

## **Ein integrierter Paketzustellungsmarkt für das Wachstum des elektronischen Handels**

**Entschließung des Europäischen Parlaments vom 4. Februar 2014 zu einem integrierten Paketzustellungsmarkt für das Wachstum des elektronischen Handels in der EU (2013/2043(INI))**

*Das Europäische Parlament,*

- gestützt auf Artikel 3 Absatz 3 des Vertrags über die Europäische Union (VEU), der vorsieht, dass die Union auf „eine in hohem Maße wettbewerbsfähige soziale Marktwirtschaft, die auf Vollbeschäftigung und sozialen Fortschritt abzielt, sowie ein hohes Maß an Umweltschutz und Verbesserung der Umweltqualität“ hinwirkt,
- gestützt auf Artikel 9 AEUV, in dem festgelegt wird, dass die Union „bei der Festlegung und Durchführung ihrer Politik und ihrer Maßnahmen [...] den Erfordernissen im Zusammenhang mit der Förderung eines hohen Beschäftigungsniveaus, mit der Gewährleistung eines angemessenen sozialen Schutzes, mit der Bekämpfung der sozialen Ausgrenzung sowie mit einem hohen Niveau der allgemeinen und beruflichen Bildung und des Gesundheitsschutzes Rechnung“ trägt,
- gestützt auf Artikel 11 AEUV, in dem Folgendes verfügt wird: „Die Erfordernisse des Umweltschutzes müssen bei der Festlegung und Durchführung der Unionspolitiken und -maßnahmen insbesondere zur Förderung einer nachhaltigen Entwicklung einbezogen werden“,
- gestützt auf Artikel 12 AEUV, in dem Folgendes verfügt wird: „Den Erfordernissen des Verbraucherschutzes wird bei der Festlegung und Durchführung der anderen Unionspolitiken und -maßnahmen Rechnung getragen“,
- gestützt auf Artikel 14 AEUV und das dazugehörige Protokoll Nr. 26 über Dienstleistungen von allgemeinem (wirtschaftlichem) Interesse,
- gestützt auf Artikel 26 AEUV, in dem es heißt, dass „der Binnenmarkt [...] einen Raum ohne Binnengrenzen [umfasst], in dem der freie Verkehr von Waren, Personen, Dienstleistungen und Kapital gemäß den Bestimmungen des Vertrags gewährleistet ist“,
- gestützt auf die Artikel 49 und 56 AEUV über die Niederlassungsfreiheit bzw. den freien Dienstleistungsverkehr innerhalb der Union,
- gestützt auf die Artikel 101 und 102 AEUV über die Wettbewerbsregeln für Unternehmen,
- gestützt auf Artikel 169 AEUV über die Förderung der Interessen der Verbraucher und Gewährleistung eines hohen Verbraucherschutzniveaus,
- unter Hinweis auf die Richtlinie 97/67/EG des Europäischen Parlaments und des Rates, geändert durch die Richtlinien 2002/39/EG und 2008/8/EG über Postdienste,
- unter Hinweis auf die Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates

vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt,

- unter Hinweis auf die Richtlinie 2013/11/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 21. Mai 2013 über Formen der alternativen Beilegung verbraucherrechtlicher Streitigkeiten und zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 und der Richtlinie 2009/22/EG,
- unter Hinweis auf die Verordnung (EU) Nr. 524/2013 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 21. Mai 2013 über Formen der alternativen Beilegung verbraucherrechtlicher Streitigkeiten und zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 und der Richtlinie 2009/22/EG,
- unter Hinweis auf die Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 über die Rechte der Verbraucher, zur Abänderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates und der Richtlinie 1999/44/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie zur Aufhebung der Richtlinie 85/577/EWG des Rates und der Richtlinie 97/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates,
- in Kenntnis des Grünbuchs der Kommission vom 29. November 2012 mit dem Titel „Ein integrierter Paketzustellungsmarkt für das Wachstum des elektronischen Handels in der EU“ (COM(2012)0698),
- in Kenntnis der Mitteilung der Kommission vom 16. Dezember 2013 mit dem Titel „Fahrplan für die Vollendung des Binnenmarkts für die Paketzustellung – Stärkung des Vertrauens in die Zustelldienste und Förderung des Online-Handels“ (COM(2013)0886),
- in Kenntnis des Arbeitsdokuments der Kommissionsdienststellen vom 23. April 2013 mit dem Titel „E-commerce Action plan 2012–2015 – State of play 2013“ (Aktionsplan zum elektronischen Handel 2012–2015 – Stand der Dinge 2013) (SWD(2013)0153),
- in Kenntnis der Mitteilung der Kommission vom 11. Januar 2012 mit dem Titel „Ein kohärenter Rahmen zur Stärkung des Vertrauens in den digitalen Binnenmarkt für elektronischen Handel und Online-Dienste“ (COM(2011)0942),
- in Kenntnis der Mitteilung der Kommission vom 18. Dezember 2012 mit dem Titel „Die Digitale Agenda für Europa – digitale Impulse für das Wachstum in Europa“ (COM(2012)0784),
- in Kenntnis der Mitteilung der Kommission vom 26. August 2010 mit dem Titel „Eine digitale Agenda für Europa“ (COM(2010)0245),
- in Kenntnis des Arbeitsdokuments der Kommissionsdienststellen vom 7. Dezember 2012 mit dem Titel „Consumer Markets Scoreboard – Making markets work for consumers – Eighth edition“ (Das Verbraucherbarometer: Damit die Märkte den Verbrauchern dienen - 8. Ausgabe) (SWD(2012)0432),
- in Kenntnis der Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen vom 22. Mai 2012 mit dem Titel „Eine Europäische Verbraucheragenda für mehr Vertrauen und

mehr Wachstum“ (COM(2012)0225),

- in Kenntnis der Mitteilung der Kommission vom 23. Februar 2011 mit dem Titel „Überprüfung des Small Business Act für Europa“ (COM(2011)0078),
- in Kenntnis der Mitteilung der Kommission vom 9. Januar 2013 mit dem Titel „Aktionsplan Unternehmertum 2020 – Den Unternehmergeist in Europa neu entfachen“ (COM(2012)0795),
- in Kenntnis der Mitteilung der Kommission vom 9. November 2011 mit dem Titel „Kleine Unternehmen – große Welt: Eine neue Partnerschaft, um KMU zu helfen, ihre Chancen im globalen Kontext zu nutzen“ (COM(2011)0702),
- in Kenntnis der Mitteilung der Kommission vom 28. November 2012 mit dem Titel „Jahreswachstumsbericht 2013“ (COM(2012)0750),
- in Kenntnis der Mitteilung der Kommission vom 3. März 2010 mit dem Titel „Europa 2020 – Eine Strategie für intelligentes, nachhaltiges und integratives Wachstum“ (COM(2010)2020),
- in Kenntnis der Mitteilung der Kommission vom 27. Oktober 2010 an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen mit dem Titel „Auf dem Weg zu einer Binnenmarktakte – Für eine in hohem Maße wettbewerbsfähige soziale Marktwirtschaft – 50 Vorschläge, um gemeinsam besser zu arbeiten, zu unternehmen und Handel zu treiben“ (COM(2010)0608),
- in Kenntnis der Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen vom 3. Oktober 2012 mit dem Titel „Binnenmarktakte II“ (COM(2012)0573),
- in Kenntnis der Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen vom 13. April 2011 mit dem Titel „Binnenmarktakte – Zwölf Hebel zur Förderung von Wachstum und Vertrauen“ (COM(2011)0206),
- in Kenntnis des Weißbuchs der Kommission vom 28. März 2011 mit dem Titel „Fahrplan zu einem einheitlichen europäischen Verkehrsraum“ (COM (2011)0144),
- in Kenntnis der Mitteilung der Kommission vom 18. Oktober 2007 mit dem Titel „Das Programm der EU für den Güterverkehr – Steigerung der Effizienz, Integration und Nachhaltigkeit des Güterverkehrs in Europa“ (COM(2007)0606),
- in Kenntnis der Schlussfolgerungen des Rates vom 31. Mai 2012 zum digitalen Binnenmarkt und zur Binnenmarktsteuerung,
- unter Hinweis auf seine EntschlieÙung vom 4. Juli 2013 zur Vollendung des digitalen Binnenmarkts<sup>1</sup>,
- unter Hinweis auf seine EntschlieÙung vom 11. Dezember 2012 zur Vollendung des

---

<sup>1</sup> Angenommene Texte, P7\_TA(2013)0327.

digitalen Binnenmarkts<sup>1</sup>,

- unter Hinweis auf seine EntschlieÙung vom 21. September 2010 zur Vollendung des Binnenmarktes für den elektronischen Handel<sup>2</sup>,
  - unter Hinweis auf seine EntschlieÙungen vom 6. April 2011 zum Binnenmarkt für die europäischen Bürger<sup>3</sup>, zu einem Binnenmarkt für Unternehmen und Wachstum<sup>4</sup> und zu Governance und Partnerschaft im Binnenmarkt<sup>5</sup>,
  - unter Hinweis auf seine EntschlieÙung vom 11. Juni 2013 zu einer neuen europäischen Agenda der Verbraucherschutzpolitik<sup>6</sup>,
  - gestützt auf Artikel 48 seiner Geschäftsordnung,
  - in Kenntnis des Berichts des Ausschusses für Binnenmarkt und Verbraucherschutz sowie der Stellungnahme des Ausschusses für Beschäftigung und soziale Angelegenheiten und der Stellungnahme des Ausschusses für Verkehr und Fremdenverkehr (A7-0024/2014),
- A. in der Erwägung, dass der elektronische Handel enormes Potenzial für die Bekämpfung der Wirtschafts- und Finanzkrise, die Stärkung des Binnenmarkts sowie für Wirtschafts- und Beschäftigungswachstum in der Europäischen Union bietet; in der Erwägung, dass die Kommission in ihrer Mitteilung über elektronischen Handel und Online-Dienste vom Januar 2012 die Zustellung online bestellter Waren zu den fünf obersten Prioritäten zählt, wenn es um die Förderung des elektronischen Handels bis 2015 geht, und dass ihre Bedeutung auch vom Rat und vom Parlament bekräftigt wurde;
- B. in der Erwägung, dass auf dem Markt für den elektronischen Handel 2012 ein Wachstum von über 20 % verzeichnet wurde; in der Erwägung, dass sich insbesondere das Volumen des grenzüberschreitenden elektronischen Handels voraussichtlich vervierfachen wird; in der Erwägung, dass sich auf dem Paketzustellungsmarkt ein radikaler Wandel vollzieht, neue Anbieter auf den Markt drängen, auf Innovation gesetzt wird und neue Dienstleistungen angeboten werden;
- C. in der Erwägung, dass effiziente und zuverlässige Zustelldienste eine zentrale Säule eines echten und effektiven digitalen Binnenmarkts darstellen und in Bezug auf die Förderung des elektronischen Handels sowie die Vertrauensbildung zwischen Verkäufer und Käufer beträchtliche Wirkkraft entfalten;
- D. in der Erwägung, dass die grenzüberschreitende Zustellung von 57 % der Einzelhändler als Hindernis erachtet wird, während jeder zweite Verbraucher erklärt, er hätte Bedenken hinsichtlich grenzüberschreitender Zustellungen; in der Erwägung, dass Bedenken im Hinblick auf die Zustellungen (einschließlich von Rücksendungen) und hohe Zustellkosten die beiden wichtigsten Kritikpunkte der Verbraucher darstellen, was zu geringem Verbrauchervertrauen im grenzüberschreitenden elektronischen Handel beiträgt;

---

<sup>1</sup> Angenommene Texte, P7\_TA(2012)0468.

<sup>2</sup> ABl. C 50 E vom 21.2.2012, S. 1.

<sup>3</sup> ABl. C 296 E vom 2.10.2012, S. 59.

<sup>4</sup> ABl. C 296 E vom 2.10.2012, S. 70.

<sup>5</sup> ABl. C 296 E vom 2.10.2012, S. 51.

<sup>6</sup> Angenommene Texte, P7\_TA(2013)0239.

- E. in der Erwägung, dass es zur Beseitigung dieser Kritikpunkte von zentraler Bedeutung ist, das Vertrauen der Verbraucher in Zustelldienstbetreiber, Zustelldienste und den Markt sowie die Kenntnis ihrer Rechte und Pflichten zu fördern, indem bessere Informationen und Verständlichkeit sowie höhere Transparenz in Bezug auf die Zustellbedingungen sichergestellt werden;
- F. in der Erwägung, dass KMU, die grenzüberschreitend tätig sind, beim grenzüberschreitenden Versand mit höheren Kosten, größerer Komplexität und mangelnder Transparenz konfrontiert werden; in der Erwägung, dass die Preise für den grenzüberschreitenden Versand drei- bis fünfmal höher sind als für den inländischen Versand; in der Erwägung, dass effektive, einfache und erschwingliche Zustellsysteme wichtige Faktoren in Bezug auf die Tragfähigkeit der Geschäftsmodelle von KMU und insbesondere deren Fähigkeit zur Belieferung ihrer Kunden sind;

### ***Integrierte Zustelldienste in Europa: eine Säule für den digitalen Binnenmarkt***

1. betont, dass zugängliche, erschwingliche, effiziente und hochwertige Versanddienste ein grundlegendes Element beim Kauf von Waren im Internet sind und durch die Gewährleistung eines freien und fairen Wettbewerbs gefördert werden müssen; weist jedoch auch darauf hin, dass viele Verbraucher zögern, Käufe im Internet zu tätigen, was aufgrund von Unsicherheiten hinsichtlich der zur Verfügung stehenden Liefermöglichkeiten, der endgültigen Lieferung, der Kosten und der Zuverlässigkeit insbesondere für grenzüberschreitende Käufe gilt;
2. begrüßt das von der Kommission herausgegebene Grünbuch, das etwaige Mängel im europäischen Zustellungsmarkt identifiziert, und fordert die Kommission auf, geeignete Maßnahmen zu treffen, um diese Mängel auf eine Art und Weise zu beseitigen, die es sowohl Unternehmen, als auch Verbrauchern ermöglicht, die Vorteile des digitalen Binnenmarkts voll auszuschöpfen; betont, dass bei Maßnahmen, die vorgeschlagen werden, die Nachhaltigkeit des Zustellverfahrens berücksichtigt und dessen ökologischer Fußabdruck möglichst gering gehalten werden sollte;
3. stellt fest, dass in Bezug auf den grenzüberschreitenden Wettbewerb zwischen den Zustelldienstbetreibern in manchen Mitgliedstaaten Schwächen bestehen, und bedauert die fehlende Transparenz hinsichtlich der Preisstrukturen und der Leistungen der betreffenden Dienste; ist insbesondere der Ansicht, dass Instrumente dafür eingeführt werden müssen, die Angebote aller europaweit tätigen Zustelldienstbetreiber bekannt zu machen;

### ***Die Interessen der Verbraucher in den Mittelpunkt des Zustellverfahrens stellen***

4. betont, wie wichtig Maßnahmen zur Stärkung des Verbrauchervertrauens in das Zustellverfahren sind; ist der Ansicht, dass eine umfassendere Transparenz sowie bessere und besser vergleichbare Informationen zu verfügbaren Zustelloptionen, -preisen und -bedingungen von zentraler Bedeutung für Verbraucher sind, insbesondere im Hinblick auf die Bedingungen, unter denen Bestellungen versandt werden, und die zu befolgenden Verfahren, wenn Versandstücke verspätet ankommen, beschädigt werden, verloren gehen oder zurückgesendet werden;
5. betont, dass es notwendig ist, Maßnahmen zu ergreifen, um die Auswahlmöglichkeiten der Verbraucher zum Zeitpunkt des Kaufs sicherzustellen; macht aufmerksam auf die beträchtliche Kluft zwischen den Erwartungen der Verbraucher und der Verfügbarkeit

benutzerfreundlicher, innovativer Dienstleistungsangebote, wie beispielsweise Paket-Shops oder Packstationen, Paketautomaten, Rund-um-die-Uhr-Serviceleistungen, Sendungsverfolgung, Möglichkeit der Zustellung an Orten und zu Zeiten, die an den Verbraucher anpassbar sind, oder unkomplizierte Rücksendemöglichkeiten;

6. betont, dass die Zuverlässigkeit von Zustelldiensten entscheidend ist und dass es gleichermaßen wichtig ist, effiziente Systeme anzubieten, durch die gewährleistet ist, dass Pakete innerhalb eines angemessenen Zeitraums am Zielort ankommen;
7. weist darauf hin, dass die hohen Kosten grenzüberschreitender Zustellungen in abgelegenen Gebieten oder Regionen in äußerster Randlage einer der Hauptgründe für die Unzufriedenheit der Verbraucher sind; betont, dass erschwinglichere Zustelloptionen für Verbraucher und Verkäufer, insbesondere KMU, unerlässlich sind, um Fernverkäufe und -käufe zu steigern, wenn es Sinn machen soll, von einem echten Binnenmarkt zu reden;
8. betont, wie wichtig es ist, die geografische Abdeckung und Zugänglichkeit zu einem Universaldienst für die Paketzustellung in ländlichen und entlegenen Gebieten zu verbessern;
9. vertritt die Ansicht, dass zur Entwicklung eines integrierten Binnenmarktes für Paketzustellungen eine stabile und kohärente soziale Dimension wichtig ist, die sicherstellt, dass die Zustelldienstleistungen in Einklang mit der Achtung der Rechte am Arbeitsplatz, der Arbeits- und Entlohnungsbedingungen sowie der Sozial- und Umweltnormen stehen; stellt in diesem Zusammenhang fest, dass Schwarzarbeit und Missbrauch den Sektor belasten und dass verantwortungsvolle und hochwertige Beschäftigung sowie kontinuierliche und angemessene Schulungen des Personals im Hinblick auf die Entwicklung hochwertiger Versanddienste von großer Bedeutung sind; betont, dass die Erhaltung der sozialen Dimension und die Tatsache, dass dem Zustellungsmarkt ausreichend Flexibilität für seine Entwicklung und die Anpassung an technologische Innovationen gegeben wird, Schlüsselfaktoren für die vollständige Befriedigung der Ansprüche und Erwartungen der Verbraucher sind, während Unternehmen die Möglichkeit erhalten, den Verbrauchern bessere Produkte anzubieten, die ihren Bedürfnissen und Erwartungen in vollem Umfang gerecht werden;
10. weist darauf hin, dass der Rechtssicherheit eine große Bedeutung für das Vertrauen der Verbraucher zukommt; betont in diesem Zusammenhang, dass die Verbraucher angemessen über die anwendbaren Rechtsvorschriften informiert werden müssen;
11. ist der Ansicht, dass der Ausbau des grenzüberschreitenden elektronischen Handels auch vom Vertrauen der Kunden abhängt und dass die Einrichtung eines europäischen Netzes nationaler Streitschlichtungsstellen nach dem Vorbild von Solvit geeignet wäre, den Verbrauchern Sicherheit zu geben, ebenso wie ein Frühwarnsystem wie RAPEX, mit dem vor Anbietern gewarnt werden könnte, die sich des Betrugs schuldig gemacht haben;
12. stellt fest, dass eine zunehmende Zahl von Verbrauchern auf Vergleichswebsites zum Vergleich von Preisen, Merkmalen oder Lieferbedingungen von Produkten und Dienstleistungen, die von Paketzustellunternehmen angeboten werden, zurückgreift, insbesondere im Hinblick auf den elektronischen Handel; fordert die Kommission auf, EU-Leitlinien für Mindeststandards für Vergleichswebsites anzunehmen, die nach den Grundprinzipien Transparenz, Unvoreingenommenheit, Qualität, Information und Verbraucherfreundlichkeit aufgebaut sind;

13. fordert die Kommission auf, zusammen mit der Industrie und Verbraucherorganisationen gemeinsame Indikatoren für die Qualität von Zustelldiensten zu erarbeiten, die es den Verbrauchern erlauben, verschiedene Angebote besser miteinander zu vergleichen;

#### ***Gleiche Ausgangsbedingungen für KMU schaffen***

14. hebt die wichtige Rolle der KMU bei der Schaffung von Wachstum, Innovation und Beschäftigung und insbesondere der Jugendbeschäftigung hervor; betont, dass Zustelldienstleistungen von größter Bedeutung für europäische KMU sind und dass ein integrierter und wettbewerbsfähiger Zustellungsmarkt, auf dem verschiedene Zustelloptionen und Möglichkeiten logistischer Unterstützung zu erschwinglichen Preisen verfügbar sind, eine Voraussetzung dafür ist, neue Märkte zu erschließen und mehr Verbraucher in der EU zu erreichen; hält es für wichtig, den Informationsfluss zu KMU zu verbessern, was die Möglichkeiten zur Konsolidierung ihres Paketaufkommens und innovative Zustell- und Abholungslösungen, die zu einer Senkung der Kosten für die letzte Phase der Zustellung führen würden, betrifft;
15. betont, dass Unternehmen, insbesondere KMU, in der Lage sein müssen, den Bedürfnissen und Erwartungen der Verbraucher nach einfacheren, schnelleren, erschwinglicheren, transparenten, zuverlässigen und effizienten Versanddiensten in Bezug auf den grenzüberschreitenden elektronischen Handel gerecht zu werden; betont, dass Zustelllösungen, die den Erwartungen der Verbraucher nicht gerecht werden, direkte Auswirkungen auf den Markennamen, das Image und die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens haben;
16. stellt fest, dass die KMU den grenzüberschreitenden elektronischen Handel nur in begrenztem Umfang entwickeln; empfiehlt die Zusammenarbeit der KMU, auch über ihre Vertretungsorgane, um vorteilhaftere Lieferpreise auszuhandeln, insbesondere mittels der Einrichtung gemeinsamer Online-Plattformen, und die Qualität ihrer Dienstleistungen zu verbessern;
17. ist besorgt über die Nachteile, mit denen sich KMU aufgrund ihrer geringen Größe konfrontiert sehen; betont, dass KMU derzeit mit höheren Kosten, großer Komplexität aufgrund des fragmentierten europäischen Marktes und einem Mangel an Informationen zu verfügbaren Zustelloptionen und Preisen zu kämpfen haben;

#### ***Hin zu innovativen, interoperablen Lösungen für einen wahrhaft europäischen Zustellungsmarkt***

18. weist hin auf die Aufsplitterung des europäischen Postsektors in einzelstaatliche, kaum interoperable Netze, sowie die mangelnde Integration von Straßen-, Schienen- und Wasserverkehr; begrüßt die durch Zustelldienstbetreiber bereits ergriffenen Initiativen, die darauf abzielen, Lösungen auszuarbeiten, die besser an die Bedürfnisse von Verbrauchern und Einzelhändlern auf dem elektronischen Handelsmarkt angepasst sind, wie zum Beispiel flexiblere Verfahren der Lieferung und Rücksendung von Waren; fordert die Kommission auf, weiterhin Maßnahmen vorzuschlagen, um den Sektor dazu zu bewegen, die Interoperabilität zu verbessern und die Einführung optimierter Prozesse im Zusammenhang mit Paketversand und -abholung zu beschleunigen, mit dem Ziel, die Kosten zu senken, Skaleneffekte für Zustelldienste zu steigern, die Zusammenführung mehrerer kleiner Lieferungen im Hinblick auf Mengenrabatte für kleinere Händler zu fördern, die

Verfügbarkeit und Qualität der Zustelldienste zu verbessern und Verbrauchern und Unternehmen erschwingliche und flexible Versandkosten zu bieten;

19. hält in diesem Zusammenhang eine Zusammenarbeit im Hinblick auf interoperable Systeme zur grenzüberschreitenden Sendungsverfolgung innerhalb des Sektors für besonders wichtig; ermutigt die Kommission, das Potenzial der Entwicklung europäischer Normen zur Verbesserung integrierter Systeme zur Sendungsverfolgung und zur Förderung der Qualität, Zuverlässigkeit und Nachhaltigkeit der für den elektronischen Handel verwendeten integrierten Logistikdienste weiter zu untersuchen;
20. unterstreicht, dass vereinfachte Abhol- und Rücksendelösungen bereits beträchtlich zum Wachstum des elektronischen Handels beitragen und in Zukunft auch zu Preissenkungen und höherer Verbraucherzufriedenheit, insbesondere bei grenzüberschreitenden Zustellungen, führen können; fordert eine weitere Zusammenarbeit, um die Interoperabilität von Call-Centern für Verbraucherbeschwerden zu verbessern;
21. fordert die Kommission auf, Plattformen für Zusammenarbeit und Informationsaustausch zwischen Zustelldiensten zu schaffen, um die bestehenden Lücken auf dem Zustellungsmarkt in der EU im Hinblick auf Innovation, Flexibilität, Lagerbewirtschaftung, Beförderung, Abholung und Paketrücksendung unter Einhaltung der EU-Wettbewerbsregeln zu schließen und die Möglichkeit der gemeinsamen Nutzung von Infrastrukturen durch Expresskurierdienste und Postdienste zum gegenseitigen Vorteil zu erörtern;
22. fordert die Kommission auf, zusammen mit der Geschäftswelt auf die Einführung von europäischen Normen für die Adressierung und Kennzeichnung sowie von Normen für auf den elektronischen Handel zugeschnittene Briefkästen hinzuwirken;
23. fordert die Kommission auf, die Möglichkeiten zur Schaffung eines europaweiten Gütezeichens für den elektronischen Handel zu prüfen und der Frage nachzugehen, ob ein solches Gütezeichen auch zur Sicherstellung der Qualität und Zuverlässigkeit integrierter Zustelldienste beitragen und somit das Vertrauen der Verbraucher in den grenzüberschreitenden elektronischen Handel stärken könnte, sowie ferner zu prüfen, ob es Online-Händler und Paketdienste dazu anregen könnte, die Transparenz und die Rechtssicherheit für Verbraucher und Unternehmen deutlich zu vergrößern, und ob es den Wettbewerbsvorteil von Unternehmen, insbesondere von KMU, erhöhen und so zu solidem Wirtschaftswachstum und zur Schaffung von Arbeitsplätzen beitragen könnte; betont, dass es für die Wirksamkeit eines solchen Gütezeichens notwendig ist, dass es auf einer Reihe von standardisierten Mindestmerkmalen und Bestimmungen hinsichtlich der Transparenz im Interesse des Verbraucherschutzes und der Verbraucheraufklärung sowie auf Anforderungen für Verfahren für die Bearbeitung von Beschwerden und die Streitbeilegung beruht;
24. betont, dass der Schutz der personenbezogenen Daten eines Menschen – und der Datenschutz im Allgemeinen – von größter Bedeutung sind und dass alle neuen Maßnahmen den Rechtsvorschriften der EU zum Datenschutz und insbesondere der Richtlinie 95/46/EG unterliegen sollten;

#### ***Die Marktentwicklung überwachen und die Regulierungsaufsicht verbessern***

25. erkennt die Dynamik auf dem Paketzustellungsmarkt an, wo innerhalb kurzer Zeitspannen



neue Dienstleistungen angeboten werden und neue Anbieter auftreten; stellt fest, dass innovative Lösungen, die auf die Bedürfnisse des elektronischen Einzelhandels und der Kunden zugeschnitten sind, mit großer Wahrscheinlichkeit zu einem entscheidenden Differenzierungsmerkmal für Wettbewerbsvorteile werden; ist der Auffassung, dass mögliche legislative Maßnahmen vorab sorgfältig geprüft werden sollten, um die Dynamik auf dem Paketzustellungsmarkt nicht zu beeinträchtigen und Überregulierung zu vermeiden; fordert die Kommission auf, die Marktentwicklungen genau zu verfolgen, um potenzielles Marktversagen in bestimmten Bereichen vorherzusehen, in denen künftig weitere Maßnahmen erforderlich werden könnten; unterstreicht in diesem Zusammenhang, dass die Marktüberwachung nicht nur etablierte Postbetreiber, sondern auch andere Arten von Zustelldienstbetreibern berücksichtigen sollte;

26. weist darauf hin, dass bereits ein angemessener Regelungsrahmen besteht, und fordert die Mitgliedstaaten und die Kommission auf, für die vollständige Umsetzung, Durchführung und Durchsetzung des Regelungsrahmens Sorge zu tragen und der Richtlinie über Postdienste, den Wettbewerbsregeln der EU, der Richtlinie über alternative Streitbeilegung und der Verbraucherschutzrichtlinie hierbei besonderes Augenmerk zu widmen, insbesondere was die formalen Anforderungen bei Fernabsatzverträgen betrifft;
27. betont, dass die wirksame Durchsetzung des Rechtsrahmens auch von der Überwachung der rechtlichen Verpflichtungen der Postbetreiber durch die nationalen Regulierungsstellen, insbesondere im Hinblick auf die Universaldienstpflicht auf der Grundlage der Richtlinie 97/67/EG, abhängig ist;
28. weist darauf hin, dass komplizierte Vorschriften über die Mehrwertsteuer ein bedeutendes Hindernis für kleine Unternehmen darstellen, die grenzüberschreitenden Handel betreiben; fordert die Kommission auf, möglichst bald den angekündigten Vorschlag zur Einführung einer einheitlichen Mehrwertsteuererklärung vorzulegen;
29. betont, dass ein optionales, europäisches Vertragsrecht für Verträge zwischen Unternehmen und Verbrauchern zu einer spürbaren Vereinfachung führen und mehr KMU zu grenzüberschreitenden Paketsendungen bewegen würde; fordert die Mitgliedstaaten auf, die laufenden Verhandlungen über das Europäische Kaufrecht konstruktiv voranzutreiben;

o

o o

30. beauftragt seinen Präsidenten, diese Entschließung dem Rat und der Kommission zu übermitteln.