

ÖSTERREICH



ÖSTERREICH – EIN MARKT MIT GROSSEM POTENZIAL

88,8 Prozent aller Haushalte in Österreich verfügten im Jahr 2018 über einen Internet-Anschluss – und zwar nahezu alle mit einer Breitband-Verbindung. Das zeigen Zahlen von Statistik Austria. 60 Prozent der Österreicher kaufen demnach im Online-Handel ein. Der Handelsverband Österreich hat ermittelt, dass im Jahr 2018 rund fünf Millionen Österreicher im in- und ausländischen Distanzhandel eingekauft haben – was einem Anteil von rund 57 Prozent entspricht.

Die Ipsos-Studie „PayPal Cross-Border Consumer Research 2018“, die im Auftrag des Zahlungsdienstleisters in verschiedenen Ländern weltweit durchgeführt wurde, hat zudem den Anteil der Online-Shopper unter den Erwachsenen im Land untersucht. So wurde ermittelt, dass 84 Prozent der erwachsenen Österreicher online einkaufen.

Wie die Ipsos-Studie weiter zeigt, werden 40 Prozent der Online-Ausgaben von Österreichern im Ausland getätigt. Nur 18 Prozent der Kunden beschränken sich bei ihren Einkäufen auf österreichische Shops, 71 Prozent kaufen sowohl in österreichischen wie auch in ausländischen Shops ein.

Trotzdem hat der Online-Handel in Österreich noch Luft nach oben: Wie KMU Forschung Austria ermittelt hat, betrug der Anteil des Online-Handels am Gesamtumsatz des Einzelhandels im Jahr 2017 fünf Prozent. Dieser Wert stagniert damit seit 2014. Dennoch steigt der Umsatz im Online-Handel weiter: 2017 lag er bei 3,6 Milliarden Euro – eine Steigerung um knapp 200 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahr.

ÖSTERREICHER KAUFEN VOR ALLEM BEI DEUTSCHEN HÄNDLERN EIN

Am häufigsten kaufen die Österreicher dabei bei deutschen Händlern ein: 71 Prozent der Online-Kunden kaufen im Nachbarland. Dahinter folgen China (19 Prozent), die USA (18 Prozent) und Großbritannien (13 Prozent). Insgesamt geben die Österreicher 5,4 Milliarden Euro im grenzüberschreitenden Handel aus.

Dass der österreichische Markt vor allem für deutsche Händler einfach zu erschließen ist, überrascht dabei wenig. Schließlich

besteht zwischen deutschen Händlern und österreichischen Kunden nur eine geringe Sprachbarriere. Zudem lässt sich der Versand nach Österreich durch die räumliche Nähe vergleichsweise einfach und günstig bewerkstelligen.

Das Potenzial in Österreich hat auch schon Zalando für sich genutzt: Der Berliner Mode-Händler ist mittlerweile der zweitgrößte Händler in dem Land und setzt dort 174,3 Millionen Euro um. Bereits im Jahr 2014 hatte Zalando sich zum drittgrößten Online-Anbieter in Österreich gemausert und Otto von seinem Platz verdrängt.

KARTENBASIERTE ZAHLUNGSVERFAHREN DOMINIEREN

Händler, die nach Österreich expandieren wollen, aber nicht direkt einen eigenen, länderspezifischen Shop aufbauen möchten, können auch den bequemeren Weg über Marktplätze gehen. Plattformen, die direkt aus Österreich stammen, sind im Übrigen rar gesät und fallen kaum ins Gewicht. Am häufigsten kaufen die Österreicher auf ausländischen Plattformen ein. Amazon ist, wie in vielen anderen Ländern in Europa, auch in Österreich der größte Anbieter. Einen eigenen Marktplatz für Österreich hat das Unternehmen zwar nicht, allerdings greifen viele Österreicher auf den deutschen Marktplatz von Amazon zu. Ebay hat im Gegensatz zu Amazon sogar eine eigene Plattform für Österreich entwickelt, über die Händler ihre Waren anbieten können.

In Österreich bieten die meisten Shops ein kartenbasiertes Zahlungsverfahren an (93 Prozent), vor allem die Kreditkarte, Visa und Mastercard sind hoch im Kurs. Auch PayPal wird von einem Großteil der Händler (79 Prozent) angeboten, ebenso wie der Kauf auf Rechnung (64 Prozent). Kontobasierte Zahlungsverfahren erfreuen sich ebenfalls recht großer Beliebtheit: 58 Prozent der österreichischen Online-Shops bieten die Onlineüberweisung an, immerhin 52 Prozent noch die Sofortüberweisung. Weniger verbreitet ist dagegen die Lastschrift: Sie kommt nur in rund jedem fünften Shop zur Anwendung.

RECHTLICHE ASPEKTE

1. Bestehen Besonderheiten hinsichtlich der Möglichkeit des Abschlusses von Verträgen durch „Point and Click“-Verfahren (B2B/B2C)?

Der Abschluss von Verträgen im Point and Click-Verfahren ist nach österreichischem Recht möglich. Es sind aber Besonderheiten zu beachten:

Der Vertrieb von Waren und Dienstleistungen über das Internet wird in Österreich von zwei zentralen Gesetzen bestimmt. Das Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz (FAGG) entstand in Umsetzung der Verbraucherrechtlinie und erfasst jeden Vertrag zwischen Unternehmer und Verbraucher, der im Rahmen eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- oder Dienstleistungssystems (z. B. Webshops) oder allgemein außerhalb der Geschäftsräume des Unternehmers geschlossen wird. Das FAGG begründet sowohl vor- und nachvertragliche Informationspflichten (z. B. Beschreibung der wesentlichen Merkmale der Ware/Dienstleistung, Liefer- und Leistungsbedingungen) als auch ein Rücktrittsrecht des Verbrauchers. Im Rahmen der Umsetzung der E-Commerce-Richtlinie wurde in Österreich zudem das E-Commerce-Gesetz (ECG) geschaffen. Das ECG beinhaltet sowohl allgemeine Informationspflichten (z. B. Name, Anschrift, mindestens zwei Kontaktmöglichkeiten, zuständige Aufsichtsbehörde), Informationspflichten bei Werbung (z. B. klare Erkennbarkeit von Werbung, Erkennbarkeit des Auftraggebers) sowie Informationspflichten bei Webshops (z. B. Information über die technischen Schritte des Bestellvorganges). Zusätzlich ergeben sich weitere Informations- und Offenlegungsverpflichtungen aus dem Unternehmensgesetzbuch (UGB), aus der Gewerbeordnung (GewO) sowie aus dem Mediengesetz (MedienG).

2. Welche Folgen haben Verstöße gegen Österreichische Vorschriften zum E-Commerce ?

Bei Missachten der Informationspflichten des FAGG ist mit einer Geldstrafe von bis zu 1.450 Euro zu rechnen. Wird die Aufklärung über das Rücktrittsrecht des Verbrauchers unterlassen, so tritt die vorgesehene Rücktrittsfrist von 14 Tagen erst bei erteilter Information darüber ein und verlängert sich bei gänzlichem Ausbleiben der Aufklärung auf 12 Monate. Ebenso hat der Unternehmer keinen Anspruch auf Versand-, Neben- und Rücksendekosten, wenn er nicht vorvertraglich ordnungsgemäß über deren Höhe aufgeklärt hat. Verstößt man gegen die Bestimmungen des ECG, kann eine Geldstrafe von bis zu 3.000 Euro verhängt

werden. Unabhängig davon besteht bei einem Verstoß gegen die obigen Rechtsvorschriften die Gefahr im Rahmen des Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) von einem Mitbewerber zivilrechtlich belangt zu werden. Der Mitbewerber kann in diesem Fall einen Unterlassungsanspruch geltend machen sowie gegebenenfalls Schadenersatz fordern.

2. Gibt es sonstige rechtliche Besonderheiten oder Praxisbeispiele aus der Rechtsprechung, die bei Online-Verkauf von Waren und Dienstleistungen in Österreich zu berücksichtigen sind?

Im österreichischen Recht sieht das ECG zwei Besonderheiten, die über die Vorgaben der europäischen Richtlinie hinausgehen, vor: Zum einen besteht nach § 17 ECG ein Haftungsausschluss bei Hyperlinks. Der Anbieter eines Links ist demnach für dessen Inhalt nicht verantwortlich, sofern er von der Rechtswidrigkeit keine Kenntnis hat oder unverzüglich tätig wird, sobald er von der Rechtswidrigkeit erfährt. Dieser Haftungsausschluss besteht nur hinsichtlich deliktischer Haftung und gilt nicht, wenn die verlinkten Informationen von einer dem Anbieter unterstehenden Person stammen oder der Anbieter fremde Informationen als eigene darstellt. Des Weiteren besteht keine Verantwortung für die von Suchmaschinen zur Verfügung gestellten Informationen – dieser Haftungsausschluss bezieht sich sowohl auf eine deliktische als auch eine schadenersatzrechtliche Haftung aus Vertrag. Besonderheiten im FAGG ergeben sich insbesondere durch Anwendung des gegenüber dem Unionsrecht umfassenderen Verbraucherbegriffs im Sinne des österreichischen Konsumentenschutzgesetzes (der z. B. auch Gründungsgeschäfte erfasst).

STEUERLICHE ASPEKTE

1. Indirekter E-Commerce B2C: Wie hoch ist aktuell die Lieferschwelle in Österreich die Unternehmer mit Blick auf eine korrekte umsatzsteuerliche Abwicklung ihrer Geschäfte zu berücksichtigen haben ?

Die Lieferschwelle für Lieferungen, deren Transport in Österreich endet, beträgt 35.000 Euro und wird überschritten, wenn im Vorjahr der Gesamtbetrag der Entgelte eines Lieferers die Lieferschwelle überschritten hat oder im laufenden Jahr mit einer Lieferung die Lieferschwelle überschritten wird, und zwar mit dieser Lieferung.

Der Lieferer kann auf die Anwendung der Lieferschwelle verzichten. Dieser Verzicht bindet den Lieferer für mindestens zwei Kalenderjahre.

2. Unter welchen Voraussetzungen kann das „E-Commerce-Business“ eines Unternehmens aus einem anderen EU-Staat zum Vorliegen einer steuerlichen Betriebsstätte in Österreich führen und was sind die Folgen ?

Gewinne von E-Commerce-Unternehmen in anderen Mitgliedsstaaten sind nur dann in Österreich steuerpflichtig, wenn ein solches Unternehmen in Österreich eine Betriebsstätte unterhält. Direktgeschäfte ausländischer Anbieter sind in Österreich nicht steuerbar, denn weder die unkörperliche Website noch das Endgerät des Kunden stellen eine Betriebsstätte dar. Ein im Inland aufgestellter Server, bestehend aus Hardware und dazugehöriger Software, der einem ausländischen Unternehmen der inländischen Vermarktung seiner Produkte dient, kann allerdings als Betriebsstätte qualifiziert werden. Voraussetzung ist, dass der auf den Server Zugriffsberechtigte eine dauerhafte Verfügungsmacht über den Server oder einen Teil des Servers hat. In wessen Eigentum der Server steht und ob der Betrieb des Servers Personal erfordert, ist nicht entscheidend.

Für die Begründung einer umsatzsteuerlichen Betriebsstätte ist die Judikatur des EuGH zur festen Niederlassung ausschlaggebend. Voraussetzung einer festen Niederlassung ist ein ständiges Zusammenwirken von Personal und Sachmitteln, die für die Erbringung der betreffenden Leistungen erforderlich sind, sowie ein hinreichender Grad an Beständigkeit und eine Struktur, die von der personellen und technischen Ausstattung her eine autonome Erbringung der Leistung ermöglicht. Ein bloßer Server oder eine Website begründet folglich für umsatzsteuerliche Zwecke keine Betriebsstätte.

3. Was sind die Folgen einer nicht ordnungsgemäßen Anmeldung einer Betriebsstätte ?

Liegt eine Betriebsstätte vor, dann hat Österreich grundsätzlich das Besteuerungsrecht auf jene Einkünfte des ausländischen Unternehmens, welche dieser Betriebsstätte zuzurechnen sind. Der ausländische Unternehmer muss sich in Österreich steuerlich registrieren und eine Steuererklärung einreichen.

Für eine verspätete Einreichung der Steuererklärung und für verspätete Zahlung von Steuern sind Konsequenzen in Form von Geldbußen und Zinsen vorgesehen.

4. Gibt es Besonderheiten, die hinsichtlich der Rechnungsstellung zu beachten sind?

Ein Unternehmer ist verpflichtet, Rechnungen auszustellen, sofern er seine Leistungen gegenüber einem anderen Unternehmer für dessen Unternehmen oder gegenüber einer juristischen Person (auch wenn sie nicht Unternehmer ist) ausführt. Außerdem ist ein (ausländischer) Unternehmer, der die Lieferschwelle überschritten bzw. auf deren Anwendung verzichtet hat (und technisch somit eine Versandhandelslieferung im Inland ausführt), zur Ausstellung von Rechnungen verpflichtet.

Eine elektronische Rechnungslegung ist in Österreich nicht zwingend vorgesehen. Der leistende Unternehmer darf eine Rechnung aber auch elektronisch per E-Mail, als E-Mail-Anhang, Web-Download, PDF- oder Textdatei, als eingescannte Papierrechnung oder als Fax-Rechnung an einen anderen Unternehmer übermitteln. Voraussetzung ist, dass der Leistungsempfänger dieser Art der Rechnungsausstellung zustimmt. Eine elektronische Rechnung gilt für Zwecke des Vorsteuerabzuges nur dann als Rechnung, wenn die Echtheit der Herkunft und die Unversehrtheit des Inhalts gewährleistet sind.

ANSPRECHPARTNER

DR. VIKTORIA WÖHRER

SENIOR ASSOCIATE TAX RÖDL & PARTNER

Zuständigkeit: Recht
viktoria.woehrer@roedl.com

DR. ANDREAS BAUMANN

PARTNER, MANAGING DIRECTOR RÖDL & PARTNER

Zuständigkeit: Steuer
andreas.baumann@roedl.com