

6188/AB**vom 14.10.2026 zu 6798/J (XXVIII. GP)**

Bundesministerium

Arbeit, Soziales, Gesundheit,
Pflege und Konsumentenschutzsozialministerium.gv.atKorinna Schumann
BundesministerinHerrn
Dr. Walter Rosenkranz
Präsident des Nationalrates
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2026-0.691.715

Wien, 5.10.2026

Sehr geehrter Herr Präsident!

Ich beantworte die an mich gerichtete schriftliche parlamentarische **Anfrage Nr. 6798/J des Abgeordneten Peter Wurm betreffend TikTok Shop in Österreich – Konsumentenschutz und Risiken für Jugendliche** wie folgt:

Frage 1:

- *Wurde seitens Ihres Ressorts eine Bewertung der konsumentenschutzrechtlichen Auswirkungen des TikTok Shop vorgenommen?*

Sicherheit und Fairness im Online-Handel sind mir als Konsumentenschutzministerin wichtige Anliegen, dies sind auch wesentliche Parameter von Geschäftspraktiken in der Gestalt von Social-Commerce. Erste Tipps für Konsument:innen bezüglich des neuen TikTok Shops hat mein Ressort bereits Anfang Juli 2026 auf konsumentenfragen.at veröffentlicht.

Frage 2:

- *Welche Risiken für Konsumenten sieht Ihr Ressort durch die Verknüpfung von Social Media, Influencer-Marketing und direkter Kaufmöglichkeit innerhalb einer App?*

Durch den TikTok Shop wird die Möglichkeit zum Erwerb von Produkten nahtlos in den bestehenden Feed eingebunden. Nutzer:innen können Produkte direkt über die Video-App bestellen ohne die Social Media Plattform zu verlassen. Die Grenzen zwischen Unterhaltung und Online-Shopping verschwinden dadurch weitgehend. TikTok tritt dabei nicht selbst als Verkäufer auf, sondern fungiert lediglich als Online-Marktplatz. Wer als Verkäufer, sprich Drittanbieter, agiert bleibt oftmals unklar. Die Geltendmachung von Verbraucher:innenrechten (z.B. Gewährleistungsansprüche) gestaltet sich zumeist schwierig bzw. unmöglich, wenn Händler ihren Sitz außerhalb der EU haben. Eine Untersuchung der Verbraucherzentrale Bundesverband hat gezeigt, dass auf dem TikTok Shop Sorgfaltspflichten nach dem EU-Gesetz über digitale Dienste (Verordnung (EU) 2022/2065, kurz „DSA“) nicht immer eingehalten werden. Weiters werden manipulative und potentiell suchterzeugende Designmuster eingesetzt, um die Nutzer:innen an die Online-Plattform zu binden und die Interaktion mit dieser sowie die Nutzungsdauer zu steigern (siehe Studienband „ADDICT“ der Arbeiterkammer Wien).

Frage 3:

- *Welche besonderen Risiken ergeben sich nach Einschätzung Ihres Ressorts für Minderjährige und junge Erwachsene?*

Mit der Integration der E-Commerce-Funktion auf TikTok werden insbesondere Jugendliche und vulnerable Verbraucher:innengruppen leicht verleitet, Impulskäufe zu tätigen. Influencer:innen beeinflussen das Konsumverhalten von Jugendlichen, da diese Vorbildfunktion für das junge Publikum haben. Eine rezente österreichische Studie im Auftrag der RTR-GmbH belegt ganz allgemein einen „saloppen“ Umgang der Influencer:innen mit der Kennzeichnung werblicher Inhalte. Im Detail hat das Österreichische Institut für angewandte Telekommunikation (ÖIAT) die auf TikTok praktizierte Schleichwerbung analysiert und zahlreiche problematische Praktiken aufgezeigt. Bereits im Jahr 2022 hat das CPC-Netzwerk aufgrund einer externen Warnmeldung des Europäischen Verbraucherverbandes (BEUC) die Praktiken der Social-Media-Plattform TikTok unter die Lupe genommen. TikTok hat sich damals zu umfangreichen Verbesserungen und der Einhaltung des EU-Verbraucherrechtes

verpflichtet. Derzeit evaluiert das Netzwerk der europäischen Verbraucherschutzbehörden diverse Zusagen des chinesischen Plattformanbieters.

Frage 4:

- *Plant Ihr Ressort, die Auswirkungen von Social-Commerce-Angeboten auf Konsumverhalten, Datenschutz und Jugendschutz wissenschaftlich evaluieren zu lassen?*

Eine vertiefte Untersuchung der Auswirkungen im Rahmen eigener Forschungsprojekte ist derzeit nicht vorgesehen. Die Thematik wird jedoch im Hinblick auf die weiteren Entwicklungen auf europäischer Ebene verfolgt. Die Europäische Kommission wird voraussichtlich noch heuer das Impact Assessment bezüglich eines Digital Fairness Acts („DFA“) vorlegen. Ein Fokus soll dabei auch auf Influencer-Marketing-Praktiken liegen.

Frage 5:

- *Wurde geprüft, ob die Gestaltung des TikTok Shop sogenannte „Dark Patterns“ enthält oder enthalten könnte, die Nutzer zu Kaufentscheidungen verleiten, etwa durch künstliche Verknappung, Countdown-Anzeigen, permanente Kaufempfehlungen oder besonders vereinfachte Kaufprozesse?*

Nicht durch mein Ressort, auf die Beantwortung zu Frage 2 wird verwiesen.

Frage 6:

- *Welche Maßnahmen werden gesetzt, um den Einsatz manipulativer Design- und Verkaufspraktiken auf Social-Commerce-Plattformen zu verhindern?*

Gemäß Artikel 25 DSA ist der Einsatz derartiger Praktiken für Online-Plattformen bereits verboten. Für die Durchsetzung der Sorgfaltsverpflichtungen der sehr großen Online-Plattformen ist die Europäische Kommission ausschließlich zuständig. Am 6.2.2026 hat die Europäische Kommission vorläufig festgestellt, dass das süchtig machende Design von TikTok gegen das Gesetz über digitale Dienste verstoßen hat. Eine endgültige Entscheidung ist noch ausständig.

Frage 7:

- *Welche Maßnahmen sind vorgesehen, um Jugendliche vor impulsiven oder manipulativen Kaufanreizen auf Social-Media-Plattformen zu schützen?*

Da Social-Media-Plattformen EU-weit bzw. weltweit agieren, ist ein nationaler Alleingang nicht zielführend, sowie aufgrund der Vollharmonisierung der Sorgfaltspflichten iRd DSA auch nicht möglich. Manipulative Designpraktiken von großen Online-Plattformen sind bereits jetzt Gegenstand von Verfahren des Vereins für Konsumenteninformation im Auftrag meines Ressorts.

Frage 8:

- *Wie beurteilt die Bundesregierung die Gefahr, dass durch die unmittelbare Verknüpfung von Unterhaltung, personalisierten Inhalten und Einkaufsmöglichkeiten das Konsumverhalten insbesondere junger Menschen gezielt beeinflusst wird?*

An dieser Stelle möchte ich auf das Regelungsvorhaben der Bundesregierung zur Novellierung des Audiovisuellen Mediendienste-Gesetzes (AMD-G) hinweisen, womit der Schutz von Minderjährigen unter 14 Jahren vor schädlichen Inhalten und suchtfördernden Plattform-Funktionen gewährleistet werden soll. Es soll eine Zugangssperre zu Video-Sharing-Plattformen, zu denen die meistgenutzten sozialen Netzwerke gehören, mit besonders jugendgefährdenden Funktionen für Kinder unter 14 Jahren eingeführt werden.

Fragen 9 bis 11:

- *Wie wird sichergestellt, dass im TikTok Shop sämtliche Informationspflichten gegenüber Konsumenten eingehalten werden und wer kontrolliert diese?*
- *Welche Kontrollen sind hinsichtlich der Identität und Seriosität der im TikTok Shop tätigen Händler vorgesehen?*
- *Wie wird die Einhaltung europäischer und österreichischer Produktsicherheitsvorschriften bei Waren überprüft, die über den TikTok Shop angeboten werden?*

Die Einhaltung von (Kennzeichnungs-)Anforderungen der Verordnung (EU) 2023/988 wird im Rahmen der laufenden Vollzugstätigkeit der zuständigen Behörden geprüft. In diesem Zusammenhang erfolgen fortlaufende Kontrollen des Angebots im TikTok Shop. Sofern Beschwerden oder sonstige Hinweise auf Nichtkonformitäten oder das Vorliegen unsicherer Produkte eingehen, werden die erforderlichen Erhebungen und gegebenenfalls

weitere Maßnahmen eingeleitet. Soweit andere produktbezogene Rechtsvorschriften betroffen sind, werden die jeweils zuständigen Behörden entsprechend informiert. Die Prüfung von Warenangeboten via TikTok unterscheidet sich nicht zur Vorgehensweise bei anderen Online-Marktplätzen.

Frage 12:

- *Welche Stelle ist für die Überwachung der Einhaltung konsumentenschutzrechtlicher Bestimmungen im TikTok Shop zuständig?*

Im Bereich der Marktüberwachung sind jene Behörden zuständig, die auch im Anhang I der nationalen Marktüberwachungsstrategie der Republik Österreich angeführt sind, sofern der jeweilige Sachverhalt in deren Zuständigkeitsbereich fällt. Für den Bereich der allgemeinen Produktsicherheit ist das Bundesministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz (BMASGPK) zuständig.

Frage 13:

- *Gab es bereits Gespräche zwischen Ihrem Ressort und TikTok hinsichtlich Konsumentenschutzfragen sowie die Problematiken in Bezug auf Jugendschutzfragen?*

Nein.

Frage 14:

- *Plant das Ressort Informations- oder Aufklärungskampagnen über die Risiken von Social-Commerce-Angeboten, insbesondere für Jugendliche und deren Eltern?*

Siehe Antwort zu Frage 1.

Frage 15:

- *Werden Daten aus dem Nutzungsverhalten auf TikTok - etwa Sehgewohnheiten, Interaktionen, Interessenprofile oder Verweildauer - auch für kommerzielle Produktempfehlungen genutzt?*

Hierzu liegen meinem Ressort keine Daten vor.

Fragen 16 bis 18:

- *Welche personenbezogenen Daten dürfen nach Kenntnis der Bundesregierung von TikTok zur Personalisierung von Produktempfehlungen und Werbung im Rahmen des TikTok Shop verwendet werden?*
- *Welche Kontroll- und Sanktionsmöglichkeiten bestehen, wenn personenbezogene Daten rechtswidrig für personalisierte Verkaufsförderung oder Profilbildung verwendet werden?*
- *Welche besonderen datenschutzrechtlichen Schutzmaßnahmen gelten für Minderjährige im Zusammenhang mit personalisierten Kaufempfehlungen und Werbung auf Social-Commerce-Plattformen?*

TikTok hat, wie jede andere Social-Media-Plattform, insb die Vorgaben der Datenschutz-Grundverordnung (Verordnung (EU) 2016/679, DSGVO), des DSA und soweit diese ebenso unter den Begriff der Video-Sharing-Plattform fällt, auch die Bestimmungen des AMD-G, einzuhalten. Weiterführende Fragen wären an die zuständige Ministerin für Justiz bzw. den Vizekanzler in seiner Zuständigkeit für Medienrecht zu richten.

Frage 19:

- *Welche Behörde ist für die Kontrolle der im TikTok Shop angebotenen Produkte hinsichtlich Produktsicherheit, Kennzeichnungspflichten und Verbraucherschutzbestimmungen zuständig?*

Siehe Antwort zu Frage 12.

Frage 20:

- *Wie wird sichergestellt, dass Produkte von Drittanbietern im TikTok Shop den österreichischen und europäischen Rechtsvorschriften entsprechen, insbesondere bei Anbietern mit Sitz außerhalb der Europäischen Union?*

Im Rahmen eines risikobasierten Ansatzes werden Produkte unabhängig von der jeweiligen Vertriebsform, sowohl im stationären Handel als auch im Online-Handel, überprüft. Darüber hinaus werden bei Anbietern aus Drittstaaten die Angaben zu der jeweiligen verantwortlichen Person in der EU überprüft.

Frage 21:

- *Welche Möglichkeiten haben österreichische Behörden, nicht konforme oder gefährliche Produkte im TikTok Shop rasch vom Markt entfernen zu lassen?*

Werden auf Online-Marktplätzen nicht konforme oder gefährliche Produkte iSd Verordnung (EU) 2023/988 angeboten, werden die betreffenden Online-Marktplätze über behördliche Kontaktadressen informiert und aufgefordert, die betroffenen Angebote innerhalb der gesetzlich vorgesehenen Frist zu entfernen. Darüber hinaus können gegebenenfalls Maßnahmen nach dem DSA ergriffen werden.

Frage 22:

- *Liegen Ihrem Ressort Erkenntnisse über Verstöße gegen Produktsicherheits- und Konsumentenschutzvorschriften auf vergleichbaren Social-Commerce Plattformen vor?*
 - a. Wenn ja, welche?
 - b. Was wurde gegen diese Verstöße vorgenommen?

Dem BMASGPK liegen bislang keine Beschwerden oder sonstige Hinweise auf Verstöße gegen Produktsicherheitsvorschriften im Zusammenhang mit dem TikTok Shop oder vergleichbaren Social-Commerce-Plattformen vor.

Mit freundlichen Grüßen

Korinna Schumann

	Unterzeichner	Bundesministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz
	Datum/Zeit	2026-10-14T14:49:54+02:00
	Aussteller-Zertifikat	CN=a-sign-corporate-07,OU=a-sign-corporate-07,O=A-Trust Ges. f. Sicherheitssysteme im elektr. Datenverkehr GmbH,C=AT
	Serien-Nr.	1088205675
Hinweis	Dieses Dokument wurde amtssigniert.	
Prüfinformation	Informationen zur Prüfung des elektronischen Siegels bzw. der elektronischen Signatur finden Sie unter: http://www.signaturpruefung.gv.at Informationen zur Prüfung des Ausdrucks finden Sie unter: https://www.sozialministerium.at/site/Ministerium/Willkommen_im_Ministerium/Amtssignatur/Amtssignatur	

	Unterzeichner	Parlamentdirektion
	Datum/Zeit-UTC	2026-10-14T15:32:59+02:00
Prüfinformation	Dieses Dokument wurde elektronisch besiegelt. Informationen zur Prüfung des elektronischen Siegels und des Ausdrucks finden Sie unter: https://www.parlament.gv.at/siegel	