

Wat is geoblocking?

Door middel van geoblocking kunnen online aanbieders van producten en diensten hun website afstemmen op bepaalde landen of regio's. Ook kan de consument worden doorgestuurd naar die website die, op basis van zijn locatie, een bepaald assortiment of dienstverlening aanbiedt die het beste past bij de locatie waarin de klant zich bevindt.

De Geoblocking Verordening heeft tot doel dat klanten die websites bezoeken en online willen kopen, niet gediscrimineerd worden. Het beoogt ongerechtvaardigde praktijken van geoblocking aan te pakken.

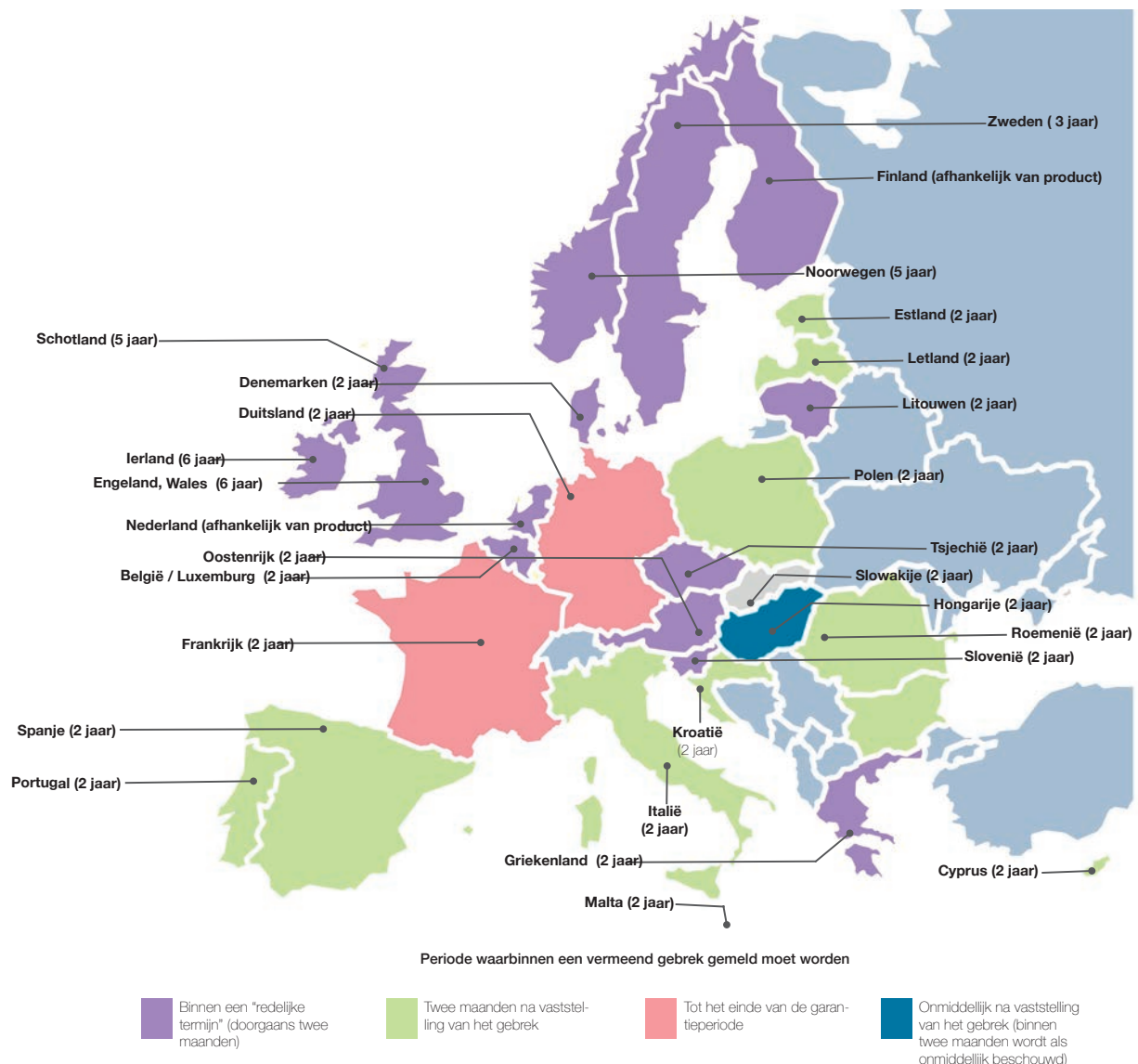
Klanten kunnen (vanuit het buitenland) volgens de nieuw in te voeren regels online aankopen doen onder dezelfde voorwaarden als een aankoop die ter plekke in de winkel wordt gedaan.

“

Waarom kunnen winkeliers niet altijd klanten uit binnen- en buitenland onder dezelfde voorwaarden bedienen?

”

Verschillen in niveau van consumentenbescherming



Waarom verschillen in kosten tussen landen?



Btw

Aangifteprocedures en btw-tarieven op producten en diensten verschillen per land



Milieuheffingen

Verschillende systemen voor verwijderingsbijdragen op elektr(on)ische apparaten, statiegeld, verpakkingsafval



Betalingsmethoden

Kosten verschillen tussen nationale betalingsmethoden (debet) en internationale middelen (zoals creditcards)



Pakketbezorging

Grote verschillen in kosten voor pakketbezorging en hoge kosten bij grensoverschrijdende bezorging



Kostenstructuren

Verschillen in bijvoorbeeld salarisniveau's

Waarom verschillen in service en producten?



Klantenservice

Winkeliers bieden klachtenafhandeling in de eigen taal, of productlevering op de dag van bestelling



Marktfragmentatie

Leveranciers verplichten winkeliers in te kopen bij nationale vestigingen en/of beperken winkeliers tot verkoop in een bepaald gebied



Fabrieksgaranties

Leveranciers bieden verschillende garanties, bijvoorbeeld voor installatie en onderhoud van consumentenelectronica



Landspecifieke eisen

Niet elk product kan in een ander land worden gebruikt, door verschillen in stekkers, toetsenbordindelingen, of klimaat

Detailhandel Nederland pleit voor

Ondernemersvrijheid

De winkelier moet in beginsel vrij zijn in het kiezen van zijn businessmodel, inclusief de markten die hij bedient, het geografische gebied waarin hij levert, en de online betaalmiddelen, die door verschillende kostenstructuren het online businessmodel wezenlijk beïnvloeden.

e-Commerce stimuleren

Het nemen van maatregelen op Europees niveau die daadwerkelijk e-commerce binnen de EU kunnen bevorderen, zoals het aanpakken van de hierboven genoemde handelsbarrières op de interne markt.

Aanpakken fysieke handelsbarrières

Blijvende inzet op de aanpak van fysieke handelsbarrières, zoals verschillen in etikettering en verpakkingseisen, consumenteninformatie, en retoursystemen.

Beperken informatieverplichtingen bij geoblocking

Het beperken van informatieverplichtingen tot het geven van de beweegreden van een winkelier om in bepaalde landen wel of niet te verkopen. De meest relevante informatie voor een klant is niet *waarom* een product in land A goedkoper is dan in land B, maar wel of het daar goedkoper is en *of* hij het op een betrouwbare wijze kan aanschaffen.

Meer transparantie

Het bieden van meer transparantie aan consumenten die de keuze moeten krijgen om andere websites te bezoeken.

Zekerheid over toepasselijke consumentenrecht

Rechtszekerheid over welk recht (binnen- of buitenlands) van toepassing is op een verkoop. Een duidelijke definitie van een passieve verkoop is essentieel. Een winkelier moet weten wanneer bepaalde marketingstrategieën gezien worden als het gericht aantrekken van buitenlandse klanten waardoor deze verkopen volgens het recht van de klant moeten verlopen.

Geldend recht is land van aflevering

Het recht van het land waarin het afleveradres of het pick-up point waar het goed is geleverd zich bevindt, moet gelden voor alle aspecten van de verkoop: uitoefening van consumententechten, productveiligheid, etikettering etcetera. Dit is tevens de lokatie waarnaar de winkelier de verplichting heeft de kosten te vergoeden in geval van retourneren van een product.

Aanpakken marktverdeling door fabrikanten

Aanpak van geografische marktverdeling door merkfabrikanten. Breid het non-discriminatiebeginsel waaraan winkeliers moeten voldoen uit naar leveranciers: Verkoop aan de klant (die zelf voor de distributie zorgt) moet dus ook in B2B relaties niet worden gehinderd.