

Entschließungsantrag

der Abgeordneten Mag. Christian Drobits,
Genossinnen und Genossen

betreffend Fake Shops

Die NutzerInnen sozialer Medien wie Facebook oder Instagram kennen sie nur zu gut: zahlreiche Online-Shops bieten vermeintlich günstige Modeartikel an. Derartige Anzeigen auf gerne und oft benutzten Plattformen wirken auf viele KonsumentInnen attraktiv und vertrauenswürdig – scheinen die Anbieter doch genau zu wissen, wofür man sich aktuell interessiert. Allerdings sind große Plattformen wie Facebook, Instagram oder Google auch bei BetrügerInnen sehr beliebt, da dadurch viele Menschen rasch und einfach erreicht werden können. Die Lieferung nach der Bestellung bei einem derartigen Dropshipping-Händler kommt meist aus China; oft kommt trotz Vorausbezahlung keine Ware oder eine andere und minderwertigere als bestellt. Rücksendung oder Geld retour ist nur in den seltensten Fällen möglich.

Die Problematik der Verbraucher*innenabzocke mit Fake Shops hat sich während der Pandemie noch einmal verschärft; wie im gesamten Bereich der Cyberkriminalität wurde auch bei den Fake Shops eine eklatante Steigerung der Fälle registriert.

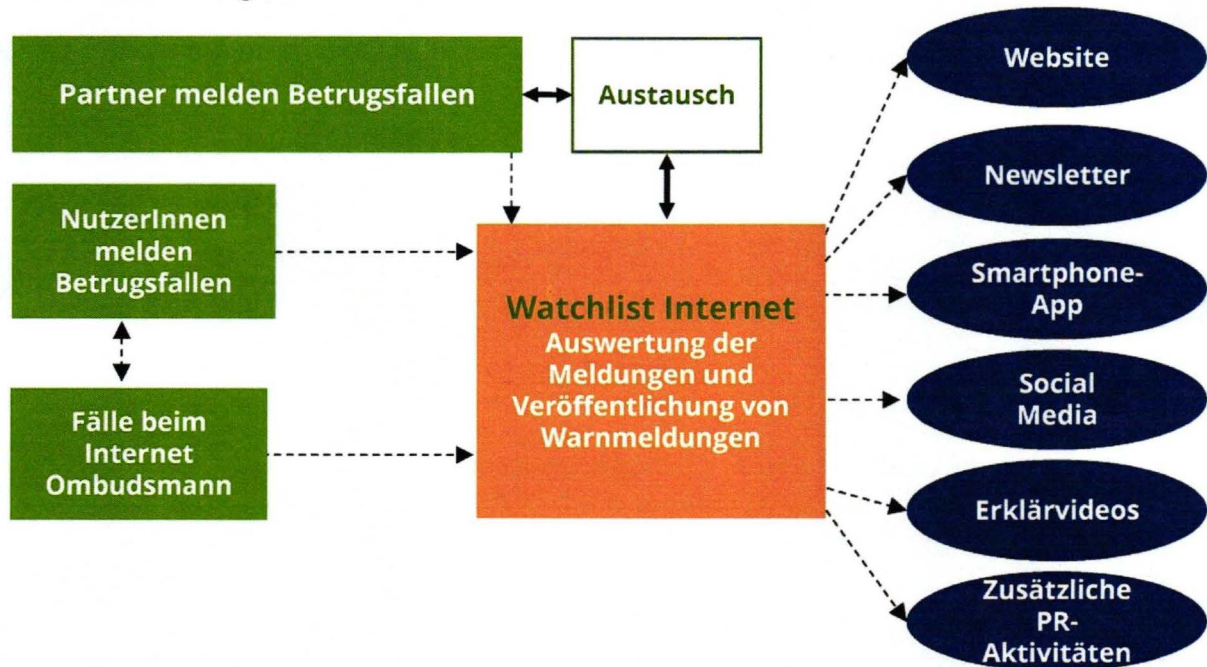
Die Arbeiterkammer hat eine exemplarische Überprüfung derartiger Werbeanzeigen für Online-Shops auf vier großen Social Media-Plattformen durch das Österreichische Institut für angewandte Telekommunikation (ÖIAT) durchführen lassen. Das Resultat war ernüchternd: Eine Stunde Recherche pro Plattform reichte, um auf Werbung für je drei Online-Shops zu stoßen, vor denen die Watchlist Internet warnt.

Zum Schutz der KonsumentInnen fordert die Arbeiterkammer, dass Online-Plattformen oder Werbedienstleister, die Werbung ausspielen, die Angaben zu Werbekunden prüfen müssen. Vorstellbar sei etwa eine Kennzeichnung wie „Verifizierter Werbekunde“. Liegen Hinweise auf unseriöse Angebote vor, sollen Plattformen oder dahinterstehende Werbedienstleister die Werbung nicht schalten dürfen.“

Diese Überprüfungsverpflichtung der Online-Plattformen oder Werbedienstleister entspricht der Verantwortung, die diese für die Inhalte haben, die durch sie weitergeleitet werden. Es darf nicht übersehen werden, dass sich mit den Werbeeinschaltungen ein nicht zu unterschätzender Wirtschaftszweig entwickelt hat

und die Online-Plattformen oder Werbedienstleister großen Nutzen davon haben. Es ist daher nicht nachvollziehbar, warum sie keine Verantwortung hinsichtlich der Werbeeinschaltungen übernehmen sollen.

Um für die Konsument*innen eine zusätzliche Überprüfungsmöglichkeit zu installieren, ist der Ausbau der Initiative Watchlist-Internet, die von diversen Bundesministerien gefördert wird, auf EU-Ebene sinnvoll. Auf ihrer Webseite ist die Vorgangsweise übersichtlich dargestellt:



(<https://www.watchlist-internet.at/ueber-uns/>)

Cyberkriminalität ist ein „boomender“ Zweig der Kriminalität, die alle Konsument*innen, aber insbesondere jene mit geringerer Internetkompetenz oder auch erhöhtem Vertrauenslevel trifft. Die Täter*innen sind schwer zu fassen. Ein Umstand, der für die Betroffenen eine zusätzliche Erschwernis des Ausgleichs ihres finanziellen Schadens bedeutet. Daher müssen auf nationalstaatlicher und insbesondere EU-weiter Ebene entsprechende Gegenmaßnahmen gesetzt werden.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher nachstehenden

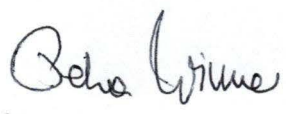
Entschließungsantrag

Der Nationalrat wolle beschließen:


„Der zuständige Bundesminister für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz wird aufgefordert, sich umgehend auf EU-Ebene für eine Verpflichtung der Online-Plattformen und Werbeträger zur Überprüfung der werbenden Firmen einzusetzen und dem Nationalrat über die diesbezüglichen Ergebnisse zu berichten.


Darüber hinaus wird der Bundesminister für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz aufgefordert, eine Lösung auf nationaler Ebene auszuarbeiten und dem Nationalrat eine diesbezügliche Gesetzesinitiative zuzuleiten.

Schließlich wird der zuständige Bundesminister für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz aufgefordert, eine Vernetzung der Initiativen, die diese Fake Shops aufzeigen und die Konsument*innen darüber informieren, zu veranlassen und ebenfalls dem Nationalrat darüber zu berichten.“


(PETRA WIMMER)


(NECK)


(ERASM)


(DROBITS)


(HUBER)

Zuweisungsvorschlag: Konsumentenschutzausschuss

