

SUMMARY

**ERHEBUNG ZU WERBUNG  
FÜR UNSERIÖSE ONLINESHOPS  
AUF PLATTFORMEN**

Wien, Mai 2021



WIEN

**GERECHTIGKEIT MUSS SEIN**

## Summary

# Erhebung zu Werbung für unseriöse Onlineshops auf Plattformen

Die Corona-Pandemie hat das Problem unseriöser und betrügerischer Onlineshops verstärkt. Im herausfordernden Kampf gegen diese ist es deshalb unerlässlich, einen breiten Maßnahmenmix zu forcieren – bestehend aus:

- Der Verbesserung der Rechtsdurchsetzung u.a. in der internationalen Zusammenarbeit
- Effektiverer Prävention u.a. über den Ausbau von Angeboten wie der [Watchlist Internet](#)
- Der Unterbindung von Zahlungsströmen an Betrüger nach dem „Follow the Money“-Prinzip
- Der Einschränkung von Werbung für betrügerische Angebote

Die vorliegende Erhebung widmete sich in diesem Zusammenhang der Frage, wie KonsumentInnen auf Fake-Shops gelangen und setzte mittels **nicht-repräsentativer Stichproben** den Schwerpunkt auf die Onlinewerbung auf Plattformen. Zu diesem Zweck wurden Werbeanzeigen auf vier ausgewählten Plattformen (**Instagram, TikTok, Facebook und Google**) gescannt.

Es wurden je drei Onlineshops ausgewählt, vor denen die Watchlist Internet warnt. Bei diesen insgesamt zwölf Shops wurden Probebestellungen durchgeführt sowie Rücksendungen versucht. Sofern möglich wurde die Werbung der getesteten Shops auf den Plattformen gemeldet.

## Ergebnisse

Die Auffinden von Werbung für unseriöse Anbieter war einfach, was für die Verbreitung von unseriöser Werbung auf den untersuchten Plattformen spricht. Mit drei unterschiedlichen Userprofilen wurde bis zu einer Stunde auf der jeweiligen Plattform gesurft.

Aus den erhobenen Werbeanzeigen wurden jeweils drei Angebote pro Plattform ausgewählt und Bestellungen bei den Onlineshops aufgegeben. Diese Prozesse wurden detailliert dokumentiert.

Von den zwölf Bestellungen kam in zwei Fällen nach mehr als 50 Tagen keine Lieferung an, trotz erfolgter Bezahlung. In einem weiteren Fall wurde ein T-Shirt geschickt, das sich optisch gänzlich vom bestellten T-Shirt unterschied. Im Fall einer laut Produktbeschreibung aufwändig gestalteten Jacke mit Bestickungen, Kordeln und goldenen Knöpfen waren die Gestaltungselemente nur auf einem Stoff von schlechter Qualität aufgedruckt. Bei den anderen acht Fällen handelte es sich um mindere Produktqualität, die gelieferten Waren entsprachen aber optisch oberflächlich den beworbenen Produkten.

In allen Fällen, in denen eine Ware geliefert wurde, wurde ein **Rücktritt verunmöglicht** (z.B. keine Rücksendeadresse vorhanden, keine Antwort auf Retouren-Anfragen) **oder deutlich erschwert** (hohe Rücksende- und Zollkosten), verbunden mit dem Risiko den Preis nicht oder nur teils zurückzu erhalten. Bei allen kommt es darüber hinausgehend zu **umfassenden Verletzungen des europäischen Konsumentenschutzrechts**. Eine Rechtsdurchsetzung ist in der Praxis nicht möglich, da die Akteure unbekannt sind, sich hinter Briefkastenfirmen verstecken, bzw. ihren Sitz außerhalb der EU haben.

Nachzuerfolgen, wer Werbung schaltet, ist schwierig. Im Falle von Facebook gibt es zumindest über die Werbebibliothek bereits die Möglichkeit zu sehen, von welchen Seiten aus aktuell Werbung geschaltet wird. Allerdings fehlen für die getesteten Shops dieser Erhebung auch dort zentrale Informationen bzw. sind falsche Daten zu den Unternehmen angegeben.

## Unseriöse Dropshipping-Händler

Diese exemplarische Erhebung gibt klare Hinweise darauf, dass auf Social Media-Plattformen und auf Suchmaschinen Werbung für so genannte „unseriöse Dropshipping-Händler“ bzw. problematische „China-Shops“ zu finden ist. Die Erhebungsergebnisse decken sich mit Erfahrungen anderer KonsumentInnen, die auf diversen Rezensions-Portalen von teilweise massiven Problemen bei allen getesteten Onlineshops berichten.

Unseriöse Dropshipping-Händler sind von der typischen Form von Fake-Shops zu unterscheiden.

Bei Fake-Shops handelt es sich um eindeutige Betrugsversuche. KonsumentInnen sollen zu einer Vorauskasse-Zahlung (in der Regel mittels Banküberweisung) bewegt werden, ohne dass jemals ein Shop existiert hat. Das Geld ist in diesen Fällen für KonsumentInnen unwiderruflich verloren und sie erhalten keine Ware.

Nur einer der 12 untersuchten Onlineshops weist Merkmale eines typischen Fake-Shops auf. In diesem Fall wurde auch 50 Tage nach Bestellung und Bezahlung der Ware keine Lieferung erhalten. Im anderen Fall fehlender Lieferung lassen die Rezensionen anderer KonsumentInnen annehmen, es handle sich wie bei den 11 weiteren Shops um einen unseriösen Dropshipping-Anbieter.

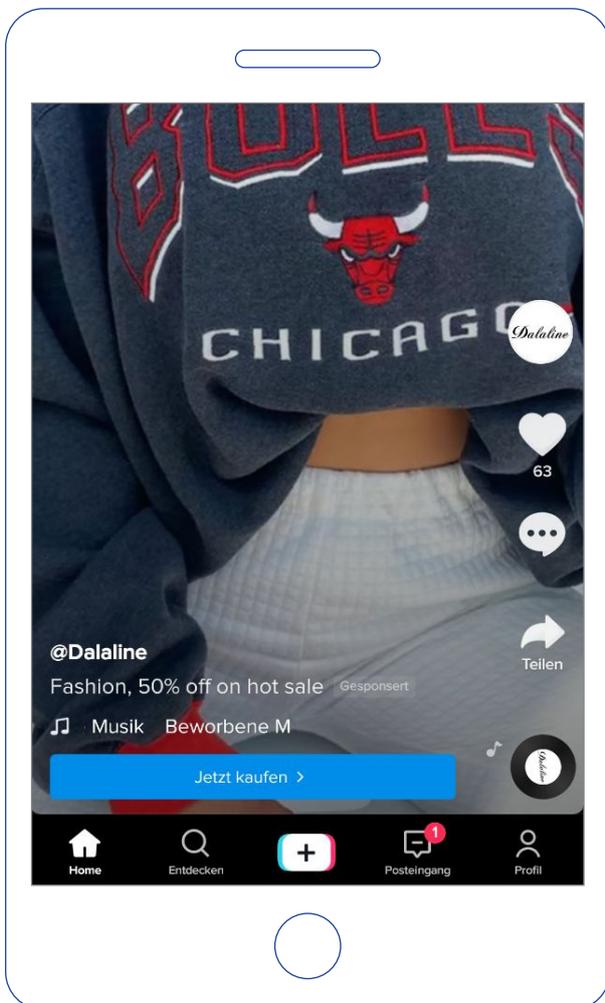


Abb. 1 Die mobile Anzeige von Werbung für einen getesteten Onlineshop in der TikTok-App.

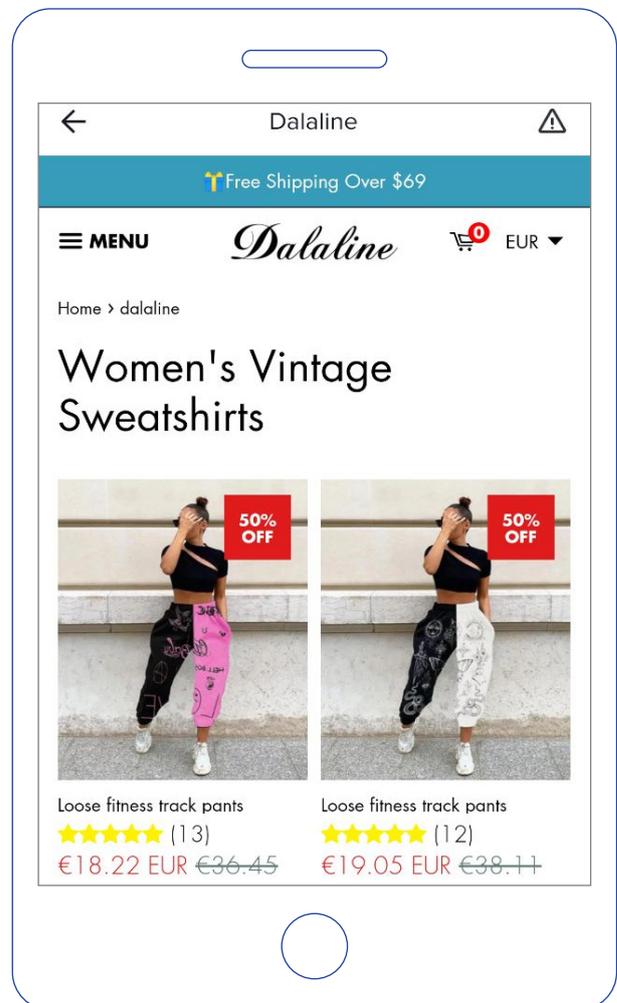


Abb. 2 Ohne die App zu verlassen, gelangt der User auf den Onlineshop auf dem direkt bestellt werden kann.

„Dropshipping“ ist eine an sich legitime Logistik-Variante, bei der die Ware vom Hersteller oder einem Großhändler direkt an die KonsumentInnen geschickt wird, ohne dass die Händler diese selbst lagern. Das Problem ist, dass zunehmend unseriöse Anbieter dieses Modell nutzen.

Dahinter stehen auch europäische Anbieter, sowie Einzelpersonen, die dem Traum vom schnellen Geld mit Methoden des Online-Marketings folgen. Sie betreiben die Online-Auftritte der Shops und leiten die Bestellung direkt an außereuropäische Großhändler weiter, die sich um die weitere Abwicklung kümmern sollten.

Die starke Zunahme dieser Onlineshops in den letzten 1 – 2 Jahren wird u.a. über die Verbreitung von Online-Shop-Systemen nach dem Baukastenprinzip erklärt, die einfach und rasch aufzusetzen sind.

#### **Unseriöse Dropshipping-Händler weisen zumeist folgende Merkmale auf:**

- Die Lieferung von Waren erfolgt direkt aus dem asiatischen Raum; ein Umstand, der auf der Website des Onlineshops häufig verschwiegen wird,
- Die Websites der Onlineshops machen optisch einen professionellen Ersteindruck,
- Die Produktpreise sind auffallend günstig,
- Die Angaben zum Händler sind mangelhaft oder fehlen komplett,
- Bei näherer Recherche ist auffällig, dass Textbausteine aus Shop-Beschreibungen und Gründungsgeschichten kopiert sowie Domainregistrierungen mit Anonymisierungsdiensten durchgeführt werden.

#### **KonsumentInnen sind in der Praxis mit den folgenden Problemen konfrontiert:**

- Die gelieferte Ware weist eine mindere Qualität auf und weicht teilweise stark vom online beworbenen Produkt ab,
- Teilweise kommt es zu ungewöhnlich langen Lieferzeiten oder Lieferausfällen,

- Die Abwicklung von Retouren gestaltet sich als schwierig und kostspielig - häufige Probleme sind hohe Rücksendekosten ins außereuropäische Ausland, Zollgebühren und Probleme bei der Rückerstattung des Kaufpreises,
- Bei Problemen rund um die Bestellung gibt es kaum Unterstützung durch die Anbieter,
- Die Anbieter verletzen europäisches Konsumentenschutzrecht auf vielfältige Weise, eine Rechtsdurchsetzung ist in der Praxis unmöglich.

Der Grad der Unseriosität der getesteten Angebote (der bis hin zu Betrug reichen kann) variiert.

**All den unseriösen Dropshipping-Anbietern (und damit auch den zwölf auf den Plattformen beworbenen Händlern) ist gemein, dass KonsumentInnen von einem Einkauf jedenfalls abzuraten ist.**

Denn nur im besten Fall stimmt die gelieferte Ware tatsächlich mit der Bestellung überein. Weiters ist davon auszugehen, wie es auch in der Erhebung der Fall war, dass bei einem Vertragsrücktritt oder bei Retouren, KonsumentInnen nicht zu ihrem Recht (auf Basis des europäischen Konsumentenschutzes) kommen.

Die exemplarische Erhebung zeigt außerdem auf, dass sich das Melden von problematischen Werbungen auf den Plattformen als schwierig gestaltet. Bei Instagram-Stories und TikTok ist eine Meldung praktisch nur möglich, solange die Werbung angezeigt wird (entspricht einer Zeitspanne von ca. 15 Sekunden). Zu diesem Zeitpunkt sind den KonsumentInnen die Probleme mit dem unseriösen Anbieter aber noch nicht bekannt.

Derzeit greifen die verfügbaren Meldefunktionen zur sofortigen Signalisierung problematischer Inhalte zu kurz – denn gerade bei unseriösen Onlineshops braucht es zunächst die Käuferfahrung, die zu diesem Zeitpunkt noch nicht stattgefunden hat.

## Rolle der Plattformen

Um zu verhindern, dass KonsumentInnen über Werbung in Online-Fallen geraten, sind auch die Plattformen gefragt.

### Offene Fragen in diesem Zusammenhang sind:

- Ab welchem Grad an mangelnder Seriosität sollte es Online-Händlern verwehrt werden, Werbung auf Plattformen zu schalten?
- Welche sinnvollen Kriterien gibt es dafür und welcher Prüfaufwand ist hierfür seitens der Plattformen vorzusehen?
- Wie können die Meldemöglichkeiten für KonsumentInnen betreffend Werbung für unseriöse Anbieter verbessert werden?
- Wie kann auf den Plattformen transparent gemacht werden, welche Werbung geschaltet wird bzw. wurde, z.B. ähnlich den bereits vorhandenen Ansätzen zu politischer Werbung?
- Wie können Trusted-Flagger-Prinzipien, z.B. für ausgewählte Institutionen aus dem Feld des Verbraucherschutzes, genutzt werden?

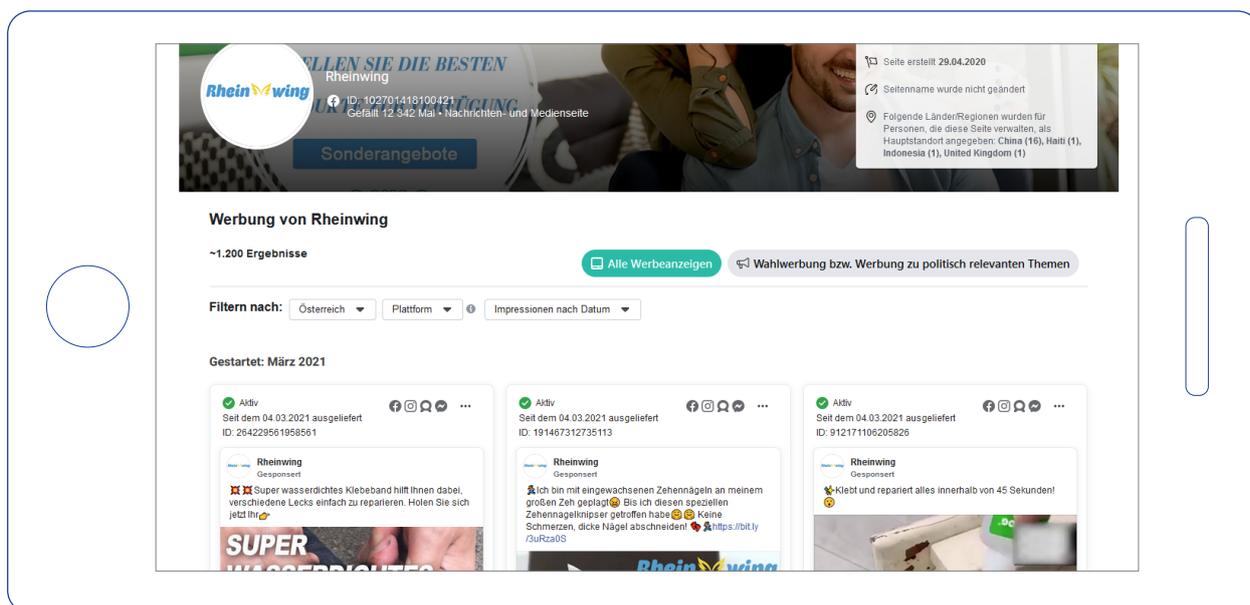


Abb. 3 In der Facebook Werbebibliothek können User Seiten suchen, die Werbeanzeigen auf allen Facebook-Diensten geschaltet haben. Es werden allerdings nur Werbungen angezeigt, die in diesem Moment aktiv sind.

## Durchführung der Erhebung

Louise Beltzung, Julia Krickl  
 Österreichisches Institut für angewandte  
 Telekommunikation  
 Ungargasse 64-66/3/404, 1030 Wien

# Die Testbestellungen

Auf den Websites unseriöser Onlineshops fehlen zahlreiche Informationen, die für KonsumentInnen von Relevanz wären. Bis auf eine Ausnahme wurde der Umstand, dass die Ware aus Asien verschickt wird, verschwiegen. Kostenangaben zu den Retouren wurden nur in wenigen Fällen angegeben, eine genaue Kostenbezeichnung fehlte in allen getesteten Fällen. Im Folgenden ein Überblick:

SHOP NAME & URL	ANGABE ADRESSE FÜR RETOUREN	ANGABE KOSTEN FÜR RETOUREN	ANGABE FIRMEN- STANDORT	ANGABE ZUM VER- SAND AUS ASIEN
Fashion-Traum <a href="https://fashion-traum.com">https://fashion-traum.com</a>	●	●	●	●
Cupidshops/Boyshirrt <a href="https://www.waifairy.com">https://www.waifairy.com</a>	●	●	●	●
Moongor <a href="https://www.moongor.com">https://www.moongor.com</a>	●	●	●	●
Vookiz <a href="https://vookiz.com">https://vookiz.com</a>	●	●	●	●
Montana Hudson <a href="https://montanahudson.com">https://montanahudson.com</a>	●	●	●	●
RheinWing <a href="https://www.rheinwing.de">https://www.rheinwing.de</a>	●	●	●	●
Dalaline <a href="https://www.dalaline.com">https://www.dalaline.com</a>	●	●	●	●
Evane <a href="https://evane.store">https://evane.store</a>	●	●	●	●
RollAngel <a href="https://www.rollangel.com">https://www.rollangel.com</a>	●	●	●	●
Floryday <a href="https://www.floryday.com">https://www.floryday.com</a>	●	●	●	●
LightInTheBox <a href="https://www.lightinthebox.com">https://www.lightinthebox.com</a>	●	●	●	●
TrendyPreis <a href="https://www.trendypreis.at">https://www.trendypreis.at</a>	●	●	●	●

Abb. 1 ●: nicht vorhanden ●: klar ersichtlich vorhanden  
 ●: unvollständig, versteckt, oder schwer zugänglich vorhanden

# Beispiele der Testbestellungen aus unseriösen Onlineshops

Die getesteten Onlineshops zeichnen sich durch einen optisch durchaus professionellen und seriös wirkenden Webauftritt aus. (Siehe Abbildung 2)

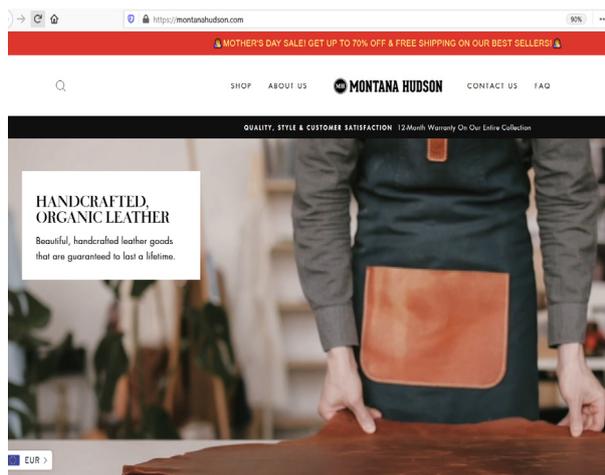


Abb. 2 Website des Onlineshops „Montana Hudson“. Der Onlineshop wirbt mit qualitativ

hochwertigen Lederwaren, die laut den Angaben auf der Facebook-Seite aus Kalifornien kommen.

Die Mehrheit der Testbestellungen wurde im Erhebungszeitraum geliefert, mit Lieferzeiten von 7 Tagen bis zu 2 Monaten. Das überstieg die auf den

Websites der Shops angegebenen Lieferzeiten, die mit maximal 2 Wochen beziffert wurden. Es kamen alle bis auf zwei Bestellungen im Erhebungszeitraum an. Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass die nicht erhaltenen Produkte mit erheblicher Verspätung eintreffen.

Die gelieferten Produkte wiesen eine minderwertige Qualität auf. In zwei Fällen glichen die gelieferten Waren den Bestellungen optisch kaum. Im Folgenden zwei Beispiele: In Abbildung 3 ersichtlich ist ein bestelltes schwarzes T-Shirt mit dem Aufdruck eines Eimers, aus welchem bunte Farbe ausgeleert wird. Das erhaltene T-Shirt im Batik-Look war von schlechter Qualität und ähnelt dem bestellten Produkt kaum. Es ist als solches auch nicht auf der Website des Onlineshops erhältlich.

In Abbildung 4 ist eine bestellte, aufwändig gestaltete Jacke mit goldenen Knöpfen, Bestickungen und Kordeln zu sehen. Es kam ein Imitat dieser Jacke an. Alle Verzierungen wurden auf einem billigen Material aufgedruckt, das teilweise durchsichtig ist.



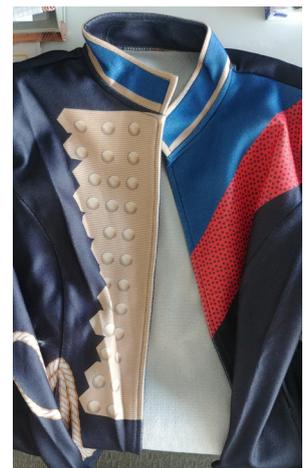
Abb. 3 Links das beim Onlineshop „Dalaline“ bestellte T-Shirt, rechts das erhaltene Produkt. Bestellt wurde ein schwar-



zes T-Shirt mit buntem Druck, erhalten wurde ein blaues T-Shirt mit einem gänzlich anderen Aufdruck.



Abb. 4 Links die bestellte Jacke, mit aufwändigen Bestickungen, Kordeln und Goldknöpfen. Rechts das erhaltene Produkt, ein



billiges Imitat. Alle Elemente wurden nur aufgedruckt. Der Stoff ist sehr dünn und teils durchsichtig.

**Der direkte Weg zu unseren Publikationen:**

**E-Mail: [konsumentenpolitik@akwien.at](mailto:konsumentenpolitik@akwien.at)**

Bei Verwendung von Textteilen wird um Quellenangabe und Zusendung eines Belegexemplares an die AK Wien, Abteilung Konsumentenpolitik, ersucht.

**Impressum**

Medieninhaber: Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien,  
Prinz-Eugen-Straße 20–22, 1040 Wien, Telefon: (01) 501 65  
Offenlegung gem. § 25 MedienG: siehe [wien.arbeiterkammer.at/impressum](http://wien.arbeiterkammer.at/impressum)  
Zulassungsnummer: AK Wien 02Z34648 M  
AuftraggeberInnen: AK Wien, Konsumentenpolitik  
Durchführung im Auftrag der AK Wien: ÖIAT (Österreichisches Institut für  
angewandte Telekommunikation )  
Grafik Umschlag und Druck: AK Wien  
Verlags- und Herstellungsort: Wien  
© 2021: AK Wien

**Stand Mai 2021**

**Im Auftrag der Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien**

**Gesellschaftskritische Wissenschaft: die Studien der AK Wien**

**Alle Studien zum Downloaden:**

**[wien.arbeiterkammer.at/service/studien](https://wien.arbeiterkammer.at/service/studien)**

