steigende Kosten für Kundengewinnung und -bindung, und ungleiche Wettbewerbsbedingungen zwischen Online- und Offline-Vertriebswegen voraus. Die Pläne für die Einführung einer solchen Steuer dürfen nicht auf allein nationaler oder europäischer Ebene weiterverfolgt werden, sondern müssen der globalen Dimension der Internetwirtschaft Rechnung tragen.

**Wir fordern die politischen Parteien auf**, sich für eine Einigung auf OECD-Ebene einzusetzen, den derzeitigen internationalen Steuerrahmen zu überprüfen und bei der Schaffung neuer Steuersysteme nicht nur für den Digitalbereich einen globalen Konsens anzustreben.

## **7. Offenes und vielfältiges Europa: Weltweite Potentiale für Entwicklung und Beschäftigung nutzen!**

„In Vielfalt geeint“ – das ist seit dem Jahr 2000 das Motto der Europäischen Union. Damit gewährleistet die Europäische Union die Gleichberechtigung aller Bürgerinnen und Bürger in Europa und somit die Vielfalt der europäischen Gesellschaft. Die Anerkennung dieses Prinzips ist auch heute noch von großer, nicht nur wirtschaftlicher Bedeutung. Gerade Onlinehändler sind grenz-überschreitend tätig und fungieren als Vermittler zwischen Menschen, Ländern und Kulturen. Innovationen aus aller Welt spiegeln sich in ihrer Tätigkeit wider. Deshalb sind gerade bei uns Vielfalt und Offenheit Grundvoraussetzung für unseren unternehmerischen Erfolg.

**Wir fordern die politischen Parteien auf**, die regelbasierte internationale Zusammenarbeit und den offenen Handel als Grundlage für erfolgreiches Wirtschaften als Maxime Europas zu gewährleisten sowie Unilateralismus und europäischer oder nationaler Abgrenzung entschlossen entgegenzutreten.