

ANFRAGE

des Abgeordneten Peter Wurm
und weiterer Abgeordneter
an den Bundesminister für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz
betreffend Preiswechsel bei Onlineshops

AK: Häufige Preiswechsel erschweren Vergleich

Gleich mehrmalige Preisänderungen für ein und dasselbe Produkt hat die Arbeiterkammer (AK) bei einer einwöchigen Beobachtung von zwölf Onlineshops festgestellt. Je nach Zeitpunkt des Kaufs können Kunden davon profitieren oder extra zur Kasse gebeten werden. Die ständigen Preiswechsel würden den Konsumenten einfache und schnelle Preisvergleiche erschweren, so die AK.

36 Preise fragten die AK-Tester im März bei Heine, Peter Hahn, Zalando, Ottoversand, Universal Versand, booking.com, Saturn, Amazon, Austrian Airlines, Lufthansa, XXXLutz und Kika/Leiner abgefragt. Insgesamt 28 verschiedene Geräte (Desktop-PC, Smartphones, Laptops usw.) nutzten sie dafür. Waren, die es auch in deutschen Onlineshops gab, wurden zusätzlich über einen Laptop und ein Handy eines deutschen Benutzers abgerufen.

Die Schwankungen waren teils groß, so die Tester. Beim deutschen Ottoversand schwankte ein Strickkleid um sechs Euro (50,99 bis 56,99 Euro), bei der AUA und dem Mutterkonzern Lufthansa wurde ein Hin- und Rückflug für zwei Erwachsene nach Berlin um 80 Euro teurer. Bei Saturn wiederum verbilligte sich das Apple iPhone 5s im Laufe der Testwoche um 80 Euro.

Im Test kein "Personal Pricing" festgestellt

Im Vergleich zu Deutschland waren etwa die Produkte von Peter Hahn bis zu 23 Prozent teurer und für eine Film-DVD bei Saturn muss man in Österreich 20 Prozent mehr zahlen. Hingegen waren bei XXXLutz die Preise in Österreich je nach Produkt und Erhebungstag zwischen 26 Prozent billiger bzw. um 31 Prozent teurer.

Die Praxis des "Personal Pricings", dabei werden auf Basis von persönlichen Daten wie genutzter Hardware oder bisheriges Surfverhalten für ein und dasselbe Produkt unterschiedliche Preise verlangt, wurde in den untersuchten Shops nicht festgestellt. In Zukunft müssten Onlinekäufer aber mehr mit diesen an den einzelnen Kunden individuell angepassten Preisen rechnen, warnt die AK.

"Für den einzelnen Konsumenten wird es immer schwieriger, die Preisgestaltung zu durchschauen und Preise zu vergleichen", so AK-Konsumentenschützerin Gabriele

Zgubic. Die AK rät daher, bei der Warensuche unterschiedliche Endgeräte zu benutzen und die Cookies sowie die Surfhistorie des Browsers regelmäßig zurückzusetzen. <http://help.orf.at/stories/1769294/>

In diesem Zusammenhang stellen die unterfertigten Abgeordneten an den Bundesminister für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz folgende

Anfrage

1. Wie beurteilen Sie als Konsumentenschutzminister die Praxis des „Personal Pricings“?
2. Welche finanzielle Gesamtbelastung für die österreichischen Konsumenten entsteht jährlich durch „Personal Pricings“?
3. Welche Maßnahmen werden Sie ergreifen, um die Konsumenten gegenüber dem immer exzessiveren „Personal Pricings“ durch internationale Konzerne entgegen zu wirken?

J. Lintl



Oswald



