



Die Digitalisierung und die damit verbundenen Technologien bringen im Bereich des Einzelhandels sowohl für Konsument:innen als auch für Unternehmen große Herausforderungen. Die Dominanz der amerikanischen Internetgiganten Google, Amazon, Facebook und Apple, kurz auch GAFAs genannt, wird durch große chinesische Unternehmen, den sogenannten TABs (Tencent, Alibaba, Baidu) herausgefordert. Vergleichbare Europäische Player existieren nicht. (vgl. Heinemann 2019, S. 3, 14 f)

Das Shoppen über außereuropäische Online-Marktplätze oder direkt bei Unternehmen in sogenannten Drittländern (alle Nicht-EU-Länder) bringt für Konsument:innen spezielle Risiken mit sich. Zwar müssen sich auch nicht-europäische Händler, die in Europa ihre Waren verkaufen und hier tätig sind, an die EU-Gesetzgebung und deren Bestimmungen halten, wenn sie in Europa tätig werden. Die Konsumentenschützer:innen des VKI berichten aber, dass die Rechtsdurchsetzung, Rücksendungen z.B. nach China oder Reparaturen etc. ein großes Problem darstellen. (vgl. Verein für Konsumenteninformation 2020)

Zoll und Einfuhrabgaben

Beim Einkauf in Drittländern können günstig erscheinende Produkte durch Importnebenkosten erheblich teurer werden. Diese müssen zum Warenwert addiert werden, um den tatsächlichen Gesamtpreis zu erhalten. Importnebenkosten sind:

- Versandkosten
- Zoll (ab einem Warenwert von 150 Euro)
- Einfuhrumsatzsteuer
- Sonderabgaben (Verbrauchssteuern)
- Servicegebühren der Post oder des Transportunternehmens bzw. des Lieferdienstes

(vgl. Bundesministerium für Finanzen)

Unsichere Produkte

Nach einer Studie mehrerer europäischer Konsumentenschutz-Organisationen entsprechen zwei

von drei auf einem Online-Marktplatz gekauften Produkten nicht den EU-Sicherheitsanforderungen. Besondere Risiken bestehen bei elektrischen Produkten, die einen Brand verursachen können, Spielzeug, Kinderkleidung und Babyausstattung. Online-Marktplätze treten in der Regel nur als Vermittler auf. Der Kaufvertrag wird also nicht mit der vermittelnden Webseite, sondern mit dem Verkäufer abgeschlossen. Dadurch übernehmen die Webseiten kaum Verantwortung für die Produkte bzw. ist die Haftung unklar. (vgl. Verein für Konsumenteninformation 2020)

Fake Shops

Mit diesem Begriff werden Onlineshops bezeichnet, die betrügen. In der Regel wird eine Zahlung mittels Vorkasse gefordert, die bestellte Ware wird jedoch nie geliefert. Sinnvoll ist, sich im Vorfeld über Anbieter:innen zu informieren und bei sehr günstigen Angeboten skeptisch zu sein. Weiterführende Informationen und eine Liste mit Warnungen und betrügerischen Onlineshops bieten die Internet-Ombudsstelle und die Watchlist Internet.

Weitere Risiken

Darüber hinaus bestehen beim Einkauf über Online-Shops außerhalb der EU noch weitere Risiken: Gefälschte Ware, Angebote zu Schleuderpreisen, bei denen dann ein höherer Preis gefordert wird, Händler:innen, die abtauchen, oder die Beschlagnahmung nicht verzollter Ware. (vgl. Proissl 2019)

Bei einer bekannten Shopping-App, die mit hohen Rabatten wirbt, kam es nach Rücksendung der Ware wiederholt zu einer Sperrung des jeweiligen Kundenkontos. Ebenfalls gab es Beschwerden zu beschädigten oder schlecht verarbeiteten Produkten. Das Unternehmen aus Kalifornien kauft und verkauft nicht selbst, die eigentlichen Verkäufer:innen sind häufig aus China was Reklamationen und Rücksendungen problematisch gestaltete. (vgl. Verbraucherzentrale 2022)



Gewährleistung und Garantie

Gewährleistung und Garantie sind zentrale Rechte von Käufer:innen. Die Gewährleistung ist das gesetzliche „Einstehenmüssen“ der Händler:innen für Mängel, die schon zum Zeitpunkt der Übergabe der Ware vorhanden waren. Die Garantie ist die freiwillige, vertragliche Zusage der Garantiegeber:innen, für bestimmte Mängel, die an einer Sache während einer bestimmten Zeit auftreten, einzustehen.

Gefahrtragung im Versandhandel (Beschädigung am Transportweg)

Bei Versendung einer bestellten Ware durch das Unternehmen geht die Gefahr für den Verlust oder die Beschädigung erst auf die Verbraucher:innen über, sobald die Ware an diese abgeliefert wurde. Das heißt, wenn die Ware beschädigt ankommt, muss das Unternehmen eine neue liefern.

Rücksendung in Originalverpackung?

Für die im Fernabsatz geschlossenen Geschäfte gibt es ein besonderes Rücktrittsrecht. Konsument:innen können ohne Angabe von Gründen das Rücktrittsrecht innerhalb von 14 Tagen beanspruchen. Die Kosten der Rücksendung von Waren im Falle des Rücktritts trägt der:die Konsument:in – es sei denn, das Unternehmen hat nicht über diesen Umstand informiert. Natürlich steht es dem Unternehmen auch frei, die Rücksendekosten freiwillig zu übernehmen. Gewähren Unternehmen ein Rückgaberecht, das über den gesetzlichen Rahmen hinausreicht, kann es auch legitim sein, die Ware originalverpackt zurückzufordern.

Handelt es sich um versiegelte Waren, erlischt das Rücktrittsrecht durch die Entfernung der Originalverpackung. Das gilt z.B. für DVDs, CDs oder Software.

Neben den genannten Risiken für Konsument:innen gerät der stationäre Einzelhandel durch die beherrschende Stellung der eingangs

genannten Anbieter (Amazon und Co.) zunehmend unter Druck.

Auswirkungen des Online-Handels auf den stationären Einzelhandel

Der boomende Onlinehandel stellt stationäre Händler:innen vor große Herausforderungen. Sie kämpfen mit rückläufigen Kundenfrequenzen und stagnierenden Umsätzen, während der Online-Handel inklusive Mobile Commerce zunehmend Marktanteile gewinnt.

(vgl. Heinemann 2019, S. 7)

Der Handel nach dem klassischen Residenzprinzip, bei dem Endverbraucher:innen z.B. ausgewiesene Verkaufsflächen aufsuchen, um an ihre Ware zu gelangen, ist einem Wettbewerbsumfeld ausgesetzt, das sich dramatisch gewandelt hat. Die digitale Konkurrenz bedrängt alle Elemente der klassischen Wertschöpfungskette des Handels:

- Transport, Verteilung und Lagerung der Produkte
- Ermittlung der Kundenbedürfnisse, Sortimentsauswahl und Produktzusammenstellung
- Information und Beratung
- Inkasso und Vorfinanzierung
- Garantien, Serviceleistungen, Umtausch
- Unterhaltung und soziale Kontakte

(vgl. Heinemann 2019, S. 13)

Das führt auch zu einem veränderten Kaufverhalten. Preisvergleiche, die Beliebtheit von Produkten oder ihre Verfügbarkeit werden vor dem Kauf im Internet abgefragt. Die Entscheidungsfindung passiert damit deutlich vor dem Kauf, die für den klassischen Kaufvorgang gegebene Übereinstimmung von Point of Decision und Point of Sale wird aufgebrochen und der einzelne Händler verliert damit für die Kunden:innen an Bedeutung. (vgl. Heinemann 2019, S. 10)

Die Folgen sind unter anderem in den Zentren insbesondere von Klein- und Mittelstädten zu sehen, in denen es zunehmend zu Leerständen kommt. (vgl. Heinemann 2019, S. 31)

In Österreich gehen laut den Berechnungen des Handelsverbandes durch die Aktivitäten von Amazon, Zalando und Co jährlich rund 20.000 Jobs verloren.

(vgl. Der Standard 2019)

Das mit Abstand größte Unternehmen im Online-Handel in der westlichen Hemisphäre ist Amazon.

(vgl. Heinemann 2019, S. 15)

Am Beispiel Amazon lassen sich auch einige Problemstellen dieser Branche zeigen.

Arbeitsbedingungen

Gewerkschaften kritisieren zum einen die Bezahlung der Beschäftigten in den Logistikzentren. So fordert z.B. die deutsche Gewerkschaft verdi die Bezahlung nach dem Tarif für den Einzel- und Versandhandel. Amazon hält dem entgegen, auch ohne diesen Vertrag ein fairer Arbeitgeber sein zu können. In Österreich ist durch die hohe Abdeckung durch Kollektivverträge die Situation besser als in Deutschland. Weltweit wird Amazon aber von den Gewerkschaften als einer der schwierigsten Fälle angesehen, unter anderem auch wegen Fällen von Lohndumping.

Neben dem Umgang mit den eigenen Angestellten weist die österreichische Gewerkschaft vida auch auf Verstöße gegen das Arbeitsrecht bei den Paketzustellern hin, die als Subunternehmen von Amazon arbeiten. Sozialdumping, Scheinselbstständigkeit und Schwarzarbeit in der Zustellerbranche im Onlinehandel werden seit Jahren kritisiert.

(vgl. Gewerkschaft Vida 2020)

(vgl. Der Standard 2019)

Ökologische Folgen

Die Umweltbilanz des Online-Handels fällt gegenüber dem stationären Handel meist schlechter aus. Durch kurze Lieferzeiten entsteht ein hoher logistischer Aufwand, lokale Kurierdienste können dadurch bei weitem nicht so sparsam unterwegs sein, wie sie könnten. Können Lieferungen nicht beim ersten Versuch zugestellt werden, sind dadurch weitere Wege nötig. Erreicht

die Ware die Kund:innen, wird vieles in der Folge zurückgesandt. Bei Kleidung ist das in den meisten Fällen so. Unüberlegte Bestellungen bzw. Bestellungen verschiedener Konfektionsgrößen zum Probieren tragen dazu bei. Zurück beim Händler ist es für manche Anbieter preiswerter, die Neuware zu vernichten, als sie zu überprüfen und neu zu verpacken. Der hohe Verpackungsaufwand ist neben den genannten Gründen ein weiteres Phänomen, das zu einer schlechten Ökobilanz des Online-Handels beiträgt.

Umweltbelastungen können deutlich verringert werden, wenn nur Dinge online gekauft werden, die beim Händler vor Ort nicht erhältlich sind. Natürlich kommt es auch beim Einkauf bei stationären Händlern auf deren Umwelt- und Sozialstandards an. Durch Sammelbestellungen, Bestellungen bei Online-Händlern aus der Region oder das Vermeiden von Express-Lieferungen lässt sich aber auch der ökologische Fußabdruck von Einkäufen im Internet verbessern.

Vgl. Verbraucherzentrale 2021

Weiterführende Links

Zoll und Einfuhrabgaben

www.verbraucherzentrale.de/wissen/digitale-welt/onlinehandel/was-muss-ich-beim-online-shopping-im-ausland-beachten-6781 (2024-07-12)

www.import-shopping.de/zoll-und-steuernach-oesterreich-berechnen (2024-07-12)

Fake Shops

www.ombudsstelle.at

www.watchlist-internet.at/fake-shops

www.verbraucherzentrale.de/wissen/digitale-welt/onlinehandel/abzocke-online-wie-erkenne-ich-fakeshops-im-internet-13166 (2024-07-12)

Online Shopping

<https://europakonsument.at/taxonomy/term/217> (2024-07-12)

Garantie und Gewährleistung

www.konsumentenfragen.at/konsumentenfragen/Rund_um_den_Vertrag/Nach_dem_Kauf/Gewahrleistung_und_Garantie.html (2024-07-12)

Rückversand in Originalverpackung

www.konsumentenfragen.at/konsumentenfragen/Rund_um_den_Vertrag/Besondere_Vertragsarten/Fernabsatz.html (2024-07-12)

www.verbraucherzentrale.de/wissen/digitale-welt/onlinehandel/muss-ich-online-bestellte-ware-in-der-originalverpackung-zurueckschicken-28096 (2024-07-12)

Anlaufstellen im Bereich Konsumentenschutz

www.konsumentenfragen.at/konsumentenfragen/Wichtige_Ansprechpartnerinnen/Organisation_des_Konsumentenschutzes_in_Oesterreich.html (2024-07-12)

Außergerichtliche Streitschlichtung für Verbraucher:innen

www.oesterreich.gv.at/themen/dokumente_und_recht/zivilrecht/1/1/Seite.1010144.html (2024-07-12)

Bewusst kaufen und nachhaltig leben

www.bewusstkaufen.at

Quellen und Links

Bundesministerium für Finanzen. **Internet Shopping und Versandhandel.**

www.bmf.gv.at/themen/zoll/post-internet/internet-shopping-versandhandel.html (2024-07-12).

Der Standard (2019). **Händler und Gewerkschaft treten erstmals gegen Amazon auf.**

www.derstandard.at/story/2000097614808/haendler-und-gewerkschaft-treten-erstmals-gemeinsam-gegen-amazon-auf (2024-07-12).

Gewerkschaft Vida (2020). **Amazon-Subzusteller: Gewerkschaft vida sieht nach Kontrollen ihre Kritik an Missständen bestätigt.**

www.vida.at/cms/S03/S03_24.a/1342625839923/salzburg/amazon-subzusteller-gewerkschaft-vida-sieht-nach-kontrollen-ihre-kritik-an-missstaenden-bestaetigt (2024-07-12).

Heinemann, G. (2019). **Zukunft des Handels und Handel der Zukunft - treibende Kräfte, relevante Erfolgsfaktoren und Game Changer.** In Heinemann, G. u.a. (Hrsg.). Handel mit Mehrwert. Digitaler Wandel in Märkten, Geschäftsmodellen und Geschäftssystemen. (S. 3-41). Wiesbaden: Springer.

Verbraucherzentrale (2021). **Umweltfreundlich im Internet einkaufen – geht das?**

www.verbraucherzentrale.de/wissen/umwelt-haushalt/nachhaltigkeit/umweltfreundlich-im-internet-einkaufen-geht-das-26661 (2024-07-12).

Verbraucherzentrale (2022). **Wish-App – wenn billig einkaufen teuer werden kann.**

www.verbraucherzentrale.de/wissen/digitale-welt/onlinehandel/wishapp-wenn-billig-einkaufen-teuer-werden-kann-28990 (2024-07-12).

Verein für Konsumenteninformation (2020).

Online-Marktplätze: Vorsicht beim Kauf. Produkte häufig nicht sicher.

www.konsument.at/online-marktplaetze-vorsicht-beim-kauf-032020?pn=4 (2024-07-12).

Anmerkungen