

PRESSE-  
KONFERENZ  
25.8.2017

## HANDELSWELT IM UMBRUCH

Online-Handel in Österreich: Chancen nützen – Beschäftigung sichern – Steuerungleichheit beseitigen

CHRISTOPH KLEIN  
AK Direktor

ANITA PALKOVICH  
Wirtschaftsbereichssekretärin Handel in der GPA-djp



# Handelswelt im Umbruch

## **AK und GPA-djp sehen großen Handlungsbedarf bei der Weiterentwicklung der österreichischen Handelsunternehmen und fordern faire Rahmenbedingungen**

Der Einzelhandel ist eine extrem dynamische Branche. Zwar wird der stationäre Handel in den kommenden Jahren weiterhin der bestimmende Faktor bleiben, die Online-Umsätze werden aber weiter zulegen, wie eine Trendanalyse der FORBA im Auftrag der AK zeigt. Bereits jetzt fließt mehr als die Hälfte des Online-Umsatzes ins Ausland. Dieser Entwicklung gilt es entgegenzuwirken.

Der stationäre Handel, und hier vor allem die KMU, müssen die Chancen der Digitalisierung stärker wahrnehmen. Es gilt, das Beste aus beiden Welten (online und offline) zu vereinen.

AK und GPA-djp fordern verstärkte Weiterbildungsmaßnahmen für Handelsangestellte, um auch die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer fit für beide Bereiche zu machen. Im neuen Gehaltssystem, das die Sozialpartner für den Handel ausgearbeitet haben, wurden bereits erste Schritte in diese Richtung gesetzt.

Notwendig sind auch ein flächendeckender Ausbau der IKT-Infrastruktur und ein Aufbau von regionalen Online-Handelsplattformen. Denn mittelfristig wird kaum ein Geschäft ohne die Nutzung neuer Technologien auskommen.

Außerdem braucht es faire und klare Spielregeln zwischen stationärem und Online-Handel. Daher fordern AK und GPA-djp, dass international tätige Anbieter wie Amazon, Zalando & Co. in Österreich künftig Gewinnsteuern entrichten. Kontrollen sollen sicherstellen, dass die im Kaufpreis enthaltenen Mehrwertsteuern auch tatsächlich an die zuständige Finanzbehörde abgeführt werden.

## **Wandel in der Welt des Handels**

+ Die Online-Umsätze wachsen: Werden derzeit rund zehn Prozent der Einzelhandelsumsätze online erzielt, so wird der Anteil in zehn Jahren voraussichtlich bei etwa 15 Prozent liegen. Derzeit fließt mehr als die Hälfte des Distanzhandelsumsatzes in Höhe von 6,8 Mrd. Euro ins Ausland, vor allem nach Deutschland.

+ Besonders hohe Online-Umsatzanteile weisen laut aktuellen Zahlen der KMU-Forschung Austria die Bereiche Bücher/Zeitschriften (32%), Spielwaren (30%) und Sportartikel (28%) auf. Aber auch die Branchen Textil/Bekleidung, Elektro/Elektronikgeräte sowie Schuhe/Lederwaren weisen signifikante Anteile beim Internet-Shopping auf (zwischen 15 und 25%). Niedrig sind die Anteile im Möbeleinzelhandel (rd. 7%) und im Lebensmitteleinzelhandel (rd. 1%).

+ Fast alle großen in Österreich tätigen Einzelhändler betreiben bereits jetzt Multi-Channeling, verbinden beide Vertriebskanäle online und stationär.

+ Unter Druck kommen jedoch vor allem kleine und mittlere Einzelhandelsunternehmen ohne ausreichende Spezialisierung. Nachrangige Einkaufsstrassen verlieren an Attraktivität und Kundenfrequenz. Diese Betriebe stehen vor großen Herausforderungen.

+ Der stationäre Handel wird aber auch künftig seine zentrale Bedeutung beibehalten. „Echte“ Geschäftslokale werden weiterhin die Hauptanlaufstelle für KonsumentInnen bleiben. Die Vorteile des stationären Handels (Beratung, Sehen bzw. Probieren des Produkts, keine Versandkosten, sofortiger Erhalt der Ware) zählen nach wie vor. Wenn die Beratung gut ist und das Einkaufen als Erlebnis inszeniert wird, begünstigt das den stationären Handel.

### **Auswirkungen auf das Beschäftigungsvolumen und die Angestellten**

+ Im Jahr 2016 waren im Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen) durchschnittlich knapp 288.000 Personen unselbständig beschäftigt, leicht mehr als 2015. Knapp 75 Prozent der Beschäftigten im Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen) sind weiblich. Rund die Hälfte der Beschäftigten arbeitet Teilzeit. Auf diese Beschäftigungsform gründet sich auch die positive Entwicklung bei den Beschäftigungszahlen bisher. Es sind auch in Zukunft Beschäftigungszuwächse zu erwarten: Treiber sind hier die demografische Entwicklung und ein höheres Wirtschaftswachstum.

+ Das Forschungsinstitut FORBA hat im Auftrag der Arbeiterkammer eine Trendanalyse über die Auswirkungen des Online-Handels auf die Beschäftigung erstellt. Erwartet wird, dass bis 2020 durch den Online-Handel 6.000 bis 8.000 Jobs in Österreich neu entstehen bzw. innerbetrieblich umgeschichtet werden. Gleichzeitig sind vier bis sechs Prozent der traditionellen Handels-Jobs gefährdet (10.000 bis bis 15.000 Vollzeitäquivalente). Insgesamt hieße das, dass durch den Online-Handel bis 2020 zwei bis vier Prozent der Jobs im Einzelhandel bedroht wären. Dies entspräche 5.000 bis 10.000 Vollzeitäquivalenten oder 7.000 bis 14.000 Jobs. Aber diese Arbeitsplätze müssen nicht verloren gehen: Es hängt davon ab, wie der Gestaltungsspielraum genutzt wird und wie die Chancen, die die Digitalisierung bietet, wahrgenommen werden.

+ Neue Stellen im Handel sind in den vergangenen Jahren vor allem in den Bereichen IT-Dienstleistungen, Daten-Analyse, Transport und Logistik sowie Lagerarbeit entstanden – insbesondere durch das Multi-Channeling der großen Einzelhändler. Hier ist weiteres Wachstum zu erwarten.

+ In Zukunft wird es zu einer zunehmenden Polarisierung zwischen Höherqualifizierung/Spezialisierung auf der einen und Dequalifizierung/Automatisierung auf der anderen Seite kommen. Multi-Channeling und der verstärkte Einsatz von IT erfordern neue Fähigkeiten vom Verkaufspersonal. Das neue Gehaltsschema im Handel, auf das sich die Sozialpartner vor kurzem geeinigt haben, ermöglicht eine genaue Differenzierung je nach Aufgaben und Fertigkeiten. Zudem ist es notwendig, die Beschäftigten für die neuen Entwicklungen fit zu machen. Im Zuge des Digitalen Wandels muss daher hohe Priorität auf Ausbildung, Weiterbildungsmaßnahmen und Schulungen gesetzt werden.

### **Forderungen von AK und GPA-djp:**

#### **Qualifizierung der Beschäftigten – Aus- und Weiterbildung fördern**

+ Mit dem neuen Einzelhandels-Lehrberuf „Medienfachfrau/-mann“ gibt es einen wichtigen Schritt, um den aktuellen Herausforderungen von Multimedia und IT begegnen zu können. Jetzt sind die Unternehmen gefordert, Lehrplätze anzubieten und diese Fachkräfte von morgen auszubilden.

Die AK und die GPA-djp fordern auch bessere Rahmenbedingungen für Lehrlinge im Handel z.B. durch die volle Übernahme der Berufsschulinternats-kosten und Fahrtkosten.

+ Unternehmen sind gefordert, ihre innerbetriebliche Weiterbildung an die neuen Herausforderungen anzupassen und zu forcieren. Auch die Möglichkeiten, die das neue Gehaltsschema im Handel bietet, sollten rasch von den Unternehmen genutzt werden.

+ Durch eine bezahlte Bildungsfreistellung im Kollektivvertrag für alle Handelsangestellten könnten Beschäftigungsverläufe „umgeleitet“ werden. Die Beschäftigten sollen dabei selbst über den Inhalt und die Art der Aus- und Weiterbildungsmaßnahme entscheiden.

+ Für Prüfungen (Matura, Diplomprüfungen etc.) und für deren Vorbereitung, die für das berufliche und persönliche Weiterkommen förderlich sind, braucht es eine bezahlte Freistellung.

+ E-Learning Tools sind eine besondere Chance für Beschäftigte im ländlichen Bereich. Für die Einführung von E-Learning-Tools bedarf es in den Kollektivverträgen klarer Regelungen zu mindestens folgenden Punkten: Zugang, Equipment, Eigenverantwortung, Arbeitszeit, Einbeziehung von atypisch Beschäftigten.

+ Der Zugang zu Bildungskarenz und Bildungsteilzeit muss im Handel einfacher werden, rechtliche Barrieren sind rasch abzubauen. In diesem Zusammenhang schlägt die AK die Schaffung eines Qualifizierungsgeldes vor, um Beschäftigten die Möglichkeit zu geben, die neuen Technologien zu erlernen und umzusetzen. Bei entsprechenden Versicherungszeiten muss es einen Rechtsanspruch auf ein Qualifizierungsgeld in Höhe der Mindestsicherung geben, damit sich gerade ArbeitnehmerInnen mit geringeren Einkommen auch eine längere Ausbildung leisten können.

### **Chancen der Digitalisierung nützen**

+ Die Unternehmen sind gefordert, das Beste aus beiden Welten zu vereinen. Konkret heißt das: Multi-Channeling nicht nur für die großen Handelskonzerne, sondern auch für KMU, wodurch der heimische stationäre Handel Online-Marktanteile (zurück)erobern kann.

+ Um gegen große Online-Player bestehen zu können, braucht es Initiativen von Einzelhandelsunternehmen, z.B. durch Gründung von lokalen bzw. regionalen Online-Plattformen (für Produkt- und Händlervergleiche sowie Verkauf), welche insbesondere KMU zu mehr Präsenz im Internet verhelfen würden. Da deren Aufbau und Betreuung finanzielle Mittel und Knowhow erfordert, wäre eine Unterstützung insbesondere durch Gemeinden zielführend.

+ Grundvoraussetzung, um den regionalen Handel in Bezug auf neue Technologien zu stärken, ist eine gut ausgebaute IKT-Infrastruktur. Mit der Breitbandmilliarde werden erste Schritte in diese Richtung gesetzt, der digitale Infrastrukturausbau muss aber jedenfalls weiter vorangetrieben werden. Insbesondere im ländlichen Raum braucht es einen qualitativ hochwertigen Netzausbau.

## **Faire Spielregeln zwischen stationärem und Online-Handel**

### **Wettbewerbsverzerrung durch unterschiedliche Gewinnsteuern**

Wenn Amazon, Zalando und Co an österreichische KonsumentInnen Waren verkaufen und daraus Gewinne erzielen, sollten sie auch hier die Gewinnsteuern abführen. Das machen sie aber nicht, weil sie hier keine Betriebsstätte haben, die Grundlage für eine österreichische Gewinnbesteuerung ist. Durch das Ausnützen von Steuerschlupflöchern und unterschiedlichen Gewinnsteuersystemen in den Mitgliedstaaten, auch „aggressive Steuerplanung“ genannt (Stichwort: Apple in Irland), minimieren große Online-Händler ihre Gewinnsteuern und haben österreichische Händler massive Wettbewerbsnachteile.

Wenn jeder zweite Euro im Online-Handel ins Ausland geht, entgehen dem österreichischen Fiskus viele Millionen an Gewinnsteuern, und gleichzeitig bedroht diese Entwicklung viele Arbeitsplätze in Österreich.

### **Erweiterung des Betriebsstättenbegriffs ist notwendig**

AK und GPA-djp fordern daher einen neuen Betriebsstättenbegriff, der auch die Besonderheiten des Online-Handels berücksichtigt („Digitale Betriebsstätte“). Damit die Gewinne dort versteuert werden, wo sie erwirtschaftet werden, und zwischen österreichischen und ausländischen Händlern gleiche Spielregeln herrschen. Gefordert ist hier das Finanzministerium. Es braucht einerseits entsprechende Doppelbesteuerungsabkommen mit den Mitgliedstaaten, andererseits braucht es auch europäische Lösungen im grenzüberschreitenden Online-Handel.

### **Massive Kontrolldefizite bei der Mehrwertsteuer**

Die Mehrwertsteuer (Umsatzsteuer) ist eine Endverbrauchersteuer, das heißt, es zahlt sie der Konsument/die Konsumentin, und sie steht daher auch dem Land zu, in dem der/die KonsumentIn wohnt.

Es bestehen zwar klare EU-Regelungen (Mehrwertsteuer-Richtlinie), wann der ausländische Lieferant die Umsatzsteuer in Österreich zu entrichten hat. Allerdings gibt es massive Kontrolldefizite.

Für österreichische Behörden ist es faktisch unmöglich zu prüfen, ob die Lieferschwelle von 35.000 Euro, ab welcher der ausländische Lieferant die Umsatzsteuer in Österreich zu entrichten hat, überschritten wurde. Nationalstaaten haben auch wenig Interesse, eigene Online-Händler, die ins Ausland exportieren, entsprechend zu kontrollieren. Dadurch entgehen dem österreichischen Fiskus Umsatzsteuereinnahmen, und es kommt zu Wettbewerbsverzerrungen, wenn der ausländische Händler die verrechnete Umsatzsteuer nicht abführt.

Eine Betriebsprüfung der österreichischen Behörden im Ausland ist nicht möglich. Die Amtshilfe zwischen den Mitgliedstaaten funktioniert mit Ausnahme von Deutschland nur schleppend.

Handlungsbedarf gibt es hier auf mehreren Ebenen:

#### **+ Kontrolle des Online-Versandhandels durch EU-Behörde**

AK und GPA-djp fordern eine auf EU-Ebene angesiedelte supranationale EU-Behörde, die in den Mitgliedstaaten den Online-Versandhandel kontrolliert. Es gibt bereits in anderen Bereichen, z.B. die Beihilfenkontrolle im Agrarbereich, wo ebenfalls eine supranationale EU-Behörde in den Mitgliedstaaten Kontrollen vornimmt, entsprechende Einrichtungen.

**+ Plattformbetreiber, wie Amazon oder Ebay, in die Pflicht nehmen:** Immer mehr Händler aus dem asiatischen Raum nutzen die großen Plattformen, um ihre Waren in Europa zu vertreiben. So bietet etwa Amazon in seinen Logistikzentren für diese Händler umfassendes Service an, von der Wareneinlagerung, Verpackung, Versand bis zur Zahlungsabwicklung. Das Geld leitet Amazon weiter. Der asiatische Händler müsste jetzt Umsatzsteuer abführen, was in aller Regel aber nicht geschieht: Ergebnis: Asiatische Händler können ihre Ware entsprechend billiger anbieten oder die Umsatzsteuer als Mehrgewinn einbehalten. Diese enorme Wettbewerbsverzerrung geht zulasten von fair agierenden Unternehmen und zulasten des Fiskus. AK und GPA-djp fordern, dass die Marktplatzbetreiber für die ordnungsgemäße Abführung der Umsatzsteuer ihrer Händler haften. Vorstellbar wäre eine der Generalunternehmerhaftung im Baubereich nachgebildete Regelung.

**+ Einsetzen einer „Task-Force Online-Handel“ in Österreich**

AK und GPA-djp fordern vom Finanzministerium eine österreichische „Task-Force Online-Handel“ in der Finanzverwaltung. Denn es gibt weder Zahlen noch Schätzungen über mögliche Steuerausfälle im Online-Handel aufgrund von Nichtmeldung von Umsätzen, unzureichenden Umsatzmeldungen oder durch klassischen Umsatzsteuerbetrug. Eine „Task-Force Online-Handel“ könnte Licht in diesen höchst intransparenten Bereich bringen, bessere Prüfungsmethoden entwickeln, „schwarze Schafe“ aufspüren und auch eine intensivere Zusammenarbeit mit den Mitgliedstaaten anstreben.