



http://

http://

http://

http://

http://



mysterysurfer.at



WEBSITE- & WEBSHOP-CHECK

Ergebnisse 2018

*Ergebnisse der Beratungsaktion
„Rechtliche Informationspflichten
für Websites & Webshops“*

WIFI Unternehmensservice
Wirtschaftskammer Österreich

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	2
Ergebnisse 2018 (Zusammenfassung)	4
E-Commerce in der D-A-CH Region (Exkurs)	5
Grundgesamtheit	7
Impressum	8
Datenschutzinformationen, Werbung, Promotion	9
Vertrags-, Liefer- und Rücktrittsbedingungen	10
Produktbeschreibung, Preisauszeichnung	11
Bestellvorgang, Zahlung	12
Literaturverweise	13
Impressum	14

Vorwort



Bundesministerium für
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort



Online Umsätze wuchsen von zuletzt 530 Milliarden € (2017) auf 603 Milliarden € (2018)

Laut „*European B2C E-Commerce Report 2018*“ nimmt das Wachstum der Internet-Durchdringung in Europa stetig zu, was nicht weiter verwunderlich ist. 2018 waren 83% der Menschen mit dem Internet verbunden. Nordeuropa ist dabei weiterhin führend, denn fast 95% der Bevölkerung hat in Ländern Zugang zum Internet.

Online-Einkäufe unterscheiden sich allerdings stark nach Region. Länder wie die Niederlande, Schweden oder das Vereinigte Königreich stellen Märkte dar, wo E-Commerce für Verbraucher zur Normalität gehört. Hingegen sind Länder wie Mazedonien, Rumänien und Montenegro, trotz einer relativ hohen Internetdurchdringung, im Bereich der online-Einkäufe Schlußlicht beim online Handel.

Betrachtet man die Ausgaben für online Einkäufe, so geben die meisten Menschen durchschnittlich zwischen 100 und 499 Euro aus. Bei den von Verbrauchern am häufigsten gewählten Warengruppe stehen Bekleidung und Sportartikel ganz oben auf der Liste, dicht gefolgt von Medien- und Computersoftware sowie Reiseangeboten und Urlaubsunterkünften.

2017 entschieden sich 38% aller EU-Verbraucher grenzüberschreitend online einzukaufen, allerdings entschied sich die Hälfte der online Käufer für einen Einkauf bei einem Anbieter im eigenen Land. E-Commerce soll den Transport von Waren und Dienstleistungen über Grenzen erleichtern, doch nicht alle Länder verfügen über grenzüberschreitenden E-Commerce auf selbem Niveau.

Trotz aller Bemühungen der online Händler die Konversionsrate durch Optimierung der Website oder des Webshops zu erhöhen, bleiben meist rechtliche Aspekte unbeachtet, wie Anbieteridentifizierung, Informationen zum Datenschutz, Geschäfts-, Liefer- und Zahlungsbedingungen, u.v.a.m., deren Einhaltung und Umsetzung bei Websites bzw. Webshops nicht nur eine „lästige Pflicht“, sondern ein wesentliches Element zur Bildung und Festigung von Kundenvertrauen darstellen.

Dies wird ebenfalls durch EU-weite Studien belegt, in denen online-Konsumenten die wichtigsten Hemmfaktoren für den online Kauf nennen, wie:

- sprachliche und logistische Barrieren;
- oft ungenügende Produkt- und Leistungsbeschreibung;
- mangelnde Benutzerfreundlichkeit beim Shop selbst oder den angebotenen Zahlungssystemen;
- ungenügende Kontaktinformationen (Impressum);
- mangelhafte Datenschutzinformationen sowie
- ungenügende Informationen über die rechtlichen Rahmenbedingungen des Onlinekaufs (z.B. AGB, Liefer- und Zahlungsbedingungen).

Die Wirtschaftskammern Österreichs haben bereits 2005 auf die Übernahme der Europäischen E-Commerce Richtlinie in nationales österreichisches Recht reagiert.

Mit den etwa 2.300 geförderten WEBSITE- und WEBSHOP-CHECKS wurde in den Jahren 2005 bis 2018 ein wichtiger Beitrag zur Unterstützung von EPU und KMU im Bereich „Internet und Recht“ geleistet

Der WEBSITE-CHECK richtet sich seit 2005 an alle Unternehmen, die ihre Website ausschließlich zur Präsentation ihrer Produkte und Leistungen benutzen aber nicht online verkaufen. Für diese Websites gelten die gesetzlichen Informationspflichten im Bereich des „Impressum“ sowie der „Datenschutzerklärung“.

Der WEBSHOP-CHECK wurde 2010 in das Förderprogramm aufgenommen, mit dem Ziel den steigenden Wachstumsraten im online Handel Rechnung zu tragen.

Für den online Handel gelten, neben den grundlegenden Informationspflichten (WEBSITE-CHECK), eine Reihe weiterer Bestimmungen und Anforderungen im Bereich des Konsumentenschutzes, der Preisauszeichnung, der Zahlungssysteme, u.v.a.m.

Der WEBSHOP-CHECK ersetzt freilich nicht die Zertifizierung durch entsprechende Gütesiegel für den online Handel, bietet aber vor allem kleineren Webshops eine solide Basis zur Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen.

Für die Entwicklung beider Beratungsprodukte wurde großes Augenmerk auf die Notwendigkeit einer standardisierten Auswertung gelegt, demnach erfolgt die Abwicklung beider Checks online auf der Grundlage einheitlicher Checklisten.

Teilnehmer am WEBSITE- & WEBSHOP-CHECK erhalten rasch umsetzbare Unterstützung sowie die Garantie auf ein ständig aktualisiertes Beratungsprodukt. Denn, unabhängig von den rein rechtlichen Konsequenzen, mündet die mangelnde oder fehlende Umsetzung der gesetzlichen Informationspflichten im Verlust von Kundenvertrauen sowie in sinkende Umsätze.

Die übersichtliche Gestaltung der Checklisten ermöglicht allen Teilnehmern die sofortige Ergänzung der fehlenden Kriterien auf der eigenen Website, da nicht nur auf das Fehlen eines bestimmten Punktes der gesetzlichen Informationspflichten hingewiesen wird, sondern auch entsprechende adaptierbare Formulierungsbeispiele bzw. Mustertexte zur Verfügung gestellt werden. Bei jedem einzelnen Punkt der Informationspflichten wird zudem auf die entsprechende gesetzliche Norm Bezug genommen.

Dieser innovative Beratungsansatz hat außerdem die Auswertung sämtlicher, anonymisierter Ergebnisse aus den Checklisten seit 2005 und die Ableitung weiterer Unterstützungsmaßnahmen durch individuell geförderte Beratungen ermöglicht.

Die Kriterien von WEBSITE- & WEBSHOP-CHECK werden von der Wirtschaftskammer Österreich in Zusammenarbeit mit den Projektpartnern **mysterysurfer**[®] und „E-Commerce-Gütezeichen | Euro Label“ abgestimmt und laufend an die entsprechenden Gesetzesnovellen auf österreichischer und europäischer Ebene angepasst. Bei der Überprüfung werden speziell geschulte Berater aus dem Expertenpool der Wirtschaftskammer Österreich eingesetzt.

Ergebnisse 2018 und Kernaussagen



Mag. Michael Scarimbolo, CMC
Projektleiter **mysterysurfer®**

2018 war ganz klar das Jahr der „DSGVO“ (Datenschutzgrundverordnung). Die eher lange Frist zwischen Inkrafttreten (25.02.2016) auf EU-Ebene bis Ende der Umsetzungsfrist (25.05.2018) in den Mitgliedsstaaten hat wohl zu einem eher zögerlichen Umgang mit dem neuen Regelwerk geführt.

Dies zeigen sowohl der Hochbetrieb beim Website- und Webshop-Check gegen Jahresende 2018 bzw. die entsprechend schlechten Umsetzungsergebnisse (s.u.).

Im Dezember 2018 ist zudem die EU-Geoblocking-Verordnung in Kraft getreten, womit 2019 ebenfalls ein spannendes Jahr in Sachen Informationspflichten zu werden verspricht...

Die Umsetzung der gesetzlichen Informationspflichten für Websites und Webshops werden in einem mehrstufigen, standardisierten Check für folgende Bereiche untersucht:

- (1) *Impressum (Anbieteridentifizierung)*
- (2) *Informationen zum Datenschutz*
- (3) *Vertrags-, Rücktritts und Lieferbedingungen*
- (4) *Produkt- und Leistungsbeschreibung, Preisauszeichnung*
- (5) *Bestellvorgang und Zahlungsmöglichkeiten*

Die Bereiche (1) und (2) werden für sämtliche Internetpräsenzen (Web-Site und Web-Shop) überprüft, während die Check-Kriterien der Bereiche (3) bis (5) nur bei Web-Shops zur Anwendung kommen.

Grundgesamtheit

2018 wurde der **mysterysurfer®** Website- und Webshop-Check in **Wien, Niederösterreich, Vorarlberg** und in der **Steiermark** mit Förderung von Wirtschaftskammerorganisationen und vom Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort angeboten.

Im Rahmen der Beratungsaktion wurden **116 Web-Sites** (*Wien: 48, Niederösterreich: 44, Steiermark: 13, Vorarlberg: 11*) sowie **65 Web-Shops** (*Wien: 17, Niederösterreich: 18, Steiermark: 15, Vorarlberg: 15*) überprüft.

Impressum

20% der Websites bzw. Webshops haben **alle** gesetzlich erforderlichen **Informationen** für eine **vollständige Anbieteridentifizierung** („Impressum“) erfüllt.

Datenschutz

Nur **3%** der Websites und Webshops haben die geltenden **Datenschutzbestimmungen** umgesetzt.

Vertragsbedingung Rücktrittsbedingungen

Für die gesetzeskonforme Darstellung sämtlicher **Vertrags-, Liefer- und Rücktrittsbedingungen** konnte ein Wert von **14%** der untersuchten Webshops ermittelt werden.

Produkt- und Leistungsbeschreibung, Preisauszeichnung

Die Kriterien im Bereich **Beschreibung von angebotenen Produkten bzw. Leistungen**, gesetzeskonforme **Preisauszeichnung** sowie Angabe von **Garantie- bzw. Gewährleistungsbedingungen** wurden bei **64%** der untersuchten Webshops vollständig umgesetzt.

Bestellvorgang, Zahlungsmöglichkeiten

Informationen zum **Bestellvorgang**, also die **Darstellung des Warenkorb**es samt **Korrektur-, Druck- und Stornomöglichkeiten** sowie die rechtsverbindliche **Annahme der Geschäftsbedingungen** bzw. entsprechende **Sicherheit der angebotenen Zahlungssysteme** wurden bei **38%** der Webshops vollständig umgesetzt.

E-Commerce in der D-A-CH Region



In den Studien „E-Commerce-Markt Deutschland (2018) sowie Österreich, Schweiz (2017)“ wurden vom EHI Retail Institute die jeweils 1.000 (D) bzw. 250 (A-CH) größten Onlineshops für physische und digitale Güter analysiert

E-Commerce-Markt Deutschland 2018

Der Gesamtumsatz der Top-1.000-Onlineshops in Deutschland liegt bei 42,8 Mrd. Euro. Das ist ein Wachstum von etwa 8,1 Prozent gegenüber 2017. Berücksichtigt wurde nur das B2C-Geschäft mit physischen Gütern ohne Marktplätze. In den letzten acht Jahren ergibt sich eine Verdopplung des E-Commerce-Umsatzes.

Die **Marktkonzentration** ist im Vergleich zu 2017 leicht gestiegen. Die zehn umsatzstärksten Händler erwirtschafteten zusammen allein 17,2 Mrd. Euro, was 40,3 Prozent des Gesamtumsatzes entspricht. Die Top 100 erzielten 30,5 Mrd. Euro, das sind 71,3 Prozent der gesamten Top-1.000-Onlineshops.

Dynamik findet eher im hinteren Bereich des Rankings statt: Von den 127 neuen Onlineshops in den Top 1.000 haben es nur 19 unter die Top 500 geschafft. Auf den hinteren 500 Plätzen des Rankings gibt es durchschnittlich kaum noch Wachstum, tendenziell haben die Onlineshops auf den hintersten Rängen sogar mit Umsatzrückgängen zu kämpfen.

Die **Generalisten** bleiben im Branchenvergleich mit einem Umsatz von 15,9 Mrd. Euro und einem Anteil von 37,2 Prozent am Gesamtumsatz das **umsatzstärkste Segment**. 6,8 Mrd. Euro und 16,0 Prozent des Gesamtumsatzes entfallen auf Onlineshops mit dem Hauptsegment **Bekleidung**.

Onlineshops mit Produkten der **Unterhaltungselektronik** erreichen 6,4 Mrd. Euro Umsatz und 15,0 Prozent Anteil. Shops aus allen anderen Hauptproduktsegmenten kommen nur auf mittlere bis niedrige einstellige Umsatzanteile.

Mobile Websites oder **Apps** sind für Onlineshops mittlerweile **Standard**. Damit ist **Mobile** der am stärksten verbreitete **zusätzliche Vertriebskanal** und liegt deutlich vor stationären Ladengeschäften im Inland, die von 55,0 Prozent der Shops betrieben werden.

Jeder zweite Onlineshop im Ranking (48,9 %) ist mit seinem Geschäft online gestartet - und die meisten bleiben auch dabei. Nur 12,9 Prozent von ihnen setzen mittlerweile auch auf stationäre Stores.

Der Einsatz von **sozialen Medien** ist bei den Onlineshops weiterhin beliebt - allerdings haben fast alle untersuchten Netzwerke Rückgänge in der Verbreitung unter den Top 1.000 zu verzeichnen.

So bleibt Facebook nach jahrelanger Zunahme erstmals unter den Vorjahreswerten, der Wert ging von 95,1 Prozent Verbreitung auf 91,6 Prozent zurück. Das einzige Netzwerk mit einem Zugewinn an Verbreitung ist Instagram, das sich von 64,0 auf 70,4 Prozent steigern konnte.



Weitere Informationen:
 EHI Retail Institute
 Spichernstraße 55
 50672 Köln
 info@ehi.org
 www.ehi.org

E-Commerce-Markt Schweiz 2017

Der **Gesamtumsatz (B2C)** der Top-250-Onlineshops in der Schweiz liegt bei 7,0 Mrd. CHF. Das entspricht einem Wachstum von 5,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Die **Marktkonzentration** ist im Vergleich zum Vorjahr leicht gestiegen. Die 10 umsatzstärksten Händler erwirtschaften zusammen 3,2 Mrd. CHF, was 46,2 Prozent des Gesamtumsatzes entspricht. Die Top 50 erzielen 4,9 Mrd. Euro, das sind 70,3 Prozent der gesamten Top-250-Onlineshops. Das Wachstum findet sich wiederum nur bei den Top-10-Shops. Sowohl der Umsatz der Onlineshops auf den Plätzen 11 bis 100 als auch 101 bis 250 stagniert im Vergleich zum Vorjahr.

Die **Generalisten** bleiben im Branchenvergleich mit einem Umsatz von 2,1 Mrd. CHF und einem Anteil von 30,6 Prozent am Gesamtumsatz **umsatzstärkstes Segment**. 1,4 Mrd. CHF und 20,1 Prozent des Gesamtumsatzes entfallen auf Onlineshops mit dem Hauptsegment **Unterhaltungselektronik**. Onlineshops mit Produkten des Bereichs **Bekleidung** erreichen 1,2 Mrd. CHF Umsatz und 16,7 Prozent Anteil. Shops aus allen anderen Hauptproduktsegmenten kommen nur auf mittlere bis niedrige einstellige Umsatzanteile.

E-Commerce-Markt Österreich 2017

Der **Gesamtumsatz (B2C)** der Top-250-Onlineshops in Österreich beläuft sich im Geschäftsjahr 2017 auf 2,7 Mrd. Euro. Das entspricht einem Wachstum von 9,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Dabei ist die **Marktkonzentration** noch einmal gestiegen: 1,4 Mrd. Euro werden allein von den 10 größten Onlineshops erwirtschaftet - im Vergleich zum Gesamtumsatz von rund 2,7 Mrd. Euro, das ist ein Anteil von 51,1 Prozent.

Große **Dynamik** gibt es im österreichischen E-Commerce vor allem durch viele Newcomer im Ranking. Insgesamt 60 Shops haben es neu unter die Top-250-Onlineshops geschafft, darunter 8 Shops mit direktem Sprung in die Top 100. Schlechter bestellt ist es um jene Onlineshops, die schon im Vorjahr im Ranking waren und nun auf den Plätzen 151 bis 250 stehen: Diese verlieren im Durchschnitt zweistellig an Umsatz. Wachstum findet sich vor allem bei den Shops in der Spitze des Rankings - sie wachsen durchschnittlich zweistellig.

Mit 42,1 Prozent stehen die **Generalisten** für fast die Hälfte des Gesamtumsatzes, in Summe erzielen sie mehr als 1,1 Mrd. Euro Umsatz.

Im Branchenvergleich führen sie damit deutlich vor den Shops aus den Segmenten **Bekleidung**, die 533,3 Mio. Euro Umsatz und damit 19,6 Prozent des Gesamtumsatzes erwirtschaften, und **Unterhaltungselektronik**, die zusammen auf 471,6 Mio. Euro Umsatz kommen und damit bei 17,3 Prozent Umsatzanteil liegen.

Website- & Webshop-Check: Grundgesamtheit | 2005 – 2018

Auf den folgenden Seiten werden die Detailergebnisse für die einzelnen Bereiche der Überprüfung auf Grundlage der eingesetzten Checklisten für den WEBSITE bzw. WEBSHOP CHECK dargestellt. Die Darstellung erfolgt in Prozent der überprüften Websites im Jahresvergleich 2005 bis 2017 ⁽³⁾.

Grundgesamtheit	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Website-Check⁽¹⁾														
Wien	244	103	46	80	109	197	63	45	36	46	26	27	40	48
Niederösterreich	■	■	■	■	■	■	■	■	62	65	25	37	29	44
Steiermark	■	■	■	■	■	■	■	■	■	14	3	2	9	13
Vorarlberg	■	■	■	■	■	■	■	■	■	79	12	1	3	11
1011	244	103	46	80	109	197	63	45	98	204	66	67	81	116
Webshop-Check⁽²⁾														
Wien	■	■	■	■	■	7	34	19	24	93	26	28	22	17
Niederösterreich	■	■	■	■	■	■	■	■	45	62	26	23	16	18
Steiermark	■	■	■	■	■	■	■	■	■	24	8	13	44	15
Vorarlberg	■	■	■	■	■	■	■	■	■	54	9	11	8	15
431	0	0	0	0	0	7	34	19	69	233	69	75	90	65
1442	244	103	46	80	109	204	97	64	167	437	135	142	171	181

(1) Die Ergebnisse für die Bereiche „Impressum“ und „Datenschutz“ werden seit 2005 für sämtliche Websites erhoben (Website-Check).

(2) Seit 2010 wird eine zusätzliche und entsprechend der jeweiligen Gesetzeslage laufend aktualisierte Checkliste für Webshops eingesetzt (Webshop-Check).

(3) Durch die verspätete Weitergabe der Daten für den Website- & Webshop-Check im Rahmen des Förderprogramms der WK Steiermark, wurden die Ergebnisse im Jahr 2017 rückwirkend für die Jahre 2014 bis 2016 neu errechnet. Dies erklärt die Abweichungen im Bereich von Grundgesamtheit und Ergebnissen im Gegensatz zu den bisher veröffentlichten Berichten.

■ In diesem Zeitraum gab es für die entsprechenden Bundesländer kein Förderprogramm für den Website- oder Webshop-Check, demnach wurden keine Daten erhoben.

Website-Check: Detailergebnisse (2014 – 2018) | „Impressum“

Die geltende Rechtslage sieht umfangreiche Informationspflichten im Sinne eines „Impressum“ zur Darstellung der Identität von Website- und Webshop-Betreibern. Ziel der Anbieteridentifizierung ist es, durch Informations- und Offenlegungspflichten die fehlende persönliche Kenntnis des Vertragspartners auszugleichen.

ID	Impressum - Anbieteridentifizierung	2014	2015	2016	2017	2018
A01	Nicht prot. Unternehmen: Vollständiger Name Prot. Unternehmen: Firma lt. Firmenbuch	91%	93%	96%	94%	97%
A02	Nicht prot. Unternehmen: Standort der Gewerbeberechtigung Prot. Unternehmen: Unternehmenssitz lt. Firmenbuch	95%	97%	98%	97%	96%
A03	Prot. Unternehmen: Rechtsform lt. Firmenbuch	92%	97%	98%	95%	96%
A04	Prot. Unternehmen: Firmenbuchnummer lt. Firmenbuch	84%	87%	85%	81%	84%
A05	Prot. Unternehmen: Firmenbuchgericht lt. Firmenbuch	70%	74%	80%	76%	79%
A06	Gesellschaften: Vertretungsbefugte Organe (z.B. Geschäftsführer, Vorstandsmitglieder, etc.)	50%	63%	62%	44%	90%
A07	Gesellschaften: Direkt oder indirekt beteiligte Personen, Gesellschaften, Stiftungen, Vereine, etc. sowie entsprechende Beteiligungsverhältnisse	7%	17%	23%	18%	38%
A08	Kontaktmöglichkeit: E-Mail und/oder Telefon und/oder Fax	95%	96%	95%	97%	94%
A09	Blattlinie: Grundlegende Richtung des Mediums	24%	25%	34%	18%	78%
A10	Unternehmensgegenstand	64%	60%	62%	64%	77%
A11	Mitgliedschaft(en) bei (Wirtschafts-)Kammerorganisationen	48%	54%	57%	56%	53%
A12	Gewerbebehörde (bzw. weitere Aufsichtsbehörden)	38%	48%	46%	47%	44%
A13	Anwendbare gewerbe- oder berufsrechtliche Vorschriften	18%	34%	28%	28%	32%
A14	Zugang zu gewerbe- oder berufsrechtlichen Vorschriften	13%	30%	27%	30%	31%
A15	UID-Nummer bzw. Hinweis auf USt.-Befreiung	79%	77%	80%	71%	74%
A16	Link zu Eintrag im Firmen A-Z, wko.at vorhanden	28%	28%	24%	28%	21%
Alle Kriterien erfüllt (in % der überprüften Website/Webshops)		4%	11%	10%	5%	20%

Website-Check: Detailergebnisse (2014 – 2018) | „Datenschutzinformationen“, „Werbung, Promotion“

Betreiber von Websites und Webshops sind verpflichtet Informationen darüber zu geben, welche personenbezogenen Daten für welche Zwecke bei ihnen gespeichert werden und an wen diese allenfalls übermittelt werden. In gleicher Weise ist darüber zu informieren, wie Benutzer Auskünfte über die sie betreffenden Daten erhalten und wie diese gelöscht bzw. geändert werden können. Die Übermittlung von personenbezogenen Daten an Dritte darf nicht erfolgen, es sei denn dies ist für die Abwicklung des konkreten Vertrages unbedingt erforderlich.

ID	Datenschutzinformationen	2014	2015	2016	2017	2018
B01	Angabe des Verantwortlichen für die Verarbeitung personenbezogener Daten	–	–	–	–	39%
B02	Angabe zu Kategorien personenbezogener Daten, die verarbeitet werden	30%	32%	38%	36%	46%
B03	Angabe der Zwecke, für die personenbezogenen Daten verarbeitet werden	–	–	–	–	63%
B04	Angabe der Rechtsgrundlage für die Verarbeitung personenbezogener Daten	–	–	–	–	49%
B05	Hinweis zu den Rechten der Betroffenen	29%	39%	41%	38%	51%
B06	Hinweis auf die Dauer der Speicherung personenbezogener Daten	–	–	–	–	46%
B07	Hinweis auf das Bestehen eines Beschwerderechts, Angabe der Beschwerdestelle	–	–	–	–	33%
B08	Integrität, Vertraulichkeit bei Erhebung, Verarbeitung personenbezogener Daten	–	–	–	–	96%
Alle Kriterien erfüllt (in % der überprüften Website/Webshops)		22%	30%	35%	27%	3%

Betreiber von Websites und Webshops haben dafür zu sorgen, dass Werbung oder andere kommerzielle Kommunikation, die Bestandteil des Webauftrittes ist, klar und eindeutig als solche erkennbar ist (räumliche oder optische Trennung oder verbale Kennzeichnung).

ID	Werbung, Promotion	2014	2015	2016	2017	2018
C01	Werbung auf der Website klar erkennbar	76%	91%	100%	93%	98%
C02	Preisausschreiben bzw. Gewinnspiele klar erkennbar	78%	100%	96%	100%	100%

Webshop-Check: Detailergebnisse (2014 – 2018) „Vertrags-, Liefer- und Rücktrittsbedingungen“

Betreiber von Webshops sollten im eigenen Interesse klare, leicht zugängliche und ständig abrufbare Vertragsbedingungen für den Verkauf von Produkten bzw. die Erbringung von Dienstleistungen unter Angabe des Datums der letzten Aktualisierung bereitstellen. Lieferbedingungen und Lieferfrist müssen vor Abgabe der Bestellung und in der Bestellbestätigung angegeben werden.

ID	Vertrags-, Liefer- und Rücktrittsbedingungen	2014	2015	2016	2017	2018
D01	AGB sind online verfügbar	87%	91%	91%	92%	91%
D02	Datum der Aktualisierung der AGB angegeben	33%	33%	33%	44%	50%
D03	Vertragssprache wird angegeben	32%	47%	62%	42%	44%
D04	Angaben über den Kundendienst vorhanden	54%	63%	70%	66%	73%
D05	Lieferbedingungen vorhanden	75%	76%	87%	76%	83%
D06	Angabe der Lieferfrist vor Abgabe der Bestellung vorhanden	65%	72%	80%	68%	80%
D07	Information über die Gefahrtragung bei Lieferung vorhanden	24%	42%	36%	57%	59%
D08	Hinweis auf Rücktrittsrecht vor Vertragsabschluß vorhanden	80%	81%	91%	91%	78%
D09	Muster-Widerrufsbelehrung vorhanden	40%	59%	73%	80%	75%
D10	Hinweis auf Kosten der Rücksendung bei Rücktritt vorhanden	82%	77%	85%	87%	72%
D11	Hinweis zur alternativen Streitbeilegung vorhanden	—	—	30%	26%	38%
D12	Link zur ODR Plattform der EU vorhanden	—	—	33%	41%	47%
Alle Kriterien erfüllt (in % der überprüften Webshops)		3%	10%	21%	14%	14%

— Daten zum Zeitpunkt des Checks nicht überprüft, da auf Grund der jeweils aktuellen Gesetzeslage nicht erforderlich bzw. geändert/novelliert bzw. keine entsprechende Detailauswertung für diesen Zeitraum verfügbar.

Webshop-Check: Detailergebnisse (2014 – 2018) „Produktbeschreibung, Preisauszeichnung“

Betreiber von Webshops müssen Verbraucher Leistungsmerkmale und genaue Beschreibung bzw. Darstellung der angebotenen Produkte und Dienstleistungen sowie die Gewährleistungs- und gegebenenfalls, die produktspezifischen Garantiebedingungen in klarer, leicht zugänglicher und ständig abrufbarer Form vor Abgabe der Bestellung zur Verfügung stellen. Das Preisauszeichnungsgesetz (PrAG) regelt die Auszeichnung der Verkaufspreise von Sachgütern, sofern diese gewerbsmäßig angeboten werden bzw. die Auszeichnung der Preise von Leistungen, deren Anbieter der Gewerbeordnung unterliegen, jedoch immer nur an Verbraucher im Sinne des Konsumentenschutzgesetzes (KSchG). Findet ein Vertragsschluss mit Endverbrauchern im Internet statt, so müssen diese rechtzeitig vor Vertragsabschluss über den Preis der Ware einschl. aller Steuern informiert werden, d.h. es gilt das PrAG einschließlich der Grundpreisauszeichnung.

ID	Produktbeschreibung, Preisauszeichnung	2014	2015	2016	2017	2018
E01	Beschreibung & Merkmale der Produkte bzw. Leistungen vorhanden	96%	96%	98%	98%	98%
E02	Angabe der Funktionsweise für digitale Inhalte	46%	60%	69%	50%	50%
E03	Angabe erforderlicher Hard- und Software für digitale Inhalte	30%	25%	60%	50%	50%
E04	Für unbefristete Verträge Angabe der Gesamtkosten	33%	100%	75%	—	—
E05	Angabe über Mindestvertragslaufzeit und Kündigungsbedingungen für unbefristete Verträge	50%	100%	75%	—	—
E06	Hinweis auf Gewährleistungsbedingungen vorhanden	58%	65%	73%	69%	67%
E07	Verrechnungswährung angegeben	94%	97%	99%	94%	98%
E08	Angabe des Gesamtpreises einschl. Steuern und Abgaben vorhanden	91%	89%	96%	93%	98%
E09	Versandkosten werden vor der Bestellung angegeben	90%	96%	95%	94%	93%
Alle Kriterien erfüllt (in % der überprüften Webshops)		50%	57%	62%	64%	64%

— Daten zum Zeitpunkt des Checks nicht überprüft, da auf Grund der jeweils aktuellen Gesetzeslage nicht erforderlich bzw. geändert/novelliert bzw. keine entsprechende Detailauswertung für diesen Zeitraum verfügbar.

Webshop-Check: Detailergebnisse (2014 – 2018) „Bestellvorgang, Zahlung“

Vor Abgabe der Bestellung erhält der Besteller eine übersichtliche speicher- und ausdrucksfähige Darstellung der Bestellung, die es ermöglicht, allfällige Eingabefehler zu erkennen und sofort zu korrigieren sowie die Bestellung noch zu ändern bzw. abzubrechen. Betreiber von Webshops haben dafür zu sorgen, dass der Verbraucher bei der Bestellung ausdrücklich bestätigt, dass die Bestellung mit einer Zahlungsverpflichtung verbunden ist. Ist für den Bestellvorgang die Aktivierung einer Schaltfläche erforderlich, muss die Schaltfläche gut lesbar sowie ausschließlich mit den Worten „zahlungspflichtig bestellen“ bzw. einer gleichartigen, eindeutigen Formulierung gekennzeichnet sein, die den Verbraucher darauf hinweist, dass die Bestellung mit einer Zahlungsverpflichtung gegenüber dem Unternehmer verbunden ist.

ID	Bestellvorgang, Zahlung	2014	2015	2016	2017	2018
F01	Übersicht der Bestellung (Warenkorb) kann vor Finalisierung korrigiert, gedruckt und gespeichert werden	86%	84%	87%	82%	95%
F02	Lesebestätigung für AGB vorhanden	74%	86%	81%	80%	70%
F03	Zusammenf. Information oberhalb Bestell-Schaltfläche vorhanden	75%	89%	91%	94%	95%
F04	Bestell-Schaltfläche "Kaufen" vorhanden	38%	58%	75%	76%	77%
F05	Newsletter-Einwilligung: Checkbox vorhanden und nicht vorselektiert	—	—	—	—	58%
F06	Verzicht auf Rücktrittsrecht bei Lieferung von Dienstleistungen vorhanden	38%	33%	100%	—	—
F07	Verzicht auf Rücktrittsrecht bei Lieferung von digitalen Inhalten vorhanden	25%	100%	100%	100%	50%
F08	Informationen über Zahlungsbedingungen bzw. akzeptierte Zahlungsmittel vorhanden	93%	92%	98%	94%	97%
F09	Bei online Zahlungsmöglichkeit ist die angemessene Sicherheit und Übertragungsverschlüsselung (SSL) gewährleistet	89%	89%	95%	89%	94%
Alle Kriterien erfüllt (in % der überprüften Webshops)		42%	48%	56%	56%	38%

— Daten zum Zeitpunkt des Checks nicht verfügbar bzw. überprüft, da auf Grund der jeweils aktuellen Gesetzeslage nicht erforderlich bzw. geändert/novelliert bzw. keine entsprechende Detailauswertung für diesen Zeitraum verfügbar.

Literaturverweise

EU-Richtlinien, österreichische Gesetze

Datenschutz-Anpassungsgesetz 2018: Bundesgesetz, mit dem das Datenschutzgesetz 2000 geändert wird, BGBl. I Nr. 120/2017

Alternative-Streitbeilegung-Gesetz (AStG): Bundesgesetz über alternative Streitbeilegung in Verbraucherangelegenheiten, StF: BGBl. I Nr. 105/2015

Verbraucherrechte-Richtlinie-Umsetzungsgesetz (VRUG): Bundesgesetz, mit dem das Allgemeine Bürgerliche Gesetzbuch, das Konsumentenschutzgesetz und das Verbraucherbehörden-Kooperationsgesetz geändert werden und ein Bundesgesetz über Fernabsatz- und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge (Fern und Auswärtsgeschäfte-Gesetz - FAGG) erlassen wird, BGBl. I Nr. 33/2014

Verordnung 2013/524/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 21. Mai 2013 über die Online-Beilegung verbraucherrechtlicher Streitigkeiten und zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 und der Richtlinie 2009/22/EG (Verordnung über Online-Streitbeilegung in Verbraucherangelegenheiten).

Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 über die Rechte der Verbraucher, zur Abänderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates und der Richtlinie 1999/44/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie zur Aufhebung der Richtlinie 85/577/EWG des Rates und der Richtlinie 97/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates

Richtlinie 2013/11/EU und Verordnung 524/2013/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 21. Mai 2013 über die alternative Beilegung verbraucherrechtlicher Streitigkeiten und zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 und der Richtlinie 2009/22/EG (Richtlinie über alternative Streitbeilegung in Verbraucherangelegenheiten)

E-Commerce Gesetz (ECG): Bundesgesetz, mit dem bestimmte rechtliche Aspekte des elektronischen Geschäfts- und Rechtsverkehrs geregelt (E-Commerce-Gesetz - ECG) und das Signaturgesetz sowie die Zivilprozessordnung geändert werden, StF: BGBl. I Nr. 152/2001

Gewerbeordnung (GewO): Gewerbeordnung 1994 - (GewO 1994), StF: BGBl. Nr. 194/1994

Unternehmensgesetzbuch (UGB): Bundesgesetz über besondere zivilrechtliche Vorschriften für Unternehmen (Unternehmensgesetzbuch - UGB), StF: dRGBL. S 219/1897

Mediengesetz (MedienG): Bundesgesetz über die Presse und andere publizistische Medien (Mediengesetz -MedienG), StF: BGBl. Nr. 314/1981

Datenschutzgesetz (DSG): Bundesgesetz über den Schutz personenbezogener Daten (Datenschutzgesetz 2000 -DSG 2000), StF: BGBl. I Nr. 165/1999

Telekommunikationsgesetz (TKG): Bundesgesetz, mit dem ein Telekommunikationsgesetz erlassen wird (Telekommunikationsgesetz 2003 - TKG 2003), StF: BGBl. I Nr. 70/2003

Konsumentenschutzgesetz (KSchG): Bundesgesetz, mit dem Bestimmungen zum Schutz der Verbraucher getroffen werden (Konsumentenschutzgesetz - KSchG), StF: BGBl. Nr. 140/1979

Preisauszeichnungsgesetz (PrAG): Bundesgesetz über die Auszeichnung von Preisen (Preisauszeichnungsgesetz- PrAG), StF: BGBl. Nr. 146/1992

Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG): Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb 1984 -UWG, StF: BGBl. Nr. 448/1984

Impressum

Grundlegende Richtung

Diese Publikation dient der jährlichen Veröffentlichung der Ergebnisse der geförderten Beratungsaktion „WEBSITE & WEBSHOP CHECK“ der Wirtschaftskammern Österreichs.

Projektleitung, Medieninhaber, Herausgeber, für den Inhalt Verantwortlich, Gestaltung

WIFI Unternehmerservice, Wirtschaftskammer Österreich
Wiedner Hauptstraße 63, 1045 Wien
E. unternehmerservice@wko.at
W. www.unternehmerservice.at
T. 0590-9004521

Unternehmensberatung, Wirtschaftskammer Wien
Operngasse 17-21, 1040 Wien
E. unternehmensberatung@wkw.at
W. <https://www.wko.at/wien/unternehmensberatung>
T. 01 476 77-5355

Unternehmerservice B&M, Wirtschaftskammer Niederösterreich
Landsbergerstraße 1, 3100 St. Pölten
E. ns.bwm@wknoe.at
W. wko.at/noe/bum
T. 02742 851-16820

Sparte Handel, Wirtschaftskammer Vorarlberg
Wichnergasse 9, 6800 Feldkirch
E. handel@wkv.at
W. wko.at/vlbg/handel
T. 05522 305-346

Wirtschaftsservice, Wirtschaftskammer Steiermark
Körblergasse 111-113, 8021 Graz
E. us@wkstmk.at
W. wko.at/stmk/us
T. 0316 601

mysterysurfer.at® by networkpro management consulting

Mag. Michael Scarimbolo, MA
Certified Mangement Consultant (CMC)
Certified IT-Security Officer
Certified GDPR Expert
Lead Assessor
A. Maurer Lange Gasse 69, 1230 Wien
E. info@mysterysurfer.at
W. www.mysterysurfer.at

Haftungsausschluss, Copyright

Alle Angaben erfolgen, trotz sorgfältigster Bearbeitung, ohne Gewähr und Haftung des Medieninhabers. Die vorliegende Publikation wurde mit aller Sorgfalt und nach Maßgabe der jeweils aktuellen gesetzlichen Bestimmungen sowie des jeweiligen Ergebnismaterials erstellt. Sämtliche Inhalte können daher nur, und soweit überhaupt zutreffend, eine Ergänzung zum jeweils aktuellen Gesetzestext darstellen und auf individuelle Interpretationsspielräume nicht eingehen. Darüber hinaus sei darauf verwiesen, dass ausländisches Recht im themenrelevanten Bereich dieser Publikation nicht berücksichtigt wird. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Quellenangabe und vorheriger Rücksprache. Copyright© **mysterysurfer®**, alle Rechte vorbehalten.

Erscheinungsort, Druck, Aktualisierungsdatum

Wien, März 2018, 12. Auflage, Eigendruck. Diese Ausgabe ersetzt alle bisherigen Publikationen von „Mystery Surfer WEBSITE & WEBSHOP-CHECK“.

