

ZA4534

**Flash Eurobarometer 186
Business attitudes towards cross-border sales and
consumer protection**

**Country Specific Questionnaire
Austria**

FL186

Final Questionnaire for Flash Eurobarometer 2006: B2C Cross Border Trade

INTRODUCTION / RESPONDENT SELECTION / SCHEDULING

Hallo/guten Tag/guten Abend, mein Name ist _____ und ich bin vom Marktforschungsinstitut SPECTRA.
Wir führen eine Meinungsumfrage im Namen der Europäischen Kommission unter Entscheidungsträgern
in Unternehmen durch. Die Umfrage dauert ungefähr 10 Minuten.

INTERVIEWER: FALLS DER NAME IM FELD „PROVIDED BY
THE COMPANY“ AUFTAUCHT, DIESEN NAMEN VERWENDEN.
ANSONSTEN DEN ENTSPRECHENDEN NAMEN AUS DEM FELD
„ORIGINAL SAMPLE“ AUSWÄHLEN.

Kann ich bitte mit (NAME) sprechen?

FALLS KEIN NAME IM SAMPLE ANGEGEBEN, VORLESEN

Kann ich bitte jene Person in Ihrem Unternehmen sprechen, die für Entscheidungen im Bereich Verkauf oder
Marketing, einschließlich rechtlicher Aspekte zuständig ist?

INTERVIEWER: WENN IM SAMPLE DER ANSPRECHPARTNER
NICHT GENANNT IST, VERSUCHEN SIE DEN
HAUPTENTSCHEIDUNGSTRÄGER ZU ERREICHEN. DIES KANN
SEIN: DER GESCHÄFTSFÜHRER, DER MARKETING MANAGER
ODER EINE ANDERE FÜR DEN VERTRIEB VERANTWORTLICHE
PERSON, DIE AUCH FÜR RECHTLICHE ASPEKTE ZUSTÄNDIG
IST..

00 - Passender Gesprächspartner am Telefon SKIP SC1
01 - Entscheidungsträger verfügbar SKIP SC1

Rückruf: -----

02 - Termin für einen Rückruf vereinbaren (Verwenden Sie diesen Code in dem Fall, dass
Sie nicht den Entscheidungsträger erreicht haben sondern nur eine Sekretärin, den
Empfang oder einen Kollegen etc. oder falls Sie die Person und/oder Kompetenz nicht
feststellen konnten.)

03 - Ansprechpartner weder jetzt noch später erreichbar, anderer passender
Gesprächspartner vorhanden

04 - Person ist nicht zuständig

05 - Vom Vorzimmer/der Rezeption/der Sekretärin verweigert - LEICHTE
VERWEIGERUNG

Kein Rückruf: -----

06 - Ansprechpartner während der Feldzeit nicht erreichbar, kein anderer Ansprechpartner
verfügbar

07 - Verweigert vom Ansprechpartner - STRIKTE VERWEIGERUNG

08 - Sprachbarriere

09 - Kann Name und Adresse des Entscheidungsträgers nicht ermitteln

10 - Unternehmen ist in Liquidation.

IF SC0=1

VORLESEN, WENN DER ANSPRECHPARTNER DEN SIE ERREICHEN EINE ANDERE PERSON ALS DIE ZUERST KONTAKTIERTE IST.:

Hallo/guten Tag/guten Abend, mein Name ist _____ und ich bin vom Marktforschungsinstitut SPECTRA.
Wir führen eine Meinungsumfrage im Namen der Europäischen Kommission unter Entscheidungsträgern in Unternehmen durch. Die Umfrage dauert ungefähr 10 Minuten.

(ALLEN VORLESEN)

SC1. Diese Studie ist Teil einer EU-weiten Untersuchung. Sie erhebt die Meinung von Entscheidungsträgern zu grenzüberschreitendem Handel mit Konsumenten und, mehr spezifisch, über die rechtlichen Bestimmungen zu Verträgen mit Endverbrauchern und ihre Rolle im grenzüberschreitenden Handel. Dieses Interview dauert ungefähr 10 Minuten. Alle Antworten werden natürlich streng vertraulich behandelt. Würden Sie mir bitte mit Ihren Antworten helfen?

01 - Stimmt zu, Befragung jetzt beginnen

02 - Stimmt zu, Befragung zu einem späteren Zeitpunkt

Rückruf:-----

03 - Ansprechpartner weder jetzt noch später erreichbar, anderer passender Gesprächspartner vorhanden

(KONTROLLE DES NAMENS)

04 - Person nicht zuständig für diese Themen (KONTROLLE DES NAMENS)

Kein Rückruf:-----

04 - Ansprechpartner während der Feldzeit nicht erreichbar, kein anderer Ansprechpartner verfügbar

05 - Verweigert vom Ansprechpartner

06 - Sprachbarriere

07 - Kann Name und Adresse des Entscheidungsträgers nicht ermitteln

08 - Unternehmen ist in Liquidation.

SC3. Welche Position haben Sie im Unternehmen?

1 - Geschäftsführer, Generaldirektor usw.

2 - Marketing Manager

3 - hauptsächlicher rechtlicher Berater

4 - anderer Entscheidungsträger mit Verantwortung im Vertrieb

Termin Bildschirm WENN DER GEEIGNETE ENTSCHEIDUNGSTRÄGER ERREICHT WURDE

Können Sie mir bitte die Telefonnummer geben, unter der ich Sie zurückrufen kann?

TELEFONNUMMER: _____

Könnten Sie mir bitte Ihren Namen nennen?: _____

Und welchen Titel haben Sie?: _____

Welche Zeit würden Sie für einen Rückruf bevorzugen? (JJMMTTSSMM
(Jahr/Monat/Tag/Stunde/Minute))

Vielen Dank für Ihre Hilfe. Wir werden wie vereinbart auf Sie zurückkommen.

INTRO FOR THE NEXT CALL BACK

Hallo/guten Tag/guten Abend, mein Name ist _____ und ich bin vom Marktforschungsinstitut SPECTRA.
Bei unserem letzten Telefonat haben Sie diesen Termin für einen Rückruf vorgeschlagen, damit wir die
Meinungsumfrage der Europäischen Kommission unter Entscheidungsträgern in Unternehmen
durchführen können. Können wir mit der Befragung beginnen?

1 - Ja

2- neuen Termin vereinbaren

Termin Bildschirm FALLS PASSENDE PERSON NICHT ERREICHT

Könnten Sie mir bitte den Namen der entsprechenden Person nennen?:

Und welchen Titel hat er/sie _____

Könnten Sie mir bitte die Telefonnummer geben, unter der ich ihn / sie zurückrufen kann?

TELEFONNUMMER: _____

Wann soll ich zurückrufen, um den Entscheidungsträger zu sprechen? (JJMMTTSSMM
(Jahr/Monat/Tag/Stunde/Minute))

DEMOGRAPHIE / SCREENER

D1. Lassen Sie mich mit ein paar allgemeinen Fragen zu Ihrem Unternehmen beginnen. Wie viele Beschäftigte hat Ihr Unternehmen?

- weniger als 10 0
- 10-49 1
- 50-249 2
- 250-499 3
- 500 und mehr 4
- [Weiß nicht / keine Antwort] 9

WENN WENIGER ALS 10, BEDANKEN UND BEENDEN

D2. Verkauft Ihr Unternehmen direkt an den Endverbraucher, also an private Haushalte?

- Ja 1
- Nein 2
- [Weiß nicht / keine Antwort] 9

WENN NICHT "JA" BEDANKEN UND BEENDEN

D3 Ihr Unternehmen ist: ...

(VORLESEN – NUR EINE ANTWORT ERLAUBT)

- ein unabhängiges Unternehmen 1
- die Muttergesellschaft einer multi-nationalen Gruppe 2
- ein Mitglied einer multi-nationalen Gruppe mit der Erlaubnis der Muttergesellschaft, an Konsumenten in anderen EU-Mitgliedsstaaten zu verkaufen 3
- ein Mitglied einer multi-nationalen Gruppe OHNE die Erlaubnis der Muttergesellschaft, an Konsumenten in anderen EU-Mitgliedsstaaten zu verkaufen 4
- [Weiß nicht / keine Antwort] 9

WENN Q1 = 4, BEDANKEN UND BEENDEN

D4. Einschließlich Österreich, in wie vielen EU-Ländern haben Sie Niederlassungen oder Einzelhandelsgeschäfte?

- EINTRAGEN: Länder (1 - 25)
- [Weiß nicht / keine Antwort] 99

D5. NICHT FRAGEN, WIRD AUS DATENBANK ÜBERNOMMEN
NACE Code der Hauptaktivität des Unternehmens

D6. NICHT FRAGEN, WIRD AUS DATENBANK ÜBERNOMMEN
NUTS Region des Unternehmens(NUTS 2 level)

HAUPTINTERVIEW

Q1. Nutzen Sie irgendeinen der folgenden Vertriebskanäle für den Einzelhandel?

(MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)

- Ja 1
- Nein 2
- [Weiß nicht / keine Antwort] 9

- a) e-Commerce / Internet 1 2 9
- b) Mailorder / Versand 1 2 9
- c) Telefonverkauf / Call-Center 1 2 9
- d) Verkauf über Vertreter beim Kunden zu Hause 1 2 9
- e) Direktverkauf im Einzelhandel (z.B. Geschäfte) 1 2 9

- NEW, 3 QU -

Q2. Einschließlich Österreich, in wie viele Länder vermarkten / verkaufen Sie aktiv an Endverbraucher?

(VORLESEN- NUR EINE ANTWORT ERLAUBT)

- EINTRAGEN Länder (1 - 25)
- [Weiß nicht / keine Antwort] 99

- 1 QU -

Q3. Können Sie abschätzen, welcher Prozentsatz Ihres gesamten Marketing- und Werbebudgets ausgegeben wird, um Konsumenten aus anderen EU-Ländern zum Kauf bei Ihnen zu bewegen? Unter "kaufen" verstehen wir entweder per Telefon, postalisch, durch e-Commerce, Besuche zu Hause oder sogar, dass die Endkunden nach Österreich kommen.

WENN D4 > 0

Können Sie abschätzen, welcher Prozentsatz Ihres gesamten Marketing- und Werbebudgets ausgegeben wird, um Endverbraucher aus anderen EU-Ländern, in denen Sie keine eigene Vertriebsstelle unterhalten, zum Kauf bei Ihnen zu bewegen? Unter "kaufen" verstehen wir entweder über das Telefon, postalisch, e-Commerce, Besuche zu Hause oder, dass die Endkunden sogar nach Österreich kommen.

-%
- [TRIFFT NICHT ZU] 998
- [Weiß nicht / keine Antwort] 999

- 1 QU -

FRAGEN, WENN Q1e) = 1

Q4. Von Ihren Einzelhandelsverkäufen in Geschäften, welcher Prozentsatz des Umsatzes wird schätzungsweise mit Kunden aus anderen EU-Ländern gemacht, die ihren Urlaub oder einen Einkaufstrip in Österreich verbringen?

-%
- [NICHT ZUTREFFEND - kein Einzelhandel über Geschäfte] 998
- [Weiß nicht / keine Antwort] 999

- 1 QU -

Q5. In wie vielen EU-Sprachen sind Sie augenblicklich in der Lage, mit Endkunden Geschäfte zu tätigen?

(VORLESEN– NUR EINE ANTWORT ERLAUBT)

- nur in deutscher Sprache 01
- EINTRAGEN: Sprachen (02 -98)
- [Weiß nicht / keine Antwort]..... 99

- 1 QU -

I GRENZÜBERSCHREITENDER VERTRIEB

Nach unserer Definition ist grenzüberschreitender Vertrieb der Verkauf über Telefon, per Post, über das Internet oder durch Vertreter beim Endkunden zu Hause, in einem anderen EU-Mitgliedsland als dem Land des Verkäufers. Der Ursprung des verkauften Produkts spielt dabei keine Rolle. Ausschlaggebend ist, dass der Endkunde zum Zeitpunkt des Geschäfts Bewohner eines anderen EU-Mitgliedslandes als der Verkäufer ist. Einkäufe in Geschäften durch Menschen aus anderen EU-Ländern, die sich im Urlaub befinden oder einen Shopping-Trip machen, gelten nicht als grenzüberschreitender Verkauf.

- 0,5 QU -

Q6. In wie viele EU-Länder verkaufen Sie zur Zeit grenzüberschreitend an Endverbraucher?

(VORLESEN- NUR EINE ANTWORT ERLAUBT)

- Ich verkaufe ausschließlich an Kunden in Österreich..... 00
- EINTRAGEN: Länder (01 - 24)
- [Weiß nicht / keine Antwort]..... 99

- 1 QU -

Q7. Würden Sie sagen, dass Internet und eCommerce den grenzüberschreitenden Vertrieb an Endverbraucher für Ihr Unternehmen interessanter gemacht haben?

- ja, viel interessanter 1
- ja, etwas interessanter 2
- hat keinen Einfluß 3
- nein, wurde weniger interessant..... 4
- [Weiß nicht / keine Antwort]..... 9

- 1 QU -

Q8-11 ROTIEREN

FRAGEN, WENN Q1 a) = 1 & (Q6 > 0 & Q6 < 99).

Q8. Von Ihren gesamten eCommerce- / Internet-Verkäufen, welcher Prozentsatz geht schätzungsweise an Endkunden, die in anderen EU-Ländern leben?

-%
- [TRIFFT NICHT ZU, kein Internet Verkauf]..... 998
- [Weiß nicht / keine Antwort]..... 999

- 1 QU -

FRAGEN, WENN Q1 b) ODER c) = 1 & (Q6 > 0 & Q6 < 99)

Q9. Welcher Prozentsatz Ihrer gesamten Mailorder- und Telefonverkäufe geht schätzungsweise an Endkunden, die in anderen EU-Ländern leben?

-%
- [NICHT ZUTREFFEND - keine Mailorder oder Telefonverkäufe]998
- [Weiß nicht / keine Antwort]..... 999

- 1 QU -

FRAGEN, WENN Q1 d) = 1 & (Q6 > 0 & Q6 < 99)

Q10. Von den gesamten Verkäufen, die IHRE VERKÄUFER bei Endkunden zu Hause tätigen, welcher Prozentsatz entfällt schätzungsweise auf Besuche bei Endkunden, die in anderen EU-Ländern leben?

-%
- [NICHT ZUTREFFEND - kein Vertrieb über Vertreter] 998
- [Weiß nicht / keine Antwort]..... 999

- 1 QU –

FRAGEN, WENN Q1 a) ODER b) OR c) ODER d) = 1 & (Q6 > 0 & Q6 < 99)

Q11. Nun einmal alles zusammengenommen, können Sie schätzen, welcher Prozentsatz Ihrer gesamten Verkäufe an Endkunden über Post, Telefon, eCommerce oder Besuch von Verkäufern beim Kunden zu Hause, grenzüberschreitende Verkäufe zu anderen EU-Ländern sind?

-%
- [NICHT ZUTREFFEND - kein Fernabsatz an Endkunden in anderen EU-Ländern]
..... 998
- [Weiß nicht / keine Antwort]..... 999

- 1 QU –

FRAGEN, WENN Q1 a) ODER b) ODER c) ODER d) = 1

Q12. Und können Sie schätzen, welcher Prozentsatz Ihrer gesamten Verkäufe an Endkunden über Telefon, Post, eCommerce oder Besuche zu Hause grenzüberschreitende Verkäufe in NICHTMITGLIEDSLÄNDER DER EU sind?

-%
- [TRIFFT NICHT ZU - kein Fernabsatz an Endkunden ausserhalb der EU] 998
- [Weiß nicht / keine Antwort]..... 999

- 1 QU –

II. HEMMNISSE FÜR DEN GRENZÜBERSCHREITENDEN HANDEL

Q13.

[WENN Q6=0 VORLESEN]

Sie haben vorhin gesagt, dass Sie ausschließlich an Kunden in Österreich verkaufen. Ich würde Sie gerne zu Ihrer Meinung über Probleme fragen, denen Sie sich als Unternehmer gegenüber sehen können, wenn Sie Ihre Produkte grenzüberschreitend vermarkten oder verkaufen würden.

[WENN Q6>1 UND Q6<99 VORLESEN]

Basierend auf Ihrer Erfahrung, wenn es um grenzüberschreitenden Vertrieb und Vermarktung geht, hätte ich gerne Ihre Meinung zur Wichtigkeit einiger rechtlicher Unterschiede beim Verbraucherschutz in der EU.

[ALLEN VORLESEN]

Wenn Sie an Konsumenten in anderen EU-Ländern über Telefon, Post, eCommerce oder Vertreterbesuche zu Hause verkaufen, müssen Sie bestimmten rechtlichen Vorschriften nachkommen, mit denen Endverbraucher Geschäfte im Land Ihres Kunden geregelt sind. Diese Vorschriften können vom österreichischen Recht abweichen und zusätzliche Kosten auslösen. Dies können Kosten für entsprechende rechtliche Beratung, Veränderungen der Marketing-Materialien oder Verträge sein oder, im Fall, dass Sie den rechtlichen Vorschriften nicht nachkommen, die Kosten für mögliche Rechtsstreitigkeiten.

Ich werde Ihnen nun einige dieser rechtlichen Unterschiede vorlesen. Wie bedeutend sind diese als Hindernis für den grenzüberschreitenden Vertrieb? Um Missverständnisse zu vermeiden, werde ich Ihnen zu jedem Faktor eine kurze Erklärung geben.

(VORLESEN – NUR EINE ANTWORT ERLAUBT – A-G ROTIEREN)

- Sehr bedeutendes Hindernis.....1
- Einigermassen bedeutendes Hindernis2
- Kein bedeutendes Hindernis3
- Überhaupt kein Hindernis4
- [Überhaupt kein Interesse an grenzüberschreitendem Verkauf] 8
- [Weiß nicht / keine Antwort]9

A – Unterschiede in der Dauer der Widerrufsfrist

..... 1 2 3 4 9

Wenn Produkte an einen Endverbraucher über Telefon, Post, eCommerce oder über Vertreter zu Hause verkauft werden, hat der Konsument das Recht, seine Meinung zu ändern und sich innerhalb einer gewisse Zeitspanne vom Kaufvertrag zurückzuziehen. Konsumenten in manchen Ländern haben mehr Zeit, die Ware an Sie zurückzuschicken als in anderen Ländern - von 7 Arbeitstagen bis zu 14 Kalendertagen.

B – Unterschiede bei den Informationen, die dem Konsumenten gegeben werden müssen

..... 1 2 3 4 9

Wenn Sie an Endverbraucher in anderen EU-Ländern über Telefon, Post, eCommerce oder Vertreterbesuche zu Hause verkaufen, müssen Sie dem Kunden bestimmte Informationen vor dem oder zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses geben. Der Inhalt (z.B. dass Sie immer Ihre Adresse angeben müssen), das Timing und das Format dieser Informationen können Änderungen erfordern, je nach Land des Kunden.

C – Unterschiede im Fall, dass es versäumt wurde, Informationen weiterzugeben

..... 1 2 3 4 9

Die Konsequenzen für den Fall, dass Sie es versäumen, den Informationspflichten nachzukommen, sind in der EU unterschiedlich geregelt. In einigen Ländern können die Verbraucher vertragliche Mittel haben, (z.B. können sie das Recht haben den Vertrag einseitig zu beenden) während sie in anderen EU-Ländern diese Rechte nicht haben.

D – Unterschiede in der Weise, wie Verbraucher ihr Recht auf Vertragswiderruf ausführen können

..... 1 2 3 4 9

In manchen Ländern können die Verbraucher wählen, auf welche Weise sie Ihnen Bescheid geben (z.B. durch eine email oder durch Rücksenden der Ware) wenn Sie den Vertrag widerrufen, während sie in anderen verpflichtet sind, einen bestimmten Weg zu verwenden, z.B. ein Einschreiben.

E– Unterschiede in der Behandlung der Kosten für den Rückversand

..... 1 2 3 4 9

Abhängig vom Land ist es Ihnen erlaubt, von den Kunden Gebühren für den Fall eines Vertragswiderrufs zu erheben (z.B. die Kosten für den Rückversand der Ware), in anderen nicht.

F – Unterschiede in der Definition von Lieferung

..... 1 2 3 4 9

Abhängig vom Land gilt eine Ware zu unterschiedlichen Zeitpunkten als an den Kunden geliefert (z.B. bei physischer Übergabe der Ware oder wenn sie ihm in Ihrem Unternehmen zur Verfügung gestellt wird). Diese Unterschiede können für Sie Konsequenzen in Bezug darauf bedeuten, wer die Kosten im Falle von Zerstörung oder Beschädigung der Ware trägt.

G – Unterschiede in den Mitgliedsländern in ihrer

Gesetzgebung in Bezug auf Güter, die nicht in Übereinstimmung mit dem Verbrauchervertrag sind

..... 1 2 3 4 9

Zum Beispiel haben Konsumenten in manchen EU-Ländern mehr Zeit als in anderen, um zu verlangen, dass Sie die Ware reparieren, ersetzen oder den Preis reduzieren, wenn die Ware nicht in Übereinstimmung mit dem Vertrag ist.

- 3.5 QU + 7 X 0,5 QU for the explanations: 8 QU –

Q14. Alles in allem, wie schätzen Sie die zusätzlichen Kosten für die Einhaltung unterschiedlicher nationaler Gesetzen ein, die bei grenzüberschreitendem Handel die Geschäfte mit Endverbrauchern in anderen EU-Ländern regulieren?

(VORLESEN– NUR EINE ANTWORT ERLAUBT)

- Sehr hoch 4
- eher hoch 3
- eher niedrig 2
- unwesentlich 1
- [Weiß nicht / keine Antwort]..... 9

- 1 QU –

Q15.

[WENN Q6=0

Nun hätte ich gerne Ihre Meinung zu einigen anderen Hindernissen, denen Sie als Unternehmer sich gegenüber sehen können, wenn Sie grenzüberschreitend in der EU vermarkten oder verkaufen.]

[WENN Q6 >=1

Basierend auf Ihren Erfahrungen mit grenzüberschreitendem Vermarkten und Verkaufen hätte ich gerne Ihre Ansicht zur Bedeutung einiger weiterer praxisnaher Hindernisse.

Bitte sagen Sie mir, wie bedeutend die folgenden Hindernisse für den grenzüberschreitenden Verkauf sind.

(VORLESEN– NUR EINE ANTWORT JE ZEILE)

- sehr bedeutend1
 - eher bedeutend2
 - eher unbedeutend3
 - völlig unbedeutend4
 - [Überhaupt kein Interesse an grenzüberschreitendem Verkauf] 8
 - [Weiß nicht / keine Antwort]9
- a) Zusatzkosten für die Einhaltung unterschiedlicher nationaler Steuervorschriften (Umsatzsteuer etc.)..... 1 2 3 4 9
- b) Zusatzkosten für die Befolgung unterschiedlicher nationaler Gesetzgebungen zur Regelung von Geschäften mit Endverbrauchern 1 2 3 4 9
- c) Zusatzkosten für grenzüberschreitende Lieferung 1 2 3 4 9
- d) Größere Schwierigkeiten für die Behandlung von Beschwerden und Konflikten im Ausland 1 2 3 4 9
- e) Höheres Risiko von Betrug und ausbleibender Zahlung im grenzüberschreitenden Handel 1 2 3 4 9
- f) Größere Schwierigkeiten, einen effizienten After-Sales-Service sicherzustellen 1 2 3 4 9
- g) Kosten, die aus Sprachunterschieden resultieren 1 2 3 4 9

- 4 QU –

III. MASSNAHMEN, UM GRENZÜBERSCHREITENDEN B2C HANDEL ZU ERLEICHTERN

Q16 Wenn die Regelungen zu den Gesetzen über Geschäfte mit Verbrauchern in allen 25 Mitgliedsstaaten der EU gleich wären, denken Sie, dass

(VORLESEN– NUR EINE ANTWORT JE ZEILE)

- stark zunehmen würde..... 4
- ein wenig zunehmen würde3
- ein wenig abnehmen würde2
- stark abnehmen würde1
- [unverändert bleiben würde].....8
- [Weiß nicht / keine Antwort]9

A. der Anteil Ihrer grenzüberschreitenden Verkäufe 1 2 3 4 9

B. der Anteil Ihrer Verkäufe über das Internet..... 1 2 3 4 9

C. der Anteil Ihres Marketing-Budgets für grenzüberschreitenden Handel .. 1 2 3 4 9

- 2 QU –

Q17 Für wie viele EU-Länder sind Sie vorbereitet, grenzüberschreitenden Handel mit Endverbrauchern zu treiben?

(VORLESEN– NUR EINE ANTWORT ERLAUBT)

- keines, ich bin nur für den Verkauf an Endkunden in Österreich vorbereitet..... 1
- ein Land 2
- zwei oder drei EU-Länder..... 3
- vier bis zehn EU-Länder..... 4
- mehr als 10 EU-Länder 5
- [Weiß nicht / keine Antwort]..... 9

- 1 QU –

Q18 Wissen Sie, wo Sie relevante Informationen über Regelungen zum Verbraucherschutz in anderen EU-Ländern finden können?

(VORLESEN – NUR EINE ANTWORT ERLAUBT)

- Ja 1
- Nein..... 2
- [Europäisches Verbraucherzentrum] 7
- [Euro Info Centre]..... 8
- [Weiß nicht / keine Antwort]..... 9

- 1QU –

Q19 Ich möchte Sie nun noch zu Streitigkeiten mit Verbrauchern in Österreich befragen, unabhängig davon, ob es um grenzüberschreitenden Handel oder normalen Verkauf geht. Haben Sie schon einmal sogenannte alternative Konfliktlösungsmöglichkeiten (z.B. Schiedsgericht, Ombudsmänner oder andere außergerichtliche Konfliktlösungsverfahren) genutzt um Streitigkeiten mit Endverbrauchern zu lösen?

(VORLESEN – NUR EINE ANTWORT ERLAUBT)

- Nein und ich kenne auch keine dieser Mechanismen 1

- Nein aber ich kenne solche außergerichtlichen
Konfliktlösungsmechanismen 2
- Ja und ich habe solche außergerichtlichen Konfliktlösungsmechanismen
schon genutzt 3
- Ja, ich nutze solche Mechanismen regelmäßig..... 4
- [Weiß nicht / keine Antwort]..... 9

- 1QU -