

Geoblocking und Franchisesysteme: Was Franchisepartner wissen müssen

* Dr. Thomas Schneider LL.M. ist Partner und Mag. Johannes Paul ist Rechtsanwalt in der Sozietät Zumtobel Kronberger Rechtsanwälte OG, Salzburg, Rainbergstrasse 3 c, www.eulaw.at

Das Jahr 2018 brachte nicht nur die EU-Datenschutzgrundverordnung mit sich: Auch eine andere direkt in allen EU-Mitgliedsstaaten anwendbare EU-Verordnung steht seit Kurzem in Geltung und hat Auswirkungen auf Franchisesysteme. Dabei handelt es sich um die Verordnung (EU) 2018/302 des Europäischen Parlaments und des Rates, kurz „Geoblocking-Verordnung“.

Durch diese seit 03.12.2018 in Geltung stehende Verordnung soll ungerechtfertigtes Geoblocking und andere Formen der Diskriminierung, die direkt oder indirekt auf der Staatsangehörigkeit, dem Wohnsitz oder dem Ort der Niederlassung des Kunden beruhen, verhindert werden. Sofern innerhalb eines Franchisesystems Geoblocking betrieben wurde, ist dies spätestens seit 03.12.2018 nicht mehr zulässig.

Was wird nach der Verordnung als Geoblocking verstanden?

Durch Geoblocking wird für Kunden aus anderen Mitgliedstaaten im grenzüberschreitenden Geschäftsverkehr der Zugang zu Onlinebenutzeroberflächen, wie zum Beispiel Websites oder Apps, gesperrt oder beschränkt bzw. werden Kunden auf andere Websites automatisch weitergeleitet. Dies ist nun weitgehend verboten (Geoblocking-Verbot betreffend Zugang zu Online -Benutzeroberflächen). Wenn ein Kunde zB von Deutschland aus eine österreichische Seite aufrufen möchte, darf er nicht automatisch auf eine andere Seite weitergeleitet werden.

Als Geoblocking gilt auch, wenn Anbieter sowohl online als auch im stationären Bereich für Kunden aus anderen Mitgliedstaaten unterschiedliche Vertragsbedingungen für den Zugang zu ihren Waren- und Dienstleistungen anwenden. Auch dies ist nach der neuen Verordnung grundsätzlich nicht erlaubt (Geoblocking-Verbot betreffend Zugang zu Waren und Dienstleistungen). Es ist daher zB verboten unterschiedliche Preise je nachdem zu verlangen, woher der Kunde kommt. Die Verordnung enthält aber kein Gebot, spezielle Angebote - etwa zur Selbstabholung oder zur grenzüberschreitenden Lieferung - anzubieten. Wer zB als Ungar bei einem österreichischen Webshop kaufen möchte, der nur nach Österreich liefert, kann nicht auf Lieferung nach Ungarn bestehen. In diesem Beispiel muss der ungarische Kunde aber trotzdem Zugang zum Angebot haben, das heißt er kann sich die Ware an eine Adresse innerhalb des Liefergebietes in Österreich zustellen lassen. Das Recht auf Selbstabholung hat ein Kunde aus einem anderen Mitgliedstaat nur, wenn eine Selbstabholung auch für andere Kunden möglich ist. Wird eine Selbstabholung daher im Beispiel nicht für Österreicher und andere Kunden angeboten, kann dies auch ein ungarischer Kunde nicht verlangen.

Schließlich versteht die Verordnung unter Geoblocking auch, wenn Anbieter im Rahmen der von ihnen akzeptierten Zahlungsmethoden für Kunden aus anderen Mitgliedsstaaten unterschiedliche Bedingungen für den Zahlungsvorgang anwenden. Das Verbot gilt aber nur, wenn die Zahlung über eine elektronische Transaktion in einer vom Anbieter akzeptierten Währung erfolgt. Wenn ein

österreichischer Anbieter zum Beispiel die Zahlung mit Kreditkarten erlaubt, darf er die Zahlung mit einer in Italien ausgestellten Kreditkarte nicht verweigern.

Was bezwecken all diese Verbote?

Die Verordnung möchte es europäischen Kunden (erfasst sind sowohl B2C als auch B2B Endkunden!) ermöglichen, EU-weit vollen gleichartigen Zugang zu den Angeboten der Anbieter zu bekommen, unabhängig von der jeweiligen Staatsangehörigkeit und Wohnsitz bzw. dem Ort der Niederlassung. Eine Fragmentierung des Marktes soll unterbunden werden, es gilt das sogenannte „Shop-like a local Prinzip.“

Gibt es Ausnahmen vom Verbot des Geoblockings?

Die Verordnung gilt nicht für rein inländische Sachverhalte. Es muss daher ein Fall vorliegen, bei dem ein Anbieter und ein Kunde aus unterschiedlichen Mitgliedstaaten aufeinandertreffen.

Davon abgesehen sind bestimmte Sachverhalte vom Anwendungsbereich der Verordnung komplett ausgenommen. In diesen Fällen ist Geoblocking daher weiterhin zulässig. Dies gilt für Tätigkeiten, die in Artikel 2 Abs 2 der Richtlinie 2006/123/EG (Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Dezember 2006 über Dienstleistungen im Binnenmarkt¹) genannt sind. Dazu zählen Finanzdienstleistungen wie Bankdienstleistungen und Dienstleistungen im Zusammenhang mit einer Kreditgewährung, Gesundheitsdienstleistungen, audiovisuelle Dienste und bestimmte soziale Dienstleistungen.

Manche Fälle sind auch nur teilweise von der Verordnung ausgenommen. Dies betrifft zum Beispiel Dienstleistungen in Zusammenhang mit der Bereitstellung von urheberrechtlich geschütztem Material. Insofern erlaubt die Verordnung die Anwendung unterschiedlicher Leistungsbedingungen zB für das Download- und Streaming- Angebot von Musik, Filmen, Hörbüchern und e-Books. Dies gilt auch wenn der Verkauf oder die Erbringung der Dienstleistung gesetzlich in dem jeweiligen Mitgliedsstaat untersagt ist. Betroffen sind daher vor allem Verkäufe von Gefahrgut (zB Feuerwerkskörper), Waren mit Suchtpotential (zB Zigaretten, Alkohol) und lebende Ware (zB Tiere, Pflanzen). Auch der Handel mit Büchern, die in bestimmten Mitgliedsstaaten einer nationalen Preisbindung unterliegen, ist vom Diskriminierungsverbot in gewissem Umfang ausgenommen.

Außerdem ist zu beachten, dass das Verbot einem Kunden aus einem anderen Mitgliedsstaat den Zugang zu einer Website oder einer App zu sperren oder zu beschränken bzw. auf eine andere Website weiterzuleiten insbesondere dann nicht gilt, wenn der Kunde der Weiterleitung ausdrücklich zugestimmt hat.

Welche Konsequenzen drohen bei einem Verstoß gegen die Verordnung?

Eine Verletzung der Vorgaben der Geoblocking-Verordnung kann Ansprüche von Mitbewerbern auf Unterlassung und Schadenersatz bedeuten. Zudem sind Forderungen einzelner Kunden, zB wegen Verletzung von bestehenden

¹ Abrufbar unter <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/ALL/?uri=CELEX%3A32006L0123> (Abrufdatum 09.01.2019)

Informationspflichten, denkbar. Ein Verstoß gegen die Verordnung kann zusätzlich nach den nationalen Gesetzen gegen unlauteren Wettbewerb zivilrechtlich verfolgt werden sowie eine Verwaltungsübertretung darstellen, welche mit Geldstrafe geahndet werden kann.

Was bedeutet all dies nun konkret für Franchisesysteme?

Charakteristisch für Franchisesysteme ist eine geographische Abgrenzung der Vertragsgebiete. Demnach vereinbaren Franchisegeber und Franchisenehmer ein bestimmtes Vertragsgebiet, in welchem der Franchisenehmer aktiv ist. Der passive Verkauf (zB durch Betrieb einer Website) außerhalb des Vertragsgebietes kann dabei aber schon aus kartellrechtlichen Gründen grundsätzlich nicht eingeschränkt werden.

Aufgrund der neuen Verordnung sind nun auch Maßnahmen des Geoblockings zur Abgrenzung von Vertragsgebieten unzulässig:

So darf der Franchisenehmer den Vertragsabschluss mit Kunden aus anderen Mitgliedstaaten grundsätzlich nicht verweigern. Deshalb wäre zB eine Vereinbarung im Franchisevertrag unwirksam, welche es dem Franchisenehmer verbietet, auf unaufgeforderte Verkaufsanfragen von Kunden aus anderen Mitgliedsstaaten zu reagieren.

Zudem muss zB ein deutscher Franchisenehmer, wenn ein Kunde aus Österreich bei ihm online eine Ware beziehen möchte, dem Kunden den Zugang zum Angebot ermöglichen und darf ihn nicht (ohne seine Zustimmung) auf die Website eines österreichischen Franchisenehmers oder des Franchisegebers weiterleiten. Auch der Franchisegeber darf nicht eine automatische Gebietszuordnung vornehmen, sodass der Vertragsabschluss von Kunden aus anderen Mitgliedsstaaten unterbunden wird.

Welche Möglichkeiten lässt nun die Geoblocking – Verordnung zur Abgrenzung vertraglicher Gebiete?

Bestimmungen in Franchiseverträgen, durch die Franchisenehmer Verpflichtungen auferlegt werden, die gegen das Geoblocking-Verbot verstoßen, sind automatisch nichtig. Ein Verbot zum Vertragsabschluss mit Kunden aus anderen Mitgliedsstaaten ist daher grundsätzlich nicht erlaubt.

Um eine Abgrenzung der Vertragsgebiete zu bewerkstelligen, lässt die neue Verordnung aber einen gewissen Spielraum. So kann vertraglich die aktive Kundenakquise außerhalb des Vertragsgebietes grundsätzlich untersagt werden. Auch lässt sich nach der Verordnung das Liefergebiet des Franchisenehmers auf bestimmte Gebiete beschränken. Zudem kann die Möglichkeit zur Selbstabholung durch den Kunden gänzlich ausgeschlossen werden. Bei der Implementierung derartiger Regelungen in Franchiseverträgen ist aber immer auch die kartellrechtliche Perspektive zu beachten.

Es besteht auch die Möglichkeit, dass der Kunde bei Aufruf einer Website auf eine Landing-Website gelangt, auf welcher die Websites sämtlicher Franchisenehmer in einer bestimmten Reihenfolge aufgelistet sind. Eine Weiterleitung erfolgt hier nicht automatisch, sondern nur mit Zustimmung des Kunden.

Kunden können bei Aufruf einer Website auch zB durch ein Pop-Up Fenster darauf hingewiesen werden, dass auch eine Website eines Anbieters aus deren jeweiligem Herkunftsland besteht.

Sollte es dennoch zu einem Vertragsabschluss mit einem Kunden außerhalb des Vertragsgebietes kommen, besteht die vertragliche Möglichkeit für die dabei lukrierten Umsätze intern (also innerhalb des Franchisesystems) einen Ausgleich zu schaffen.

Zusammengefasst empfiehlt es sich daher Franchiseverträge auf Konformität mit der neuen Verordnung zu überprüfen und diese bedarfsweise an die neuen Vorschriften anzupassen. In weiterer Konsequenz besteht in vielen Fällen das Erfordernis, die allgemeinen Vertragsbedingungen im Verhältnis zum Endkunden zu überarbeiten.

Zu den Autoren:

Dr. Thomas Schneider LL.M. ist Rechtsanwalt und Partner der Sozietät Zumtobel+Kronberger+Rechtsanwälte OG in Salzburg, Österreich, und Partner der Kanzlei Kronberger+Schneider Rechtsanwälte GbR in München, Deutschland.

Mag. Johannes Paul ist Rechtsanwalt der Sozietät Zumtobel+Kronberger+Rechtsanwälte OG in Salzburg, Österreich.

Beide Anwälte haben sich auf verschiedene Rechtsgebiete wie das IP-Recht, Datenschutzrecht und auch das Vertriebsrecht mit Fokus Franchise spezialisiert.

Kontakt:

ZUMTOBEL+KRONBERGER + RECHTSANWÄLTE OG

Rainbergstraße 3c
5020 Salzburg
Telefon: +43 662 624500
Telefax: +43 662 624500 34
E-Mail: schneider@eulaw.at
WWW: www.eulaw.at