

# Wofür zahlt man beim Stromtanken?

**Elektroautos.** Die Preise an öffentlichen Ladestationen seien intransparent, kritisiert die AK und fordert eine einheitliche Abrechnung nach Kilowattstunden. Noch gibt es aber rechtliche Hürden.

**Wien.** In der Anschaffung sind Elektroautos teuer. Dafür locken Förderungen, steuerliche Begünstigungen und vergleichsweise billiges „Stromtanken“. Aber stimmt Letzteres überhaupt noch, seit der Ölpreis krisenbedingt im Keller ist?

Im Schnitt schon, ergab kürzlich eine Markt- und Preisanalyse der Arbeiterkammer (AK): Pro

## WIRTSCHAFTSRECHT

VON CHRISTINE KARY

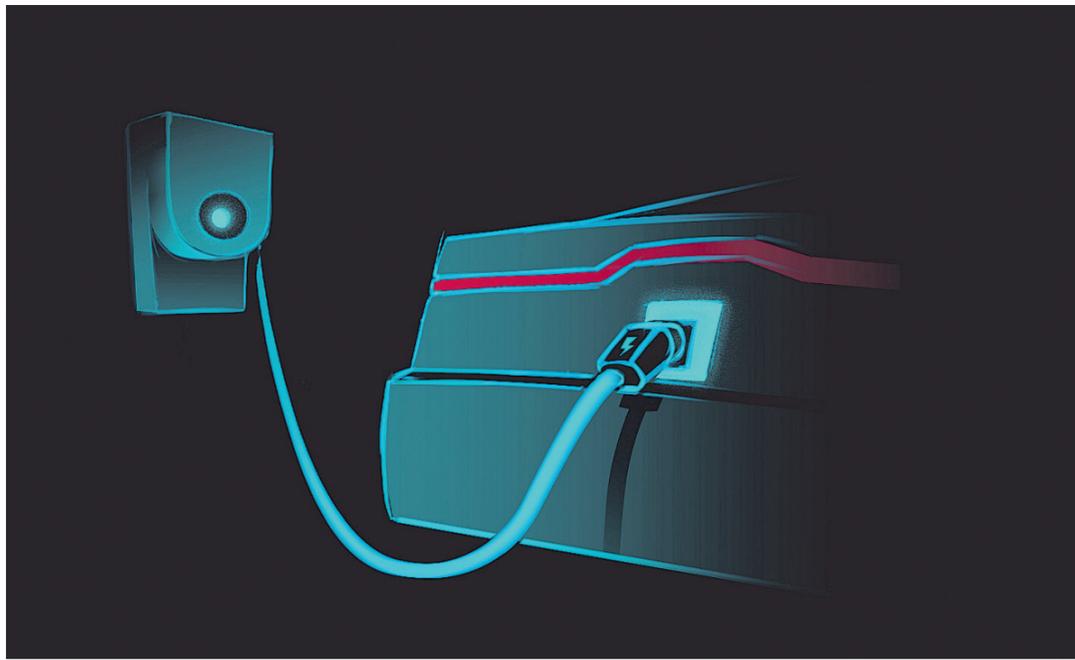
diepresse.com/wirtschaftsrecht

hundert Kilometer liegen die Durchschnittspreise fürs Aufladen immer noch deutlich unter jenen an der herkömmlichen Zapfsäule. Aber auch beim Stromtanken kann man draufzahlen. Denn, so kritisieren die Verbraucherschützer: Es gebe an der E-Tankstelle keine echte Preistransparenz.

Zwar erfolgen laut Schätzungen etwa 80 Prozent der Ladevorgänge daheim oder an der Arbeitsstätte. Sobald man aber auf kostenpflichtige öffentliche Ladestationen angewiesen ist, zahlt man meist deutlich mehr als daheim. Darüber hinaus müsse man sich in einem unübersichtlichen Preisdschungel zurechtfinden.

Laut der AK, die 36 Tarife von 18 Anbietern unter die Lupe genommen hat, liegt das vor allem daran, dass man an den meisten Stromtankstellen nicht nach Kilowattstunden zahlt. Vielmehr richtet sich der Preis üblicherweise nach der Ansteckzeit, unabhängig davon, wie viel tatsächlich geladen wird. Allein schon das macht die Sache undurchsichtig, denn dabei kommt es unter anderem auf technische Gegebenheiten bei Ladestation und Fahrzeug an.

Darüber hinaus gibt es unterschiedliche Tarifmodelle – ähnlich wie beim Mobilfunk. Bei Vertragsverträgen zahlt man laut der AK-Analyse für 100 Kilometer mit dem E-Auto im Durchschnitt 5,18 Euro. Pauschaltarife sind im Schnitt et-



[MGO]

was günstiger, sogenannte Direct-Payment-Tarife kosten durchschnittlich betrachtet etwas mehr.

### Manchmal teurer als Sprit

Aber auch zwischen den einzelnen Vertragstarifen wurden beträchtliche Unterschiede festgestellt: Die Durchschnittspreise für eine Wegstrecke von 100 Kilometern bewegten sich demnach zwischen 2,95 und 10,48 Euro – da käme man teils sogar mit Benzin oder Diesel billiger weg.

Zum Vergleich: Mit Haushaltsstrom zahlt man laut der Analyse im Schnitt 2,876 Euro für 100 Kilometer. Verbrauchern rät die AK deshalb, möglichst oft daheim oder am Arbeitsplatz aufzuladen. Zudem gelte es, sich beim E-Tanken genau über die Vertragskonditionen zu informieren und auf die Ladeleistung sowohl der Ladestation als auch des eigenen Fahrzeuges zu achten. Jedenfalls, solange die Abrechnung nicht auf Kilowattstunden (kWh) umgestellt wird.

Genau das sollte jedoch geschehen, um eine einheitliche,

transparente Abrechnungsmethode zu schaffen, insistieren die Verbraucherschützer und fordern eine entsprechende Regulierung.

Aber warum ist das nicht ohnehin längst Standard? „Wir würden gern eine Abrechnung nach Kilowattstunden anbieten“, sagt Ute Teufelberger, E-Mobilität-Expertin bei der EVN und Chefin des Bundesverbandes Elektromobilität (BEÖ), zur „Presse“. „Aber dafür braucht es eine saubere rechtliche Lösung.“ Und diese gebe es noch nicht. Vereinfacht gesagt, müsste eine Abrechnung nach kWh an den Stromtankstellen derzeit ungeeignet erfolgen – und das widerspricht dem Eichrecht. Für eine Erfassung mit geeichten Messgeräten braucht es laut dem BEÖ jedoch rechtliche Standards, teils müssen auch die technischen Voraussetzungen erst geschaffen werden.

An einer Regelung arbeite man bereits, sagt Teufelberger, „wir sind dafür in Gesprächen mit dem Wirtschaftsministerium und dem Eichamt“. Trotz der Coronakrise, die

jetzt alles erschwert, hoffe man, bald zu einer „guten Lösung“ zu kommen. Am allerbesten zu einer, die EU-weit einheitlich ist.

All das spiele beim „Langsamladen“ zu Hause, wo nur ein E-Auto aufgeladen wird und es einen geeichten Stromzähler gibt, keine Rolle. „Da funktioniert es.“ Aber eben nicht bei den öffentlich zugänglichen Schnellladestationen.

### „Rechtliche Grauzone“

Jene wenigen Anbieter, die vorsehen und den Kunden bereits – allerdings ungeeicht – Kilowattstunden statt Zeiteinheiten verrechnen, „sind mutig, machen das aber ohne Rechtsgrundlage. Sie bewegen sich in einer Grauzone“, sagt Teufelberger.

Freilich, ganz ohne zusätzliche zeitliche Preiskomponente werde man an Stromtankstellen auch künftig kaum auskommen, meint die Expertin. Diese sei ein Anreiz, während des Ladens nicht allzu entspannt essen oder einkaufen zu gehen. Sondern den Platz rasch für den nächsten Kunden zu räumen.

## Skigebiete: Bei Lockdown Geld zurück

Saisonkarten locken teils mit „Payback-Garantie“.

**Wien/Salzburg.** Mehrere Skigebiete setzen heuer bei den Saisonkarten auf Rückvergütungen im Fall eines neuerlichen Lockdown. Für Saisonkarten-Inhaber, deren Pistenvergnügen im März abrupt geendet hat, gibt es teils einen Bonus, wenn sie für den kommenden Winter eine Saisonkarte kaufen.

Seit Ende September verkaufen Österreichs Skigebiete wieder Saisonkarten, diesmal oft mit Hinweisen wie „risikolos“, „Covid-Payback-Garantie“ oder „CoronaBonus“, berichteten am Mittwoch die „Salzburger Nachrichten“. Zugesagt wird dabei beispielsweise eine nutzungsabhängige Rückvergütung, sollte es wieder zu einem Lockdown kommen.

Saisonkarten und Mehrtageskarten gewinnen nicht zuletzt wegen der hohen Preise für Tageskarten – heuer bis zu 59 Euro in der Hochsaison – an Beliebtheit. Beim Salzburger Skiverbund Ski amadé verkaufte man laut SN im Winter 2019/20 rund 53.000 Saisonkarten – ein neuer Höchstwert.

### 200 Mio. Umsatzverlust

Heuer ist ein weiteres Rekordjahr unrealistisch, für Inlandsgäste könnte die Saison aber ob des fehlenden internationalen Publikums attraktiver sein. Die Preise für die Skikarten wurden im Schnitt um 3,5 bis 3,8 Prozent angehoben. Zusatzkosten für Coronamaßnahmen seien nicht eingerechnet worden, betonte der Geschäftsführer des WKÖ-Fachverbandes Seilbahnen, Erik Wolf. Im Vorjahr habe das frühe Saisonende geschätzte 200 Mio. Euro Umsatzverlust bedeutet, „und niemand weiß, was heuer kommt“. Die Stimmung sei „verhalten positiv“, feststehe aber auch, „dass wir mit der Anzahl der Skifahrer in Österreich ein möglicherweise riesiges Loch aus den internationalen Märkten nicht werden füllen können“. (APA/red.)

## Es gibt sie immer noch: Rechtliche Fallen beim Onlinehandel

**E-Commerce.** So selbstverständlich das Verkaufen und Kaufen im Web geworden ist – rechtlich gibt es viel zu beachten. Formale Fehler bei der Gestaltung der Website können ungeahnte Folgen haben. Und selbst über die Gültigkeit eines Geschäfts kann man sich täuschen.

**Wien.** Der Onlinehandel boomt. Auch immer mehr stationäre Händler nutzen das Web als zusätzliche Plattform, umso mehr seit dem Lockdown im Frühjahr. Die meisten Webshops wirken dabei durchaus professionell. Welche rechtlichen Hürden es bei der Gestaltung gibt, ist vielen Betreibern dennoch nicht bewusst.

„Fast kein Händler macht alles komplett richtig“, sagt Thorsten Behrens zur „Presse“. Er ist Projektleiter für das Österreichische E-Commerce-Gütezeichen und für die „Watchlist Internet“. Und hat beim diesjährigen A-Commerce Day, der von 6. bis 8. Oktober als Multichannel-Konferenz stattfindet, einen Workshop zu dem Thema abgehalten.

### 1 Worin bestehen die größten rechtlichen Fehlerquellen?

Diverse verpflichtende Rechtstexte müssen auf der Website vorhanden sein; das ist aber längst nicht das größte Problem. Wirklich heikel sei die Gestaltung der letzten Seite im Webshop – also jener mit dem Bestellbutton, sagt Behrens.

Dort müssen alle grundlegenden Informationen nochmals zusammengefasst sein: Das Produkt mit seinen wesentlichen Eigenschaften, das sind jene, durch die es sich von anderen Produkten unterscheidet. Was da alles dazuzählt, schon darüber könne man streiten, sagt Behrens – „zum Beispiel auch die Farbe“. Weiters muss der Preis samt Nebenkosten angegeben sein, vor allem auch die Versandkosten. Und der Bestellbutton selbst muss ausdrücklich auf die Zahlungspflicht hinweisen. „Bestellen“ reicht nicht, es muss „kaufen“ heißen, „zahlungspflichtig bestellen“ oder etwas Sinnvolles.

Ebenfalls wichtig: All das muss in einem Block beisammenstehen, sagt Behrens. Andere wesentliche Daten – wie Lieferadresse oder Zahlungsart – dürfen keinesfalls dazwischen eingefügt sein. Sie brauchen auf der Seite einen separaten Platz, zum Beispiel ganz oben oder unten. Ja nicht einmal ein Eingabefeld für einen Rabattcode ist bei diesem allerletzten Bestellschritt erlaubt. Wenn es ein solches Feld gibt, muss es schon weiter vorne Platz finden.

### 2 Welche Rechtsfolgen können Gestaltungsfehler haben?

Auch wenn das alles nach bloßen Formalitäten klingt: Hält sich ein Händler nicht daran, können die Rechtsfolgen gravierend sein. „Je nachdem, wie falsch diese letzte Seite gestaltet ist, kommt womöglich gar kein gültiger Vertrag zustande“, warnt Behrens. Der Kunde müsste dann nichts zahlen. Und könnte, wenn er es auf die Spitze treiben will, sogar darauf bestehen, die gelieferte Ware trotzdem zu behalten, da sie ihm ja ohne gültige Bestellung und damit quasi unaufgefordert zugeschickt wurde. Ausjudiziert ist all das freilich nicht – es wäre also ein rechtliches Risiko für den Kunden und bestimmt nicht die beste Idee, es darauf anzulegen. Dennoch macht es deutlich, wie groß auch das Risiko für den Händler ist, wenn ihm hier Fehler unterlaufen.

### 3 Wie kommt im Onlinehandel überhaupt ein Vertrag zustande?

Mit dem Klick auf den Bestellbutton, könnte man als Kunde mei-

nen. „Tatsächlich macht man damit aber nur ein Kaufanbot“, erklärt Behrens. Erst wenn der Händler dieses Angebot annimmt, „pickt“ das Geschäft. Erst ab dann hat der Kunde einen Anspruch darauf, die Ware tatsächlich zum vereinbarten Preis zu bekommen.

Ohne formale Annahme könnte der Händler die Lieferung noch verweigern oder dem Kunden einen neuen, korrigierten Preis nennen – wobei der Kunde dann die Wahl hat, ob er die Ware trotzdem kauft. Für den Verkäufer sei dieses Zeitfenster wichtig, um allfällige Fehler bei der Preisangabe noch problemlos beheben zu können, sagt Behrens. Üblich sei es daher, erst im Zuge der Versandbestätigung für die Ware auch die Vertragsannahme zu erklären. Die automatischen Eingangsbestätigungen, die man gleich nach der Bestellung bekommt, fixieren das Geschäft meist noch nicht, sondern sagen dem Kunden nur zu, dass die Bestellung bearbeitet wird. Der Kunde ist indes formal an sein Kaufanbot gebunden, hat aber (als Verbraucher) im Normalfall ohnehin ein gesetzliches Rücktrittsrecht.

### 4 Woran erkennt man als Kunde, ob ein Webshop seriös ist oder nicht?

Vorsicht ist etwa geboten, wenn ein Shop angeblich immer alle Waren „lagernd“ hat. Und wenn zwar alle erdenklichen Zahlungsarten angeboten werden – aber nur die Vorauskasse funktioniert. Gut möglich, dass es sich da um einen Fake-Shop handelt. Oder aber es werden gefälschte Markenprodukte angeboten – solche Shops seien meist leichter erkennbar, sagt Behrens. Wenn Kunden trotzdem dort bestellen, dann meist aus Gier nach einem Markenartikel, der angeblich nur noch dort erhältlich ist. Geliefert werde dann oft etwas anderes. Und selbst das Rücktrittsrecht ist meist graue Theorie, wenn der Betreiber etwa in China sitzt.

Als Bestätigung, dass ein Händler seriös ist, könne zum Beispiel eine Listung auf „Geizhals“ dienen, sagt Behrens. Oder ein Gütesiegel – wobei man beim Draufklicken auf die entsprechende Website weitergeleitet werden sollte. Dort sollte sich dann überprüfen lassen, ob der Shop dieses Zeichen wirklich tragen darf. (cka)