

ANFRAGE

des Abgeordneten Peter Wurm

an die Bundesministerin für Arbeit, Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz

betreffend **TikTok Shop in Österreich – Konsumentenschutz und Risiken für Jugendliche**

Medienberichten zufolge plant die Plattform TikTok mit 15. Juni 2026 den Start ihres Online-Warenhandels.¹ Damit wirkt die Plattform nicht nur als soziales Netzwerk, sondern zugleich als digitaler Marktplatz. Einkäufe können direkt innerhalb der App erfolgen, ohne dass Nutzer die Plattform verlassen müssen.

Konsumentenschutzorganisationen haben bereits auf erhebliche Risiken hingewiesen – insbesondere die Vermischung von Unterhaltung, personalisierter Werbung und Einkaufsmöglichkeiten, die Gefahr von Impulskäufen, mangelnde Transparenz hinsichtlich der Anbieter sowie unzureichende Informationen über Produkte und Händler.

Besonders problematisch erscheint die Situation für Jugendliche. TikTok zählt zu den meist genutzten Plattformen dieser Altersgruppe. Durch algorithmisch gesteuerte Empfehlungen, Influencer-Marketing und integrierte Kaufmöglichkeiten besteht die Gefahr, dass Kaufentscheidungen spontan und ohne ausreichende Information getroffen werden. Zudem stellen sich Fragen hinsichtlich Produktsicherheit, Verbraucherrechten, Rückgabemöglichkeiten und der Durchsetzung europäischer Konsumentenschutzstandards gegenüber internationalen Anbietern.

In diesem Zusammenhang richtet der unterfertigte Abgeordnete an die Bundesministerin für Arbeit, Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz nachstehende

Anfrage

1. Wurde seitens Ihres Ressorts eine Bewertung der konsumentenschutzrechtlichen Auswirkungen des TikTok Shop vorgenommen?
2. Welche Risiken für Konsumenten sieht Ihr Ressort durch die Verknüpfung von Social Media, Influencer-Marketing und direkter Kaufmöglichkeit innerhalb einer App?
3. Welche besonderen Risiken ergeben sich nach Einschätzung Ihres Ressorts für Minderjährige und junge Erwachsene?
4. Plant Ihr Ressort, die Auswirkungen von Social-Commerce-Angeboten auf Konsumverhalten, Datenschutz und Jugendschutz wissenschaftlich evaluieren zu lassen?
5. Wurde geprüft, ob die Gestaltung des TikTok Shop sogenannte „Dark Patterns“ enthält oder enthalten könnte, die Nutzer zu Kaufentscheidungen verleiten,

¹ <https://www.derstandard.at/story/3000000322562/tiktok-setzt-mit-oesterreich-shop-auf-trend-zum-onlineeinkauf> (aufgerufen am 02.06.2026)

- etwa durch künstliche Verknappung, Countdown-Anzeigen, permanente Kaufempfehlungen oder besonders vereinfachte Kaufprozesse?
6. Welche Maßnahmen werden gesetzt, um den Einsatz manipulativer Design- und Verkaufspraktiken auf Social-Commerce-Plattformen zu verhindern?
 7. Welche Maßnahmen sind vorgesehen, um Jugendliche vor impulsiven oder manipulativen Kaufanreizen auf Social-Media-Plattformen zu schützen?
 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?
 9. Wie wird sichergestellt, dass im TikTok Shop sämtliche Informationspflichten gegenüber Konsumenten eingehalten werden und wer kontrolliert diese?
 10. Welche Kontrollen sind hinsichtlich der Identität und Seriosität der im TikTok Shop tätigen Händler vorgesehen?
 11. Wie wird die Einhaltung europäischer und österreichischer Produktsicherheitsvorschriften bei Waren überprüft, die über den TikTok Shop angeboten werden?
 12. Welche Stelle ist für die Überwachung der Einhaltung konsumentenschutzrechtlicher Bestimmungen im TikTok Shop zuständig?
 13. Gab es bereits Gespräche zwischen Ihrem Ressort und TikTok hinsichtlich Konsumentenschutzfragen sowie die Problematiken in Bezug auf Jugendschutzfragen?
 14. Plant das Ressort Informations- oder Aufklärungskampagnen über die Risiken von Social-Commerce-Angeboten, insbesondere für Jugendliche und deren Eltern?
 15. Werden Daten aus dem Nutzungsverhalten auf TikTok – etwa Sehgewohnheiten, Interaktionen, Interessenprofile oder Verweildauer – auch für kommerzielle Produktempfehlungen genutzt?
 16. Welche personenbezogenen Daten dürfen nach Kenntnis der Bundesregierung von TikTok zur Personalisierung von Produktempfehlungen und Werbung im Rahmen des TikTok Shop verwendet werden?
 17. Welche Kontroll- und Sanktionsmöglichkeiten bestehen, wenn personenbezogene Daten rechtswidrig für personalisierte Verkaufsförderung oder Profilbildung verwendet werden?
 18. Welche besonderen datenschutzrechtlichen Schutzmaßnahmen gelten für Minderjährige im Zusammenhang mit personalisierten Kaufempfehlungen und Werbung auf Social-Commerce-Plattformen?
 19. Welche Behörde ist für die Kontrolle der im TikTok Shop angebotenen Produkte hinsichtlich Produktsicherheit, Kennzeichnungspflichten und Verbraucherschutzbestimmungen zuständig?
 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?
 21. Welche Möglichkeiten haben österreichische Behörden, nicht konforme oder gefährliche Produkte im TikTok Shop rasch vom Markt entfernen zu lassen?
 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?



www.parlament.gv.at

