



http://

http://

http://

http://

http://



mysterysurfer.at



WEBSITE- & WEBSHOP-CHECK Studie 2016

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

WIFI Unternehmensservice
Wirtschaftskammer Österreich



Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	1
Die Herausgeber	2
Die Herausgeber	3
Website- & Webshop-Check: Ergebnisse und Kernaussagen.....	4
Zahlen & Fakten: E-Commerce in der D-A-CH Region	5
Zahlen & Fakten: E-Commerce in der D-A-CH Region	6
Detailergebnisse & Tabellen: 2016	7
Detailergebnisse (2014 – 2016) „Impressum“	8
Detailergebnisse (2014 – 2016) „Datenschutzinformationen“ „Werbung, Promotion“	9
Detailergebnisse (2014 – 2016) „Vertrags-, Liefer- und Rücktrittsbedingungen“	10
Detailergebnisse (2014 – 2016) „Produktbeschreibung, Preisauszeichnung“	11
Detailergebnisse (2014 – 2016) „Bestellvorgang, Zahlung“	12
Literaturverweise	13
Impressum	14

Die Herausgeber



Laut „European B2C E-Commerce Report 2016“ (Autor: *ECOMMERCE EUROPE*) entfielen 2016 etwa 2,8 Prozent des Bruttoinlandsprodukts (BIP) der EU-28 Staaten (ca. 14,64 Billionen Euro) auf das sog. „E-BIP“.



In den EU-28 Staaten nützten zudem 81,5% der Einwohner (350 Millionen) das Internet. Von diesen Nutzern haben ca. 40% online Käufe getätigt. Zudem generierte 2016 der B2C-Bereich des online Handels 2,5 Millionen Arbeitsplätze.



Schließlich schätzt *ECOMMERCE EUROPE* die Zahl der europaweit aktiven B2C Websites auf über 750.000 und die Anzahl der versandten Pakete auf 4,2 Milliarden. Statistik - so weit so gut...



Zweifelsohne kaufen immer mehr Menschen Produkte und Dienstleistungen online und sie tun dies an den unterschiedlichsten Orten, zu Hause, am Arbeitsplatz, unterwegs oder manchmal selbst online in der Filiale des Händlers.



E-Commerce ist in Europa mittlerweile erwachsen geworden. Dennoch bieten sich online Händlern weiterhin Wachstumschancen durch Expansion in neue europäische Märkte. Die einzigartige Dynamik des europäischen Marktes erfordert aber nach wie vor eine sorgfältige Planung.



So gehören etwa die Auswahl der länderspezifisch geeigneten Zahlungsmethoden, die ständige Beobachtung von Konsumverhalten sowie die Anpassung an das regulatorische Umfeld („*rechtliche Rahmenbedingungen*“) zu den erforderlichen Hausaufgaben, denn E-Commerce kann nur dann erfolgreich sein, wenn aus „virtuellen“ Interessenten, also den Besuchern einer Website oder eines Webshops, „reale“ Kunden werden.

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 Barrieren;
- ungenügende Produkt- und Leistungsbeschreibung;
- mangelnde Benutzerfreundlichkeit;
- ungenügende Kontakt- und Datenschutzinformationen sowie
- ungenügende Informationen über die rechtlichen Rahmenbedingungen des Onlinekaufs (z.B. AGB, Liefer- und Zahlungsbedingungen).

Die Wirtschaftskammer Österreich hat bereits 2005 auf die Übernahme der Europäischen E-Commerce Richtlinie in nationales österreichisches Recht reagiert. Mit dem WEBSITE-CHECK wurde ein gefördertes Beratungsprodukt zur Unterstützung von EPU und KMU bei der Umsetzung der gesetzlichen Informationspflichten ins Leben gerufen.

Mit den etwa 1.830 geförderten WEBSITE- und WEBSHOP-CHECKS wurde in den Jahren 2005 bis 2016 ein wichtiger Beitrag zur Unterstützung von EPU und KMU im Bereich „Internet und Recht“ geleistet

Der WEBSITE-CHECK richtet sich 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 der Anbieteridentifizierung („Impressum“) sowie des Datenschutzes.

Im Jahr 2010 wurde den steigenden Wachstumsraten im Onlinehandel Rechnung getragen und, mit dem ebenfalls geförderten WEBSHOP-CHECK, ein weiteres, speziell auf die Bedürfnisse von EPU und KMU abgestimmtes, Beratungsprodukt für den online Handel konzipiert.

Für online Händler gelten, neben den grundlegenden Informationspflichten, eine ganze 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 Erfordernisse des Mediums Internet als auch 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 in der Regel in eine weit härtere „Strafe“, nämlich Verlust von Kundenvertrauen und 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 einheitlichen Checklisten seit 2005 und die Ableitung weiterer Unterstützungsmaßnahmen durch individuelle Beratungen ermöglicht.

Die Kriterien von WEBSITE- bzw. 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.

Website- & Webshop-Check: Ergebnisse und Kernaussagen



Mag. Michael Scarimbolo, CMC, E-Commerce Consultant, Projektleiter **mysterysurfer**®

Nach Inkrafttreten der EU-Verbraucherrechte-Richtlinie im Jahr 2015 brachte auch das Jahr 2016 weitere Bestimmungen zur Erweiterung der bereits bestehenden Informationspflichten im online Handel.

Dazu sind die Bestimmungen des Alternative-Streitbeilegung-Gesetzes (AStG) in Kraft getreten, wonach sich Unternehmer anstelle eines Gerichtsverfahrens freiwillig auch einem alternativen Streitbeilegungsverfahren unterziehen können. Darüber hinaus haben, nach der EU-Verordnung Nr. 524/2013 Online Dispute Resolution Unternehmer, die Online-Kaufverträge oder Online-Dienstleistungsverträge eingehen (Webshops) auf ihrer Website einen Link zur sogenannten „Online Streitbeilegungsplattform“ (ODR-Plattform) anzugeben.

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.

2016 wurde der **mysterysurfer**® Website- und Webshop-Check in Wien, Niederösterreich, Vorarlberg und in der Steiermark mit Förderung von Wirtschaftskammerorganisationen und vom Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft angeboten.

Es wurden **67 Web-Sites** im Rahmen der Beratungsaktion überprüft (*Wien: 27, Niederösterreich: 37, Vorarlberg: 1, Steiermark: 2*) sowie **75 Web-Shops** (*Wien: 28, Niederösterreich: 23, Vorarlberg: 11, Steiermark: 13*).

Impressum

Österreichweit haben **9%** der Websites bzw. Webshops alle gesetzlich erforderlichen Informationen für eine vollständige Anbieteridentifizierung („Impressum“) erfüllt.

Datenschutz

Österreichweit konnte für **33%** der Websites und Webshops die Einhaltung der geltenden Datenschutzbestimmungen erhoben werden.

Vertragsbedingung Rücktrittsbedingungen

Für die gesetzeskonforme Darstellung sämtlicher **Vertrags-, Liefer- und Rücktrittsbedingungen** konnte österreichweit ein Wert von **23%** 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 österreichweit bei **64%** der untersuchten Webshops vollständig implementiert.

Bestellvorgang, Zahlungsmöglichkeiten

Informationen zum Bestellvorgang, also die **Darstellung des Warenkorb** samt **Korrektur-, Druck- und Stornomöglichkeiten** sowie die rechtsverbindliche **Annahme der Geschäftsbedingungen** bzw. entsprechende **Sicherheit der angebotenen Zahlungssysteme** wurden in österreichweit bei **61%** der Webshops vollständig implementiert.

Zahlen & Fakten: E-Commerce in der D-A-CH Region



In den Studien „E-Commerce-Markt Deutschland, Österreich, Schweiz 2016“ 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 2016

Der Gesamtumsatz der Top-1.000-Onlineshops in Deutschland liegt bei 35,5 Mrd. Euro. Das ist ein Wachstum von etwa 9 Prozent gegenüber 2015. 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 dabei weiter gestiegen. Die zehn umsatzstärksten Händler erwirtschaften zusammen allein 14,3 Mrd. Euro, was 40,4 Prozent des Gesamtumsatzes entspricht. Die Top 100 erzielten 24,4 Mrd. Euro, das sind 68,8 Prozent der gesamten Top-1.000-Onlineshops.

An **Dynamik** mangelt es dem Markt nicht, auch wenn sie geringer ausgeprägt ist als noch im Vorjahr. Erstmals sind in den Top 100 auch Lebensmittel-Onlineshops vertreten. Insgesamt haben es 133 neue Anbieter ins Ranking geschafft.

Mit 15,0 Mrd. Euro Umsatz und 42,4 Prozent des Gesamtumsatzes machen die **Generalisten** den größten Umsatzanteil aus. 6,2 Mrd. Euro und 17,3 Prozent des Gesamtumsatzes entfallen auf die Fashion-Anbieter, Onlineshops aus dem Bereich „Computer, Unterhaltungselektronik, Telekommunikation, Zubehör“ erreichen 10,6 Prozent. Shops aus allen anderen Hauptproduktsegmenten kommen nur auf geringe einstellige Umsatzanteile.

In der Analyse der **Mehrkanal-Aktivitäten** konnten 464 Onlineshops als Multichannel-Händler klassifiziert werden. 169 weitere Anbieter betreiben Cross- oder Omnichannel-Commerce.

Mobile Websites oder Apps sind in diesem Jahr zum Pflichtprogramm geworden – 82 Prozent der Anbieter haben ihren Onlineshop für mobile Endgeräte angepasst. Damit ist Mobile noch vor stationären Ladengeschäften im Inland, die von 57 Prozent der Shops betrieben werden, der am stärksten verbreitete zusätzliche Vertriebskanal.

Bei den **Versandarten** dominiert weiterhin die Deutsche Post DHL: Rund 75 Prozent der Shops setzen auf den deutschen Logistikdienstleister. Die Selbstabholung etabliert sich mit einem Anteil von 21,1 Prozent als zweitmeist angebotene Versandart.

Beim **Payment** setzen die Onlineshops weiterhin auf die bewährten Lösungen: Wallets (90,7 %), Kreditkarten (88,4 %) und die klassischen Zahlungsverfahren wie Nachnahme oder Überweisung (83,1 %) bleiben bei den Onlineshops hoch im Kurs.

Vertrauen bleibt ein wichtiges Thema: **Gütesiegel und Shopbewertungen** sorgen für Transparenz bei der Kundschaft und verbreiten sich deshalb immer mehr.

Bei den von Onlineshops genutzten **sozialen Netzwerken** wurden in diesem Jahr erstmals Pinterest und Instagram untersucht. Beide sind mit einem Marktanteil um 40 Prozent schon sehr gut verbreitet. Bei den Etablierten zeigen sich dagegen Sättigungserscheinungen und rückläufige Entwicklungen.



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

E-Commerce-Markt Österreich/Schweiz 2016

Der Gesamtumsatz der Top-250-Onlineshops in Österreich liegt für das abgeschlossene Geschäftsjahr 2016 bei 2,3 Mrd. Euro. Im Vergleich zum Vorjahr ergibt das eine Wachstumsrate von 9 Prozent. Die Top-250-Onlineshops der Schweiz haben in Summe einen Umsatz von 5,6 Mrd. Euro erwirtschaftet. Das entspricht einem Wachstum von 12,7 Prozent. Berücksichtigt wurde jeweils nur das B2C-Geschäft mit physischen Gütern ohne Marktplätze.

Wieder einmal ist die **Marktkonzentration** weiter gestiegen. Die zehn umsatzstärksten Händler in Österreich erwirtschafteten zusammen allein 1,1 Mrd. Euro, was 49,1 Prozent des Gesamtumsatzes entspricht. In der Schweiz ist dieses Verhältnis ähnlich: Hier generieren die Top-10-Shops mit 2,4 Mrd. Euro rund 44 Prozent des Gesamtumsatzes aller 250 Onlineshops.

Mit 1,1 Mrd. Euro Umsatz und 47,9 Prozent des Gesamtumsatzes machen die **Generalisten** in Österreich den größten Umsatzanteil aus. 0,5 Mrd. Euro und 19,9 Prozent des Gesamtumsatzes entfallen auf die Fashion-Anbieter, Onlineshops aus dem Bereich „Computer, Unterhaltungselektronik, Telekommunikation, Zubehör“ erreichen mit 0,3 Mrd. Euro 12,7 Prozent. In der Schweiz zeigt sich ein ähnliches Bild, wenn auch weniger stark auf die Generalisten konzentriert: Sie machen mit 1,8 Mrd. Euro 32,0 Prozent des Gesamtumsatzes aus, gefolgt von den Shops der Unterhaltungselektronik mit 1,1 Mrd. Euro und 19,5 Prozent Anteil sowie den Fashion-Shops mit 14,9 Prozent Anteil und 0,8 Mrd. Euro Umsatz.

Die Analyse der **Mehrkanal-Aktivitäten** zeigt die zahlenmäßige Dominanz der Multichannel-Händler in beiden Ländern. In Österreich setzen 109 der 250 untersuchten Onlineshops auf Multichannel, in der Schweiz 98 Anbieter. Eine Verknüpfung der Kanäle im Sinne des Cross- oder Omnichannel bieten im österreichischen Ranking 65 Shops an, in der Schweiz findet man diese Verknüpfungsmöglichkeit bei 60 Händlern.

Mobile Websites oder Apps sind in diesem Jahr zum Pflichtprogramm geworden - 82,8 Prozent der Anbieter in Österreich und 78,8 Prozent in der Schweiz haben ihren Onlineshop für mobile Endgeräte angepasst. Damit ist Mobile noch vor Ladengeschäften im Inland in beiden Ländern der am stärksten verbreitete zusätzliche Vertriebskanal.

Die **Selbstabholung** - das Trendthema im letzten Jahr - hat sich als am zweithäufigsten angebotene **Versandart** etabliert. In Österreich bieten nun 30,0 Prozent der Onlineshops ihren Kunden die Möglichkeit, die Ware selbst in einer stationären Filiale abzuholen (im Vorjahr 24,4 %), in der Schweiz sind es 27,2 Prozent (im Vorjahr 25,6 %). Nach wie vor die größte Verbreitung haben aber die Österreichische Post in Österreich (37,6 %) und die Schweizerische Post in der Schweiz (61,6 %).

Bei den **Zahlungsarten** setzen die Shops in Österreich vor allem auf Kreditkarten (93,6 %), klassische Zahlungsverfahren wie Nachnahme oder Überweisung (75,2 %) und Wallets (74,4 %), in der Schweiz ebenfalls auf Kreditkarten (94,4 %), klassische Zahlungsverfahren (64,0 %) und Rechnung (62,8 %).

Detailergebnisse & Tabellen: 2016

Auf den folgenden Seiten werden die Detailergebnisse für die einzelnen Bereiche der Überprüfung auf Grundlage der eingesetzten Checklisten für den WEBSITE [ECG] CHECK bzw. WEBSHOP [WSC] CHECK dargestellt.

Die Darstellung erfolgt in Prozent der überprüften Websites im Jahresvergleich 2006 bis 2016 (*).

Grundgesamtheit	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Website-Check (ECG)												
Wien	244	103	46	80	109	197	63	45	36	46	26	27
Niederösterreich	–	–	–	–	–	–	–	–	62	65	25	37
Steiermark	–	–	–	–	–	–	–	–	–	14	3	2
Vorarlberg	–	–	–	–	–	–	–	–	–	79	12	1
1011	244	103	46	80	109	197	63	45	98	204	66	67
Webshop-Check (WSC)												
Wien	–	–	–	–	–	7	34	19	24	93	26	28
Niederösterreich	–	–	–	–	–	–	–	–	45	62	26	23
Steiermark	–	–	–	–	–	–	–	–	–	24	8	13
Vorarlberg	–	–	–	–	–	–	–	–	–	54	9	11
431	0	0	0	0	0	7	34	19	69	233	69	75
1442	244	103	46	80	109	204	97	64	167	437	135	142

(*): Die Ergebnisse für die Bereiche „Impressum“ und „Datenschutz“ werden seit 2005 erhoben. Ab 2010 wurde eine zusätzliche Checkliste für Webshops eingesetzt („Vertragsbedingungen“, „Rücktrittsbedingungen“, „Produkt- und Leistungsbeschreibung“, „Preisauszeichnung“, „Lieferbedingungen“, „Bestellvorgang“, „Zahlungsmöglichkeiten“).

(–): Kriterium zum Zeitpunkt des Checks nicht überprüft, da auf Grund der jeweils aktuellen Gesetzeslage nicht erforderlich bzw. geändert/novelliert bzw. keine entsprechende Detaillauswertung für diesen Zeitraum verfügbar.

Detailergebnisse (2014 – 2016) | „Impressum“

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

ECG	WSC	ID	Impressum - Anbieteridentifizierung	2014	2015	2016
•	•	A01	Nicht prot. Unternehmen: Vollständiger Name Prot. Unternehmen: Firma lt. Firmenbuch	93,1%	93,3%	96,5%
•	•	A02	Nicht prot. Unternehmen: Standort der Gewerbeberechtigung Prot. Unternehmen: Unternehmenssitz lt. Firmenbuch	96,3%	97,0%	97,9%
•	•	A03	Prot. Unternehmen: Rechtsform lt. Firmenbuch	94,6%	97,4%	97,4%
•	•	A04	Prot. Unternehmen: Firmenbuchnummer lt. Firmenbuch	87,3%	86,8%	86,7%
•	•	A05	Prot. Unternehmen: Firmenbuchgericht lt. Firmenbuch	72,0%	72,4%	80,0%
•	•	A06	Gesellschaften: Vertretungsbefugte Organe (z.B. Geschäftsführer, Vorstandsmitglieder, etc.)	59,7%	66,7%	65,5%
•	•	A07	Gesellschaften: Direkt oder indirekt beteiligte Personen, Gesellschaften, Stiftungen, Vereine, etc. sowie entsprechende Beteiligungsverhältnisse	7,8%	19,2%	22,2%
•	•	A08	Kontaktmöglichkeit: E-Mail und/oder Telefon und/oder Fax	96,3%	95,6%	95,1%
•	•	A09	Blattlinie: Grundlegende Richtung des Mediums	24,7%	24,4%	32,4%
•	•	A10	Unternehmensgegenstand	65,4%	60,7%	66,2%
•	•	A11	Mitgliedschaft(en) bei (Wirtschafts-)Kammerorganisationen	49,2%	57,0%	59,9%
•	•	A12	Gewerbebehörde (bzw. weitere Aufsichtsbehörden)	38,2%	47,4%	49,3%
•	•	A13	Anwendbare gewerbe- oder berufsrechtliche Vorschriften	18,3%	36,3%	28,9%
•	•	A14	Zugang zu gewerbe- oder berufsrechtlichen Vorschriften	13,0%	31,9%	28,9%
•	•	A15	UID-Nummer bzw. Hinweis auf USt.-Befreiung	80,1%	74,8%	82,5%
•	•	A16	Link zu Eintrag im Firmen A-Z, wko.at vorhanden	28,5%	28,9%	26,1%
Alle Kriterien erfüllt (in % der überprüften Website/Webshops)				3,9%	11,9%	9,0%

ECG: Informationspflicht wird im Rahmen des WEBSITE-CHECKs überprüft. WSC: Informationspflicht wird im Rahmen des WEBSHOP-CHECKs überprüft. (–): Kriterium 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.

Detailergebnisse (2014 – 2016) | „Datenschutzinformationen“ | „Werbung, Promotion“

Betreiber von Websites 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.

ECG	WSC	ID	Datenschutzinformationen	2014	2015	2016
•	•	B01	Informationen zum Datenschutz	30,7%	31,1%	37,3%
•	•	B02	Hinweis auf Auskunftsrecht, Richtigstellung, Sperrung, Löschung	30,0%	39,3%	40,8%
Alle Kriterien erfüllt (in % der überprüften Website/Webshops)				22,2%	29,6%	33,0%

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).

ECG	WSC		Werbung, Promotion	2014	2015	2016
•	•	C01	Werbung auf der Website klar erkennbar	88,0%	90,5%	100,0%
•	•	C02	Preisausschreiben bzw. Gewinnspiele klar erkennbar	95,2%	100,0%	95,7%

ECG: Informationspflicht wird im Rahmen des WEBSITE-CHECKs überprüft. WSC: Informationspflicht wird im Rahmen des WEBSHOP-CHECKs überprüft. (–): Kriterium 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.

Detailergebnisse (2014 – 2016) „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.

WSC	Vertrags-, Liefer- und Rücktrittsbedingungen	2014	2015	2016
• D01	AGB sind online verfügbar	88,4%	91,3%	92,0%
• D02	Datum der Aktualisierung der AGB angegeben	33,5%	34,8%	33,3%
• D03	Vertragssprache wird angegeben	32,6%	52,2%	62,7%
• D04	Angaben über den Kundendienst vorhanden	54,9%	71,0%	72,0%
• D05	Lieferbedingungen vorhanden	75,5%	79,7%	90,7%
• D06	Angabe der Lieferfrist vor Abgabe der Bestellung vorhanden	65,7%	76,8%	85,3%
• D07	Information über die Gefahrtragung bei Lieferung vorhanden	24,5%	44,4%	35,9%
• D08	Hinweis auf Rücktrittsrecht vor Vertragsabschluß vorhanden	81,1%	81,2%	92,0%
• D09	Muster-Widerrufsbelehrung vorhanden	40,9%	63,8%	73,3%
• D10	Hinweis auf Kosten der Rücksendung bei Rücktritt vorhanden	82,8%	76,9%	87,1%
• D11	Link zu einer alternativen Streitbeilegungsstelle vorhanden	–	–	30,7%
• D12	Link zur ODR Plattform der EU vorhanden	–	–	32,0%
Alle Kriterien erfüllt (in % der überprüften Webshops)		3,4%	11,6%	23,0%

WSC: Informationspflicht wird im Rahmen des WEBSHOP-CHECKs überprüft. (–): Kriterium 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.

Detailergebnisse (2014 – 2016) „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.

WSC	Produktbeschreibung, Preisauszeichnung	2014	2015	2016
• E01	Beschreibung & Merkmale der Produkte bzw. Leistungen vorhanden	97,0%	97,1%	97,3%
• E02	Angabe der Funktionsweise für digitale Inhalte	52,2%	60,0%	63,6%
• E03	Angabe erforderlicher Hard- und Software für digitale Inhalte	35,3%	25,0%	60,0%
• E04	Für unbefristete Verträge Angabe der Gesamtkosten	50,0%	–	75,0%
• E05	Angabe über Mindestvertragslaufzeit und Kündigungsbedingungen für unbefristete Verträge	80,0%	–	75,0%
• E06	Hinweis auf Gewährleistungsbedingungen vorhanden	58,4%	66,7%	74,7%
• E07	Verrechnungswährung angegeben	94,8%	97,1%	98,7%
• E08	Angabe des Gesamtpreises einschl. Steuern und Abgaben vorhanden	91,8%	94,2%	96,0%
• E09	Versandkosten werden vor der Bestellung angegeben	91,4%	96,7%	95,7%
Alle Kriterien erfüllt (in % der überprüften Webshops)		50,2%	59,4%	64,0%

WSC: Informationspflicht wird im Rahmen des WEBSHOP-CHECKs überprüft. (–): Kriterium 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.

Detailergebnisse (2014 – 2016) „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. abzurechnen. 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.

WSC	Bestellvorgang, Zahlung	2014	2015	2016
• F01	Übersicht der Bestellung (Warenkorb) kann vor Finalisierung korrigiert, gedruckt und gespeichert werden	86,7%	89,9%	92,0%
• F02	Lesebestätigung für AGB vorhanden	75,1%	85,5%	77,3%
• F03	Zusammenf. Information oberhalb Bestell-Schaltfläche vorhanden	76,6%	91,3%	89,3%
• F04	Bestell-Schaltfläche "zahlungspflichtig kaufen" vorhanden	39,0%	60,9%	76,0%
• F05	Checkbox für Lieferung von Dienstleistungen, Wasser, Gas, Strom, Fernwärme für Verzicht auf Rücktrittsrecht vorhanden	100,0%	100,0%	100,0%
• F06	Checkbox für Lieferung von digitalen Inhalten für Verzicht auf Rücktrittsrecht vorhanden	100,0%	—	100,0%
• F07	Informationen über Zahlungsbedingungen bzw. akzeptierte Zahlungsmittel vorhanden	94,4%	92,8%	98,7%
• F08	Bei online Zahlungsmöglichkeit ist die angemessene Sicherheit und Übertragungsverschlüsselung (SSL) gewährleistet	91,2%	93,6%	100,0%
Alle Kriterien erfüllt (in % der überprüften Webshops)		42,1%	55,1%	61,0%

WSC: Informationspflicht wird im Rahmen des WEBSHOP-CHECKs überprüft. (—): Kriterium 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.

Literaturverweise

EU-Richtlinien und österreichische Gesetze, online Quellen

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, CMC
Maurer Lange Gasse 69, 1230 Wien
E. info@mysterysurfer.at
W. www.mysterysurfer.at

Haftungsausschluss und 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, Mai 2016, 11. Auflage, Eigendruck. Diese Ausgabe ersetzt alle bisherigen Publikationen von „Mystery Surfer WEBSITE & WEBSHOP-CHECK“.

