
918/A(E) XXVIII. GP

Eingebracht am 10.06.2026

Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.

ENTSCHLIESSUNGSANTRAG

der Abgeordneten Süleyman Zorba, Alma Zadic, Freundinnen und Freunde

betreffend Plattformen bei Betrugswerbung in die Pflicht nehmen - nationale Klagsführung forcieren

BEGRÜNDUNG

Online-Betrug stellt für Konsumentinnen und Konsumenten, aber auch für Unternehmen in Österreich ein zunehmendes Problem dar. Besonders besorgniserregend ist dabei Deepfake-Investmentbetrug, bei dem mit täuschend echten KI-generierten Videos von Prominenten dubiose Finanzprodukte beworben werden. Die österreichische Finanzmarktaufsicht (FMA) warnt ausdrücklich vor einem starken Anstieg solcher Betrugsformen und nennt Deepfake-Videos als einen der zentralen Trends des Anlagebetrugs.¹ Im Jahr 2025 wurden der FMA 843 Betrugsfälle mit einer Gesamtschadenssumme von 19,6 Millionen Euro gemeldet; der höchste bekannte Einzelschaden betrug rund 830.000 Euro. Für 2026 ist ein exponentieller Anstieg bei Deepfake-Betrug zu erwarten. So wurde erst im April dieses Jahres ein millionenschwerer Internetbetrug mit Deepfake-Videos von Prominenten aufgedeckt. Allein in Österreich soll der Schaden rund 26 Millionen Euro betragen. Hinter diesen Schadenssummen stehen Menschen, die oft einen erheblichen Teil ihrer Ersparnisse verlieren, ihre finanzielle Sicherheit gefährdet sehen und deren Vertrauen in digitale Angebote nachhaltig erschüttert wird.²

Videos mit Fake-Gewinnversprechen, Werbung für Krypto und andere dubiosen Finanzbetrugsmaschen fluten derzeit Internetplattformen. Für viele Menschen ist dabei oft nicht erkennbar, dass es sich um Betrug handelt. Gerade weil große Plattformen für viele Nutzerinnen und Nutzer als alltägliche Informationsquelle dienen, vertrauen diese darauf, dort nicht systematisch mit betrügerischen Inhalten konfrontiert zu werden.

¹ https://www.fma.gv.at/deepfakes-whatsapp-gruppen-und-ki-bots-waren-die-trends-des-jahres-2025/?utm_source=chatgpt.com

² <https://www.profil.at/wirtschaft/wie-albanische-betrueger-mit-ki-promi-videos-ueber-50-millionen-euro-erbeuteten-armin-wolf-van-der/403155199>

Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.

Nach dem Digital Service Act (DSA) müssten Betreiber sehr großer Online-Plattformen, wie Google, Meta oder ByteDance (TikTok) systemische Risiken auf ihren Plattformen bewerten und geeignete Maßnahmen zur Risikominderung setzen. Dazu zählen auch Risiken für Verbraucherinnen und Verbraucher durch Betrug, Täuschung und andere rechtswidrige Inhalte. Plattformbetreiber haben zudem wirksame Verfahren zur Bearbeitung von Meldungen bereitzustellen und sie müssen Maßnahmen zum Schutz vor missbräuchlicher Verwendung setzen. So sieht es das Gesetz vor.

Die Realität sieht aber anders aus, wie die Arbeiterkammer Wien mit dem europäischen Verbraucherverband und 27 anderen europäischen Konsument:innen-schutz-Organisationen herausfand: Zwischen Dezember 2025 und März 2026 meldeten die Organisationen 900 Scam-Werbungen bei den Plattformen. Mehr als jede zweite Meldung wurde von Plattformen zurückgewiesen oder ignoriert.³

Diese Ergebnisse decken sich auch mit einem Bericht der Nachrichtenagentur Reuters vom 6.11.2025, demzufolge interne Unternehmensdokumente von Meta offenlegen, wie der Konzern über Jahre hinweg an betrügerischen Werbeanzeigen bewusst verdient hat. Bis zu 10% des Werbeumsatzes von Meta sollen aus Anzeigen für Betrugswerbung oder verbotene Produkte stammen.⁴ Die Unterlagen zeigen, dass bekannte Risiken nicht konsequent bekämpft wurden und wirtschaftliche Interessen Metas Vorrang vor einer Entfernung verdächtiger Werbeinhalte hatten. In einem Dokument von November 2024 findet sich auch eine interne Einschätzung, dass nach dem DSA verhängte Geldstrafen weitaus geringer ausfallen würden als die Einnahmen, die Meta mit betrügerischen Anzeigen erzielt. Demzufolge soll Meta alle sechs Monate allein mit dem Teil der betrügerischen Anzeigen, der „ein höheres rechtliches Risiko darstellt“, 3,5 Mrd USD erzielen, heißt es in dem Dokument. Gleichzeitig wurden mögliche Bußgelder für betrügerische Anzeigen, mit denen Meta sicher rechnet, nur mit bis zu 1 Mrd USD kalkuliert.

Plattformen machen somit Milliardenumsätze mit betrügerischer Werbung, ignorieren Meldungen, führen keine Risikominimierung durch und unterstützen damit eine Betrugsindustrie auf Kosten von Verbraucherinnen und Verbrauchern. Verfahren nach dem DSA werden eingepreist und dauern jahrelang. Jahre, in denen Verbraucherinnen und Verbraucher weiterhin Opfer von Betrügern werden.

Dabei wäre es möglich, Plattformen auch auf dem Klagsweg die rote Karte zu zeigen. So hat der VKI erst im März dieses Jahres mit einer Klage gegen Temu wegen manipulativer Websitegestaltung und fehlendem Schutz von Minderjährigen Erfolg

³ <https://www.profil.at/oesterreich/arbeiterkammer-bringt-beschwerde-gegen-google-meta-und-tiktok-ein/403161797>

⁴ <https://www.reuters.com/investigations/meta-is-earning-fortune-deluge-fraudulent-ads-documents-show-2025-11-06/>

gehabt. Temu wollte es auf ein Urteil nicht ankommen lassen und hat einen gerichtlichen Vergleich abgeschlossen.⁵

Das zeigt, dass auch auf nationaler Ebene gegen Plattformen, die an Betrugswerbung massiv mitverdienen, vorgegangen werden kann. Wer mit Betrugswerbung Geld verdient oder seinen gesetzlichen Schutzpflichten nicht ausreichend nachkommt, muss damit rechnen, auch auf nationaler Ebene zur Verantwortung gezogen zu werden.

Die unterfertigenden Abgeordneten stellen daher folgenden

ENTSCHLIESSUNGSANTRAG

Der Nationalrat wolle beschließen:

„Die Bundesregierung, insbesondere die Bundesministerin für Arbeit, Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz, wird aufgefordert, den Verein für Konsumenteninformation (VKI) mit der Prüfung und Führung von Verfahren gegen Betreiber sehr großer Online-Plattformen zu beauftragen, die ihren Verbraucherschutz-Pflichten nach dem Digital Services Act nicht nachkommen, um Verbraucherinnen und Verbraucher wirksam vor Betrug, Täuschung und finanziellen Schäden zu schützen.“

In formeller Hinsicht wird die Zuweisung an den Ausschuss für Konsumentenschutz vorgeschlagen.

⁵ <https://vki.at/Presse/PA-TEMU-2026>