

## **Onlineshop - Webshop**

### **Onlineverkauf & Online Verkaufsplattformen**

Direktvermarkter setzen zunehmend zur Erweiterung ihrer Vertriebswege und Umsatzsteigerung auf Onlinehandel. Sie nutzen dadurch die Chance, ihre Produkte losgelöst von Öffnungszeiten und persönlichen Zeitaufwand für das Verkaufsgespräch, einer größeren Kundenschicht zu präsentieren. Zusätzliches Einkommen soll damit erzielt werden. Der Verkauf über Internet wird nur erfolgreich sein, wenn Betrieb und Produkt, unterstützt mit professionellen Fotos, authentisch präsentiert wird. Die Besonderheit der Produkte wie zB Haltung und Fütterung der Tiere oder Anwendung eines traditionellen Herstellungsverfahrens beim Käse muss ansprechend – das direkte Verkaufsgespräch ersetzend – dargestellt werden. Es verkauft sich „online“ nicht von selbst – Aktualität des Online Shops und der damit verbundenen Homepage sind Grundvoraussetzung. Die besondere Herausforderung bei diesem „anonymen“ Vertriebsweg besteht darin, sich von den Mitbewerbern abzuheben!

Der Onlinehandel kann mittels Online Shop auf der eigenen Homepage oder über eine Online-Verkaufsplattform abgewickelt werden.

Zu beachten ist, dass sich nicht alle Produkte für den Onlinehandel eignen. Online-Shops müssen im Vorfeld „rechtlich“ gut abgeklärt werden. Für den Produzenten stellen sich zusätzlich Fragen, wie zB: brauche ich als Lebensmittelunternehmer für den Internetvertrieb meiner Produkte eine Zulassung, oder löst dieser Vertriebsweg eine Nährwertkennzeichnung aus? Bei all diesen Fragen kann das Beratungsangebot in den Landwirtschaftskammern weiterhelfen.

So muss zB der Käufer vor „Vertragsabschluss“ sprich Kauf gut informiert werden. Dazu dienen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen kurz „AGB“ genannt. Diese müssen sorgfältig ausgearbeitet werden, damit der Vertragsabschluss für beide Vertragspartner rechtlich sicher abläuft. Einzuhalten sind ebenfalls die Anforderungen der seit 2018 gültigen Datenschutzgrundverordnung/DSVG und an das Impressum. Wichtig ist eine umfassende Produktbeschreibung und den erforderlichen Angaben, die der Kunde üblicherweise am Etikett sieht.

### **Gewerberechtliche Rahmenbedingungen**

Siehe „Ab Hof Verkauf“.

### **Steuerrechtliche Rahmenbedingungen**

Für nähere Informationen siehe Vertriebsweg „Ab Hof Verkauf“.

In Ergänzung zur Umsatzsteuer wird darauf hingewiesen, dass bei grenzüberschreitenden Lieferungen (Verkauf ins EU-Ausland – innergemeinschaftliche Lieferungen oder Verkauf in Drittländer) andere Besteuerungsregelungen zur Anwendung kommen können.

### **Einzelaufzeichnungs-, Registrierkassen- und Belegerteilungspflicht**

Für nähere Informationen siehe Vertriebsweg „Ab Hof Verkauf“ bzw. Merkblatt „Einzelaufzeichnungs-, Registrierkassen- und Belegerteilungspflicht“, Downloadmöglichkeit auf [ooe.lko.at](http://ooe.lko.at) unter Recht & Steuer/Download/Steuern.

Betriebe

- bei denen keine Gegenleistung durch Bezahlung mit Bargeld unmittelbar an den Leistungserbringer erfolgt und
- denen im Wege einer Online-Plattform abgeschlossene Vereinbarungen zugrunde liegen,

sind nur hinsichtlich jener Umsätze bei denen die o.a. Kriterien zutreffen, von der Registrierkassenpflicht nach § 131b BAO ausgenommen (§ 6 BarUV 2015).

Die Einzelaufzeichnungs- und Belegerteilungspflicht bleibt davon unberührt.

Unter Online-Plattform ist jeder Web-Auftritt zu verstehen, der durch elektronische Datenübertragung eine unmittelbare Geschäftsbeziehung zwischen Leistungserbringer und Leistungsempfänger abwickelt. Es ist dabei erforderlich, dass ein verbindliches Rechtsgeschäft im Rahmen dieser Online-Plattform abgeschlossen wird.

Wird eine Vereinbarung im Wege einer Online-Plattform abgeschlossen und erfolgt die Bezahlung nicht über Online-Banking, sondern wird in der Filiale des Unternehmers mit Bargeld bezahlt, handelt es sich dabei um einen Barumsatz, der in der Registrierkasse zu erfassen ist. Darunter fallen auch außerhalb von Betriebsräumlichkeiten getätigte Bestellungen, die zB per Telefon, Telefax, Katalog oder Postkarte (Fernabsatzgeschäfte) bei einem Unternehmen einlangen, welche dieser unmittelbar nach Erhalt in das System der Webplattform eingibt.

Wenn im Rahmen eines Betriebes ein Unternehmer sowohl ein Verkaufslokal als auch einen Onlineshop betreibt, fallen die Umsätze des Onlineshops unter die Regelung des §6 BarUV 2015. Für die anderen Umsätze des Betriebes gelten die allgemeinen Bestimmungen über die Einzelaufzeichnungs-, Registrierkassen- und Belegerteilungspflicht.

Für die Berechnung der Jahresumsatzgrenze von 15.000 Euro zur Registrierkassenpflicht gelten die gesamten Umsätze des Betriebes. In die Barumsatzgrenze von 7.500 Euro werden die Umsätze des Onlineshops nicht miteinbezogen.

Beispiel:

Die Barumsätze des Onlineshops betragen 8.000 Euro und die Gesamtumsätze im Geschäftslokal betragen 10.000 Euro, davon Barumsätze in Höhe von 6.000 Euro. Es besteht keine Registrierkassenpflicht, weil zwar die Gesamtumsatzgrenze in Höhe von 15.000 Euro überschritten wurde, allerdings nicht die Barumsatzgrenze von 7.500 Euro.

Näheres dazu auch im Erlass des BMF vom 04.08.2018, BMF-010102/0029-IV/2/2016, BMF-AV Nr. 123/2016, zur Einzelaufzeichnungs-, Registrierkassen- und Belegerteilungspflicht.

### **Sozialrechtliche Rahmenbedingungen**

Rahmenbedingungen siehe AB Hof Verkauf / Hofladen.

### **Geeignete Produkte für diesen Vertriebsweg**

Geeignet für alle am Betrieb erzeugten Ur/Naturprodukte und be- und verarbeiteten Produkte. Je nach Produkt ist auf die Einhaltung der Kühlkette bis zum Verkauf bzw. bis zur Zustellung zu achten (Kühlversand). Die Produkte müssen hygienisch einwandfrei verpackt und nach den Kennzeichnungsvorschriften etikettiert werden.

### **Registrierung bzw. Zulassung des Betriebes**

Siehe „Ab Hof Verkauf“.

### **Kennzeichnungsvorschriften**

Siehe „Ab Hof Verkauf“.

### **Beispiele und Bilder**

#### Beispiel einer Online-Verkaufsplattform für Bio-Fleisch

*"nahgenuss.at – Bio-Fleisch direkt beim Bauern online bestellen.*

*„nahgenuss“ ist eine Online-Plattform, die Bio-Bäuerinnen und Bio-Bauern mit ernährungsbewussten Konsumentinnen und Konsumenten zusammenbringt. Die Idee: Mehrere Kunden teilen sich ein Rind, Schwein, Lamm oder ein anderes Tier. Erst wenn das ganze Tier verkauft ist, wird es geschlachtet und verarbeitet. Die küchenfertigen Fleischpakete werden am Hof abgeholt oder österreichweit per Kühlversand zugestellt. Durch den Direktverkauf und den im Sinne eines „nose-to-tail“ ganzheitlichen Ansatzes bleibt den Bio-Betrieben mehr Geld. Als zusätzlichen Vorteil erhalten die Bäuerinnen und Bauern – wie die Erfahrung zeigt – wertschätzendes Feedback von Kundinnen und Kunden, die ihrerseits von der Qualität, vom persönlichen Kontakt und nicht zuletzt vom günstigeren Preis profitieren.*

*Landwirte müssen als Voraussetzung eine Bio-Zertifizierung und eine Offenheit gegenüber der Direktvermarktung mitbringen. Bei der Erstellung des eigenen Online-Profiles ist „nahgenuss“ beratend zu Fotos, Texten und Produkten, damit einem erfolgreichen online Auftritt nichts mehr im Wege steht. [www.nahgenuss.at](http://www.nahgenuss.at)*

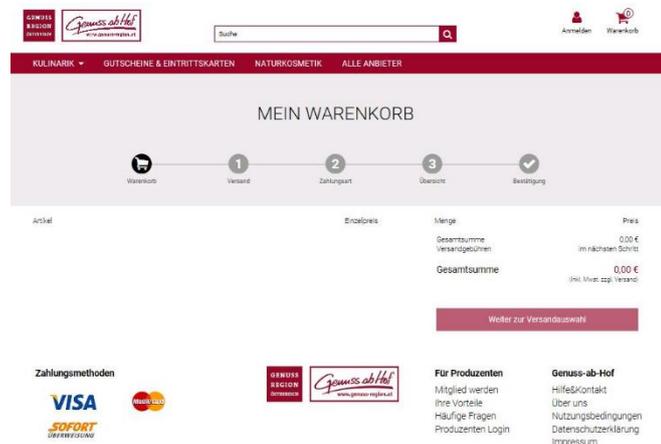
© Michá (li.) und Lukas (re.) Beiglböck von nahgenuss.at (c) Lukas Sauseng



### Praxisbeispiele von Online-Verkaufsplattformen

@ [www.genuss-region.at](http://www.genuss-region.at) - @ [www.genuss-abhof.at](http://www.genuss-abhof.at)

Blick auf die Internetplattform:



- @ <https://shop.bio-austria.at>
- @ [www.myproduct.at](http://www.myproduct.at)
- @ [www.bauernkraft.at](http://www.bauernkraft.at)
- @ [www.guute-bauernladen.at](http://www.guute-bauernladen.at)
- @ [www.bauernladen.at](http://www.bauernladen.at)

Praxisbeispiele: Online Shops von bäuerlichen Direktvermarktungsbetrieben aus den Bundesländern

@ [www.schneiderbauer-gewuerze.at](http://www.schneiderbauer-gewuerze.at) - Oberösterreich