

Suchen...

E-Mail Adresse

Newsletter Abo

**GESUNDES HAAR  
BEGINNT MIT  
DEINER KOPFHAUT.**

**FOR EVERY YOU.**



1 REINIGEN  
2 PFLEGEN  
3 SCHÜTZEN

Schwarzkopf  
**GLISS**

NEU



© Pixabay

## Pro & Contra: nationale Paketsteuer

Nationale Paketsteuer: Handel warnt vor Wettbewerbsnachteilen  
– Zustimmung kommt vom stationären Handel.

Die geplante nationale Paketsteuer der Bundesregierung sorgt im österreichischen Handel für heftige Kontroversen. Während der stationäre Handel die Abgabe als Schritt zu mehr Wettbewerbsfairness begrüßt, laufen Onlinehändler, Handelsverband und Konsumforscher Sturm gegen das Vorhaben. Im Zentrum der Kritik stehen mögliche Preissteigerungen, rechtliche Risiken und die Befürchtung, dass die Maßnahme ihr eigentliches Ziel – internationale Billigplattformen wie Temu oder Shein stärker zu belasten – verfehlt.

### Geplante Abgabe: 2 Euro pro Paket

Geplant ist eine nationale Paketabgabe von zwei Euro pro zugestelltem Paket beziehungsweise pro Bestellung. Betroffen wären Onlinehändler und Plattformen mit mehr als 100 Millionen Euro Jahresumsatz in Österreich. Die Steuer soll ab Oktober eingeführt werden und unter anderem zur Gegenfinanzierung der Mehrwertsteuersenkung auf Grundnahrungsmittel beitragen. Nach Einschätzung des Handelsverbands würde die Abgabe mindestens jede zweite Onlinebestellung in Österreich betreffen. Das Finanzministerium rechnet laut den vorliegenden Unterlagen mit Einnahmen von rund 280 Millionen Euro jährlich.

### Handelsverband: „Massensteuer durch die Hintertür“

Besonders scharf fällt die Kritik des Handelsverbands aus. Geschäftsführer Rainer Will spricht von einem „2-Euro-Österreich-Aufschlag“ auf den Onlinehandel und warnt vor einem massiven Wettbewerbsnachteil für heimische Händler. Der Verband argumentiert, dass die Maßnahme offiziell gegen asiatische Plattformen wie Temu oder Shein gerichtet sei, tatsächlich aber vor allem österreichische und europäische Händler treffe, die bereits rechtskonform wirtschaften. Große Plattformen könnten die zusätzlichen Kosten leichter kompensieren oder umgehen.

Kritisiert werden insbesondere:

- steigende Preise für Konsumenten,
- zusätzlicher Bürokratieaufwand,

- Belastungen für rund 4.000 österreichische KMU, die über Plattformen verkaufen,
- mögliche Verstöße gegen EU-Recht und Verfassungsrecht,
- negative Auswirkungen auf Digitalisierung und Investitionen.

Auch der Rechnungshofbericht zum mangelhaften Vollzug im grenzüberschreitenden Onlinehandel wird von den Gegnern der Steuer als Argument angeführt. Statt neuer Abgaben brauche es stärkere Kontrollen und eine bessere technische Ausstattung der Behörden.

## Rechtliche Bedenken nehmen zu

Der Handelsverband sowie mehrere zitierte Verfassungsjuristen sehen erhebliche unions- und verfassungsrechtliche Risiken. Kritisiert wird unter anderem die Umsatzgrenze von 100 Millionen Euro, die als sachlich schwer begründbar gilt.

Im Raum stehen mögliche Verstöße gegen:

- die Warenverkehrsfreiheit,
- die Dienstleistungsfreiheit,
- den Gleichheitsgrundsatz,
- das europäische Beihilferecht.

Die Gegner warnen vor jahrelangen Rechtsstreitigkeiten und möglichen Vertragsverletzungsverfahren auf EU-Ebene. Als Beispiele werden gescheiterte Modelle in Frankreich, Italien und Rumänien genannt.

## Otto Austria und große Plattformhändler warnen vor Inflation

Auch große E-Commerce-Anbieter positionieren sich klar gegen die Paketsteuer. Harald Gutschi, Vizepräsident des Handelsverbands und Geschäftsführer der OTTO Austria Group, bezeichnet die Abgabe als „Massensteuer durch die Hintertür“. Er argumentiert, dass die zusätzlichen Kosten angesichts geringer Margen im Onlinehandel an die Endkunden weitergegeben würden und damit inflationsfördernd wirkten. Besonders kritisch sei, dass Konsumenten zwar durch die geplante Mehrwertsteuersenkung auf Lebensmittel entlastet würden, diese Entlastung durch höhere Onlinekosten jedoch wieder verloren gehe.

## Höllinger will Lebensmittel ausschließen

Die Paketsteuer soll zwar formal die großen Plattformen treffen, doch in der Praxis wird sie entlang der gesamten Kette weitergegeben, von den kleineren Anbietern, die ihre Produkte auf jenen Plattformen anbieten bis hin zu den Endkonsumenten. „Am Ende zahlen immer die Konsumentinnen und Konsumenten drauf. Wer glaubt, dass diese Steuer nicht bei den Menschen ankommt, ist ein Träumer“, sagt Höllinger-Geschäftsführer Gerhard Höllinger. Besonders kritisch ist die Maßnahme auch aus Sicht der Konsumenten. Onlinebestellungen von Lebensmitteln sind für viele Menschen keine Frage des Komforts, sondern der Notwendigkeit. Vor allem immobile oder ältere Personen sind auf Zustellungen angewiesen. Eine zusätzliche Abgabe bedeutet für sie eine direkte finanzielle Mehrbelastung.

Höllinger fordert daher, Lebensmittel von der Paketabgabe auszunehmen und die tatsächlichen Auswirkungen auf kleine Unternehmen stärker zu berücksichtigen. Statt zusätzlicher Kosten brauche es faire Wettbewerbsbedingungen und funktionierende digitale Vertriebswege. „Diese Steuer verschärft bestehende Probleme, anstatt sie zu lösen. Sie belastet die Falschen – kleine Anbieter und jene Menschen, die auf Lieferungen angewiesen sind“, so Höllinger.

## Konsumforscher sehen geringe Lenkungswirkung

Auch aus Sicht der Konsumentenforschung überwiegt die Skepsis. Das Institut für Handel, Absatz und Marketing (IHaM) kommt in mehreren Analysen zu dem Schluss, dass die Paketsteuer nur geringe Verlagerungseffekte in Richtung stationären Handel auslösen dürfte.

Laut den vorliegenden Studien:

- lehnen 76 Prozent der Online-Shopper die Steuer ab,
- würden nur 11 Prozent künftig stärker stationär einkaufen,
- sehen viele Konsumenten keine realistische Alternative zum Onlinekauf,
- wären besonders Haushalte mit niedrigem Einkommen betroffen.

Ernst Gittenberger verweist darauf, dass die Steuer vor allem kleine Warenkörbe überproportional verteuere. Christoph Teller warnt zudem vor einem „paradoxen Wettbewerbsvorteil“ großer Plattformen, da diese Zusatzkosten leichter über Mindestbestellwerte oder Rabattmodelle abfedern könnten.

## Click & Collect als Ausweichmodell kaum relevant

Zwar sieht der Gesetzesentwurf Ausnahmen für Click-&-Collect-Bestellungen vor, bei denen Waren online bestellt und im Geschäft abgeholt werden. Die Forschung geht jedoch davon aus, dass dies kaum Entlastung bringt. Nach IHaM-Daten entfallen lediglich 5,6 Prozent der gesamten Onlineausgaben in Österreich auf Click & Collect. Viele große internationale Plattformen bieten diesen Service zudem gar nicht an.

## Unterstützung vom Austrian Council of Shopping Places

Rückendeckung erhält die Bundesregierung hingegen vom Austrian Council of Shopping Places (ACSP). Der Verband begrüßt die Einführung der Paketabgabe ausdrücklich und sieht darin einen wichtigen Schritt zu faireren Wettbewerbsbedingungen zwischen stationärem Handel und internationalen Onlineplattformen.

Der ACSP argumentiert, dass Einkaufsstraßen, Shoppingcenter und Innenstädte seit Jahren hohe Infrastruktur- und Betriebskosten tragen, während internationale Plattformen ohne vergleichbare Belastungen agieren konnten.

Positiv bewertet wird insbesondere:

- die Unterstützung stationärer Handelsstandorte,
- die Sicherung lebendiger Innenstädte,
- die Ausnahme kleinerer Unternehmen unterhalb der Umsatzgrenze,
- die wirtschafts- und standortpolitische Signalwirkung.

Aus Sicht des ACSP stärkt die Abgabe langfristig die Attraktivität österreichischer Einkaufsstandorte und schafft mehr Chancengleichheit zwischen digitalem und stationärem Handel.

## EU-Lösungen statt nationaler Alleingang?

Die Gegner der nationalen Paketsteuer verweisen hingegen auf bereits beschlossene europäische Maßnahmen. Ab Juli 2026 fällt EU-weit die Zollfreigrenze für Drittstaatensendungen unter 150 Euro. Zusätzlich sind neue EU-weite Abgaben und strengere Plattformhaftungen im Rahmen der EU-Zollreform sowie des Projekts „VAT in the Digital Age“ (ViDA) geplant.

Der Handelsverband fordert daher einen Stopp des österreichischen Sonderwegs und eine konsequente Unterstützung der europäischen Lösungen. Die zentrale Kritik: Österreich riskiere mit der Paketsteuer steigende Preise, mehr Bürokratie und einen Wettbewerbsnachteil für den heimischen Onlinehandel – ohne die eigentlichen Marktverzerrungen wirksam zu beseitigen.

---

---