



http://

http://

http://

http://

http://



mysterysurfer.at



WEBSITE- & WEBSHOP-CHECK Studie 2017

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

WIFI Unternehmensservice
Wirtschaftskammer Österreich



INHALTSVERZEICHNIS

INHALTSVERZEICHNIS.....	1
DIE HERAUSGEBER	2
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
WEBSITE- & WEBSHOP-CHECK: GRUNDGESAMTHEIT (2005 2017).....	7
DETAILERGEBNISSE (2014 – 2017) „IMPRESSUM“	8
DETAILERGEBNISSE (2014 – 2017) „DATENSCHUTZINFORMATIONEN“, „WERBUNG, PROMOTION“	9
DETAILERGEBNISSE (2014 – 2017) „VERTRAGS-, LIEFER- UND RÜCKTRITTSBEDINGUNGEN“	10
DETAILERGEBNISSE (2014 – 2017) „PRODUKTBESCHREIBUNG, PREISAUSZEICHNUNG“	11
DETAILERGEBNISSE (2014 – 2017) „BESTELLVORGANG, ZAHLUNG“	12
LITERATURVERWEISE	13
IMPRESSUM.....	14

DIE HERAUSGEBER



Bundesministerium für
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort



mysterysurfer.at

Laut „European B2C E-Commerce Report 2017“ (Autor: *ECOMMERCE EUROPE*) wachsen 2017 die online Umsätze von zuletzt 530 Milliarden € (2016) auf etwa 603 Milliarden €.

In den EU-28 Staaten nützten zudem 81,5% der Einwohner (350 Millionen) das Internet. Von diesen Nutzern haben ca. 40% online Käufe getätigt.

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 2.100 geförderten WEBSITE- und WEBSHOP-CHECKS wurde in den Jahren 2005 bis 2017 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 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 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.

WEBSITE- & WEBSHOP-CHECK: ERGEBNISSE UND KERNAUSSAGEN



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

Im Bereich der Informationspflichten war 2017 als eher ruhiges Jahr einzustufen; es traten keine neuen Richtlinien in Kraft. 2017 stand demnach ganz im Zeichen der Vorbereitungen zum bevorstehenden Inkrafttreten der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO). Bekanntlich wurde das Datenschutz-Anpassungsgesetz 2018 mit dem BGBl I Nr. 120/2017 kundgemacht und tritt am 25. Mai 2018 in Kraft. Ab diesem Zeitpunkt werden daher sowohl die Regelungen der Datenschutz-Grundverordnung als auch des österreichischen Datenschutzgesetzes idF des Datenschutz-Anpassungsgesetzes 2018 zu beachten sein.

Somit wird 2018 wieder ein spannendes Jahr in Sachen Informationspflichten...

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

2017 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.

Es wurden **81 Web-Sites** im Rahmen der Beratungsaktion überprüft (*Wien: 40, Niederösterreich: 29, Steiermark: 9, Vorarlberg: 3*) sowie **90 Web-Shops** (*Wien: 22, Niederösterreich: 16, Steiermark: 44, Vorarlberg: 8*).

Impressum

Österreichweit haben **5%** der Websites bzw. Webshops alle gesetzlich erforderlichen Informationen für eine vollständige Anbieteridentifizierung („Impressum“) erfüllt.

Datenschutz

Österreichweit konnte für **27%** 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 **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 österreichweit bei **64%** der untersuchten Webshops vollständig implementiert.

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 in österreichweit bei **56%** der Webshops vollständig implementiert.

ZAHLEN & FAKTEN: E-COMMERCE IN DER D-A-CH REGION



In den Studien „E-Commerce-Markt Deutschland (2017) 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 2017

Der Gesamtumsatz der Top-1.000-Onlineshops in Deutschland liegt bei 39,6 Mrd. Euro. Das ist ein Wachstum von etwa 11 Prozent gegenüber 2016. 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 weiterhin hoch. Die zehn umsatzstärksten Händler erwirtschaften zusammen allein 15,7 Mrd. Euro, was 69,4 Prozent des Gesamtumsatzes entspricht. Die Top 100 erzielen 27,4 Mrd. Euro, das sind 69,4 Prozent der gesamten Top-1.000-Onlineshops.

Dynamik findet man im Markt trotzdem: Erneut befinden sich die Shops mit dem größten relativen Wachstum vor allem in der zweiten Reihe. Insgesamt haben es 127 neue Anbieter ins Ranking geschafft. Auf den hinteren 500 Plätzen gibt es allerdings kaum noch Wachstum, sodass sich die umsatzstarken Shops immer weiter von den kleineren entfernen.

Mit 14,7 Mrd. Euro Umsatz und 37,0 Prozent des Gesamtumsatzes machen die Generalisten den größten Umsatzanteil aus. 6,2 Mrd. Euro und 15,8 Prozent des Gesamtumsatzes entfallen auf die Anbieter des Hauptsegments Bekleidung, Onlineshops mit Produkten der Unterhaltungselektronik erreichen 5,9 Mrd. Euro Umsatz und 15,0 Prozent Anteil. Shops aus allen anderen Hauptproduktsegmenten kommen nur auf einstellige Umsatzanteile.

In der Analyse der **Mehrkanal-Aktivitäten** konnten 390 Onlineshops als Multichannel-Händler klassifiziert werden. 181 weitere Anbieter betreiben Cross- oder Omnichannel-Commerce.

Mobile Websites oder Apps sind auch 2017 Pflichtprogramm - 89 Prozent der Anbieter haben ihren Onlineshop für mobile Endgeräte angepasst. Damit ist Mobile noch vor stationären Ladengeschäften im Inland, die von 52 Prozent der Shops betrieben werden, der am meisten verbreitete zusätzliche Vertriebskanal.

Bei den **Versandarten** dominiert weiterhin die Deutsche Post DHL: Rund 75,8 Prozent der Shops setzen auf den deutschen Logistikdienstleister. Die Selbstabholung etabliert sich mit einem Anteil von 22,2 Prozent als zweitmeist angebotene Versandart.

Beim **Payment** setzen die Onlineshops weiterhin auf die bewährten Lösungen: Wallets (91,3 %), Kreditkarten (90,4 %) und die klassischen Zahlungsverfahren wie Nachnahme oder Überweisung (78,0 %) bleiben bei den Onlineshops hoch im Kurs.

Bei den von Onlineshops genutzten **sozialen Netzwerken** wurden in diesem Jahr erstmals Pinterest und Instagram untersucht. Beide sind mit einem Marktanteil um 64 Prozent schon sehr gut verbreitet. Bei den Etablierten zeigen sich dagegen Sättigungserscheinungen und rückläufige Entwicklungen. Bei den Etablierten führt weiterhin Facebook (95,1 %) das Feld an, gefolgt von Google+ (83,8 %), YouTube (80,0 %) und Twitter (76,6 %).



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 erwirtschaften 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 %).

WEBSITE- & WEBSHOP-CHECK: GRUNDGESAMTHEIT | 2005 – 2017

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
Website-Check⁽¹⁾													
Wien	244	103	46	80	109	197	63	45	36	46	26	27	40
Niederösterreich	■	■	■	■	■	■	■	■	62	65	25	37	29
Steiermark	■	■	■	■	■	■	■	■	■	14	3	2	9
Vorarlberg	■	■	■	■	■	■	■	■	■	79	12	1	3
1011	244	103	46	80	109	197	63	45	98	204	66	67	81
Webshop-Check⁽²⁾													
Wien	■	■	■	■	■	7	34	19	24	93	26	28	22
Niederösterreich	■	■	■	■	■	■	■	■	45	62	26	23	16
Steiermark	■	■	■	■	■	■	■	■	■	24	8	13	44
Vorarlberg	■	■	■	■	■	■	■	■	■	54	9	11	8
431	0	0	0	0	0	7	34	19	69	233	69	75	90
1442	244	103	46	80	109	204	97	64	167	437	135	142	171

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

WEBSITE-CHECK: DETAILERGEBNISSE (2014 – 2017) | „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
B01	Informationen zum Datenschutz	30%	32%	38%	36%
B02	Hinweis auf Auskunftsrecht, Richtigstellung, Sperrung, Löschung	29%	39%	41%	38%
Alle Kriterien erfüllt (in % der überprüften Website/Webshops)		22%	30%	35%	27%

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).

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

WEBSHOP-CHECK: DETAILERGEBNISSE (2014 – 2017) „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.

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

Produktbeschreibung, Preisauszeichnung		2014	2015	2016	2017
E01	Beschreibung & Merkmale der Produkte bzw. Leistungen vorhanden	96%	96%	98%	98%
E02	Angabe der Funktionsweise für digitale Inhalte	46%	60%	69%	50%
E03	Angabe erforderlicher Hard- und Software für digitale Inhalte	30%	25%	60%	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%
E07	Verrechnungswährung angegeben	94%	97%	99%	94%
E08	Angabe des Gesamtpreises einschl. Steuern und Abgaben vorhanden	91%	89%	96%	93%
E09	Versandkosten werden vor der Bestellung angegeben	90%	96%	95%	94%
Alle Kriterien erfüllt (in % der überprüften Webshops)		50%	57%	62%	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 – 2017) „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.

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

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

