

# SORGFALTSPFLICHTEN VON ONLINE-MARKTPLÄTZEN

Eine Untersuchung zur Umsetzung von Artikel 30 und 31 des Digital Services Act (DSA).

17. Juni 2025

## Impressum

**Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände –  
Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.**

*Team Marktbeobachtung Digitales*

*[MBDigitales@vzbv.de](mailto:MBDigitales@vzbv.de)*

*Rudi-Dutschke-Straße 17*

*10969 Berlin*

*Der Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. ist im Deutschen Lobbyregister und im europäischen Transparenzregister registriert. Sie erreichen die entsprechenden Einträge [hier](#) und [hier](#).*

# INHALT

<b>VERBRAUCHERRELEVANZ</b>	<b>3</b>
<b>ZUSAMMENFASSUNG</b>	<b>4</b>
<b>I. HINTERGRUND UND METHODIK</b>	<b>4</b>
<b>II. ERGEBNISSE DER ÜBERPRÜFUNG</b>	<b>6</b>
1. Händlerregistrierung	6
1.1. Untersuchung der Händlerregistrierung	6
1.2. Abfrage von Pflichtinformationen	6
1.3. Überprüfung der Angaben	8
2. Verbraucherperspektive	8
2.1. Angaben zum Händler	8
2.2. Angaben zum verantwortlichen Wirtschaftsakteur in der EU	12
2.3. Angaben zum Produkt, Identifikation und Sicherheitshinweise	13
<b>III. FAZIT</b>	<b>16</b>

## VERBRAUCHERRELEVANZ

Händler aus der Europäischen Union, aber auch aus Drittstaaten, können auf Online-Marktplätzen direkt mit Verbraucher:innen in der Europäischen Union Geschäfte tätigen. Dabei vertraut ein Großteil der Menschen darauf, dass die angebotenen Produkte sicher sind und den gesetzlichen Vorgaben entsprechen.<sup>1</sup> Doch nicht immer wird diese Erwartung erfüllt, wie Beschwerden von Verbraucher:innen und Untersuchungen von Verbraucherschutzorganisationen regelmäßig aufzeigen: Auch unsichere und verbotene Produkte gelangen über Online-Marktplätze auf den europäischen Markt und stellen Risiken für Verbraucher:innen dar.<sup>2</sup>

Geht beim Online-Einkauf etwas schief oder stimmt etwas nicht mit der Ware, ist es für Verbraucher:innen wichtig zu wissen, an wen sie sich wenden können, um ihr Problem zu lösen. Insbesondere will ein Großteil der Verbraucher:innen auf den ersten Blick erkennen können, aus welchem Land die Ware versendet wird und wer der Verkäufer ist.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Laut einer repräsentativen Befragung des vzbv erwarten neun von zehn befragten Verbraucher:innen, dass die auf Online-Marktplätzen angebotenen Produkte sicher sind und den gesetzlichen Anforderungen in der EU entsprechen, wenn der Betreiber sein Angebot an Verbraucher:innen in Deutschland bzw. in der EU richtet (93 Prozent stimmen voll und ganz bzw. eher zu). Vgl. Verbraucherzentrale Bundesverband (2024): Online-Shopping: Verbraucher:innen erwarten sichere Produkte, <https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/online-shopping-verbraucherinnen-erwarten-sichere-produkte> (abgerufen am 30.04.2025).

<sup>2</sup> Vgl. beispielsweise Stiftung Warentest (2025): Abenteuer Schnäppchenjagd, <https://www.test.de/Online-Marktplaetze-Test-6199471-0/> (abgerufen am 30.04.2025) oder BEUC (2022): Products from online marketplaces continue to fail safety tests, [https://www.beuc.eu/sites/default/files/publications/beuc-x-2022-029\\_products\\_from\\_online\\_marketplaces\\_continue\\_to\\_fail\\_safety\\_tests.pdf](https://www.beuc.eu/sites/default/files/publications/beuc-x-2022-029_products_from_online_marketplaces_continue_to_fail_safety_tests.pdf) (abgerufen am 30.04.2025).

<sup>3</sup> 79 Prozent der Befragten halten es für sehr oder eher wichtig, dass auf den ersten Blick zu erkennen ist, wohin man die Ware bei einem Widerruf zurückschicken kann, aus welchem Land die Ware versendet wird und wer der Verkäufer ist. Vgl. Verbraucherzentrale Bundesverband (2024): Online-Shopping: Verbraucher:innen erwarten sichere Produkte, <https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/online-shopping-verbraucherinnen-erwarten-sichere-produkte> (abgerufen am 30.04.2025).

## ZUSAMMENFASSUNG

Der Digital Services Act (DSA) formuliert eine Reihe von Sorgfaltspflichten, die Betreiber von Online-Marktplätzen erfüllen müssen und die eine wichtige Rolle für den sicheren Online-Einkauf spielen. In der vorliegenden Untersuchung geht der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) der Frage nach, ob die Pflichten von den Anbietern erfüllt werden und inwiefern diese ausreichen, um Verbraucher:innen zu schützen.

Der vzbv überprüfte bei zehn ausgewählten Online-Marktplätzen, inwieweit die in Artikel 30 und 31 DSA formulierten Sorgfaltspflichten aus Händler- und Verbrauchersicht erfüllt werden.

Die beziehen sich unter anderem auf die Registrierungsprozesse für Händler auf den Online-Marktplätzen. Die Registrierungsprozesse sind auf den Webseiten der Online-Marktplätze ausführlich gestaltet und zeigen – soweit für Außenstehende überprüfbar – , dass die Plattformen die erforderlichen Daten der Händler in großem Umfang abfragen. In keinem der untersuchten Fälle war es möglich, sich mit fehlenden oder falschen (fiktiven) Angaben als Händler auf einem Online-Marktplatz zu registrieren.

Bei der Überprüfung aus Verbrauchersicht wird dagegen deutlich, dass die von den Händlern (beim Registrierungsprozess) eingetragenen Pflichtangaben den Nutzer:innen der Plattform nicht in ausreichendem Maß zur Verfügung gestellt und von den Online-Marktplätzen überprüft werden. Auf keiner der 30 exemplarisch überprüften Produktseiten waren alle untersuchten Pflichtinformationen vollständig vorhanden. Wiederholt fehlten bei den analysierten Produkten erforderliche Kontaktdaten des Händlers, des Herstellers oder des verantwortlichen Wirtschaftsakteurs in der Europäischen Union. Mitunter wurden hierzu widersprüchliche oder nicht eindeutige Angaben gemacht. Ebenso fehlten teilweise die vorgeschriebene Selbstverpflichtung des Händlers, die Informationen zum Handelsregister oder eindeutige Angaben zur Identifikation der angebotenen Produkte. Die festgestellten Defizite betreffen alle zehn untersuchten Online-Marktplätze in unterschiedlicher Ausprägung und sind mit Blick auf die umfangreiche Datenabfrage beim Registrierungsprozess nicht nachvollziehbar.

## I. HINTERGRUND UND METHODIK

Der vzbv hat bei zehn ausgewählten Online-Marktplätzen exemplarisch überprüft, inwiefern die im DSA formulierten Sorgfaltspflichten von den Betreibern eingehalten werden. Folgende Marktplätze waren Teil der Stichprobe: AliExpress, Amazon, Ebay, Kaufland, Mediamarkt, Otto, Shein, Temu, Wish und Zalando.

Die Online-Marktplätze hat der vzbv aufgrund ihrer Relevanz im deutschsprachigen Raum ausgewählt und diese Relevanz anhand der Statistik zum Jahresumsatz der

Top-5-B2C-Marktplätze im Geschäftsjahr 2023<sup>4</sup> sowie einer repräsentativen Verbraucherbefragung des vzbv aus dem August 2024<sup>5</sup> ermittelt.

Die Prüfung bezog sich auf Artikel 30 (Nachverfolgbarkeit von Unternehmen) und Artikel 31 (Konformität durch Technikgestaltung) DSA.<sup>6</sup>

Artikel 30 schreibt Anbietern von Online-Plattformen vor, bestimmte Informationen von Unternehmen einzuholen, bevor diese auf der Plattform aktiv werden können. Dazu gehören unter anderem Name, Anschrift, Telefonnummer und E-Mail-Adresse des Unternehmers, Handelsregister und Handelsregisternummer sowie eine Selbstbescheinigung, in der der Unternehmer sich verpflichtet, nur Produkte oder Dienstleistungen anzubieten, die den geltenden Vorschriften des Unionsrechts entsprechen. Die Plattformen sind zudem verpflichtet, die genannten Informationen den Nutzer:innen in klarer, leicht zugänglicher und verständlicher Weise zur Verfügung zu stellen.

Gemäß Artikel 31 müssen Online-Plattformen ihr Angebot so konzipieren, dass die Händler ihren Verpflichtungen in Bezug auf vorvertragliche Informationen, Konformität und Produktsicherheitsinformationen nachkommen können. Dazu gehört unter anderem die Möglichkeit, Name, Adresse, Telefonnummer und E-Mail-Adresse des verantwortlichen Wirtschaftsakteurs<sup>7</sup> bereitzustellen. Ebenso muss sichergestellt sein, dass Unternehmer Informationen zur klaren und eindeutigen Identifizierung der Produkte bereitstellen können.

Der vzbv analysierte mittels einer qualitativen Webseiten-Analyse insgesamt 30 exemplarisch ausgewählte Produktseiten auf den zehn Online-Marktplätzen (drei für jeden Anbieter – davon jeweils eine aus den Kategorien Kinderspielzeug, Elektronik und Kleidung). Diese wurden gewählt, da es sich um gängige Verbraucherproduktkategorien handelt, zu denen entweder regelmäßig Verbraucherbeschwerden vorgetragen werden (Kleidung) oder unsichere Produkte ernsthafte Folgen haben können (Kinderspielzeug, Elektronik). Damit wollte der vzbv herausfinden, ob die Plattformen Produkte anbieten, bei denen Nutzer:innen die Pflichtinformationen nicht erkennen können. Die Auswertung erfolgte anhand eines vorher entwickelten Kategoriensystems, das sich an den Gesetzesvorgaben orientiert. Zudem überprüfte der vzbv die Registrierungsprozesse für Händler auf den zehn Online-Marktplätzen, um herauszufinden, welche Pflichtangaben die Plattformen von den Unternehmern bei einer Neuregistrierung verlangen. Der vzbv hat die Anbieter zwischen dem 20. März und dem 7. April 2025 überprüft.

---

<sup>4</sup> EHI Retail Institute: E-Commerce-Markt Deutschland 2024, Poster, „Top-5-B2C-Marktplätze 2023“, <https://www.ehi.org/produkt/poster-e-commerce-markt-deutschland-2024-pdf> (abgerufen am 30.04.2025).

<sup>5</sup> Verbraucherzentrale Bundesverband (2024): Produktsicherheit auf Online-Marktplätzen. Chartbericht, S. 3, [https://www.vzbv.de/sites/default/files/2024-11/vzbv\\_Chartbericht\\_Produktsicherheit%20auf%20Online-Marktpl%C3%A4tzen.pdf](https://www.vzbv.de/sites/default/files/2024-11/vzbv_Chartbericht_Produktsicherheit%20auf%20Online-Marktpl%C3%A4tzen.pdf) (abgerufen am 30.04.2025).

<sup>6</sup> Gesetz über digitale Dienste, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=celex%3A32022R2065> (abgerufen am 30.04.2025)

<sup>7</sup> Gemäß der europäischen Marktüberwachungsverordnung dürfen bestimmte Produkte nur in Verkehr gebracht werden, wenn ein in der Europäischen Union niedergelassener Wirtschaftsakteur für diese Produkte verantwortlich ist. Dies kann der Hersteller, der Importeur, ein Bevollmächtigter oder ein Fulfillment-Dienstleister sein. Vgl. Verordnung (EU) 2019/1020 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Juni 2019 über Marktüberwachung und die Konformität von Produkten, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/ALL/?uri=CELEX:32019R1020> (abgerufen am 21.05.2025).

## II. ERGEBNISSE DER ÜBERPRÜFUNG

### 1. HÄNDLERREGISTRIERUNG

#### 1.1. Untersuchung der Händlerregistrierung

Für die Überprüfung der Umsetzung von Artikel 30 (1) DSA war von Interesse, inwieweit die Plattformen die vorgeschriebenen Pflichtinformationen tatsächlich von den Unternehmen abfragen. Zu diesem Zwecke hat der vzbv die Registrierung als Händler auf den verschiedenen Marktplätzen mit fiktiven Daten simuliert.

Bei drei der zehn ausgewählten Marktplätze war es nicht möglich, die Registrierung anzustoßen. Bei otto.de hatte dies technische Gründe. Wish setzt auf das invite-only-Prinzip, das eine Einladung durch die Plattform oder andere Händler voraussetzt. Bei Zalando müssen Unternehmen ein mehrstufiges Verfahren durchlaufen, das auch eine offline-Produktsichtung vorsieht. Bei diesen Plattformen kann folglich nicht bewertet werden, inwieweit die Pflichtinformationen bei der Händlerregistrierung abgefragt werden. Bei den übrigen sieben Marktplätzen wurde die Registrierung begonnen, aufgrund der Verwendung von fiktiven Testdaten und dem Fehlen erforderlicher Dokumente war ein Abschluss der Registrierung aber in keinem Fall möglich. Die folgenden Ergebnisse dieses Untersuchungsteils erlauben im Hinblick auf Artikel 30 also keine abschließende Bewertung, liefern aber Hinweise darauf, ob die neuen Pflichten durch die Marktplätze umgesetzt werden.

#### 1.2. Abfrage von Pflichtinformationen

Die grundlegenden Pflichtinformationen nach Artikel 30 (1) a), Name, Anschrift, Telefonnummer und E-Mail-Adresse des Unternehmers haben alle Marktplätze, die untersucht werden konnten, abgefragt. Bei fünf Plattformen konnte beobachtet werden, dass die Angaben automatisiert auf Vollständigkeit und Plausibilität geprüft wurden. Die Mail-Adressen und Telefonnummern mussten zudem gesondert bestätigt werden.

Auch die in Artikel 30 (1) b) geforderte Kopie des Identitätsdokuments haben alle Marktplätze, bei denen eine Überprüfung möglich war, abgefragt. Bei einigen Marktplätzen war der Upload einer Ausweiskopie nötig, andere, wie beispielsweise AliExpress, haben direkt eine Online-Authentisierung mittels Ausweisdokument vorgesehen.

Abbildung 1: Authentisierung mit Ausweisdokument bei AliExpress (Screenshot)

**Principal director information**

**\* Real person authentication**

1. The following fields will be automatically synchronized after real-person authentication is completed. Please prepare your ID and keep the network connected before authentication. Use the system camera to scan the code, or use Safari/Chrome and other browsers to scan the code to open. The number of authentication times is limited, please operate with caution.

2. You will go to the page provided by a third party for face recognition and license verification to complete identity verification. You must submit sensitive personal information such as face information and certificates to a third party. The privacy policies of third parties may be different from ours, and we cannot control the personal information you submit to third parties. Before responding to any services provided by third-party websites, you should carefully read the relevant privacy policies of third-party websites.

To complete real-person certification

**\* Country of Birth** **\* City of Birth**

Please select Please select

**Middle name**

Please enter

**\* Personal residence address certificate**

The ID card uploaded above records my residence address.  The ID card uploaded above does not have my address certificate.

**i** If your ID card copy does not contain a residential address or the address does not match, your application will be returned and additional POA will need to be submitted.

Das Einholen der erforderlichen Informationen zum Zahlungskonto nach Artikel 30 1) c) konnte der vzbv nicht auf allen Plattformen testen, da für den Registrierungsprozess geforderte Unterlagen (Urkunden, Ausweisdokumenten etc.) fehlten. Dort wo eine Überprüfung möglich war, wurden neben den reinen Kontodaten auch weitere umfangreiche Angaben zu den Kontoinhabern, den Unternehmensbesitzverhältnissen und steuerlichen Belangen abgefragt. Einzelne Plattformen setzten zudem auf eine weitergehende Validierung. Bei Shein mussten Kontounterlagen hochgeladen werden, bei Ebay war die Verknüpfung des Kontos via Online-Banking verpflichtend.

Abbildung 2: Verknüpfung des Zahlungskontos bei Ebay (Screenshot)

**ebay**

**Anmeldung für neue Verkäufer**

- Personenbezogene Daten
- Unternehmensadresse
- Angaben zur Auszahlung**
- Prüfen und senden

**Angaben zur Auszahlung**

Verknüpfen Sie ein Bankkonto, damit Sie Ihr Geld erhalten können. Wir benötigen diese Angaben auch, um ggf. von Ihnen geschuldete Beträge abbuchen zu können und um Ihre Identität zu verifizieren sowie geltende Vorschriften einzuhalten. [Mehr erfahren](#)

Finde meine Bank

Akzeptierte Banken und vieles mehr:

DKB COMMERZBANK comdirect  
DAB bank HypoVereinsbank Deutsche Bank

Meine Bank ist in einem SEPA-Land außerhalb Deutschlands

Da die Registrierungen im Rahmen der durchgeführten Prüfung sowohl für fiktive Händler mit Sitz innerhalb, als auch außerhalb der Europäischen Union erfolgte, konnte beobachtet werden, dass die Plattformen die Abfragen entsprechend anpassten. Dies betraf auch die Eintragung in ein Handelsregister nach Artikel 30 (1) d).

In welcher Form die Betreiber die Selbstbescheinigung nach Artikel 30 DSA (1) e) einholen, konnte nur unzureichend untersucht werden, da der vzbv die Registrierungsprozesse nicht abschließen konnte.

Im Rahmen der Untersuchung hat der vzbv beobachtet, dass einige der untersuchten Plattformen Informationen forderten, die über die Sorgfaltspflichten im DSA hinausgehen. So war bei Temu die Kopie der Gewerbeanmeldung erforderlich und bei Kaufland die Angabe einer für den Kundenservice verantwortlichen Person. Bei Kaufland und Shein war neben der Angabe der Handelsregistereintragung auch eine entsprechende Kopie sowie eine Kopie der Unterlagen zur Unternehmensgründung gefordert.

Im Rahmen dieser Untersuchung hat der vzbv nachvollzogen, welche Informationen die Plattformen bei der erstmaligen Registrierung abfragen. Der vzbv konnte allerdings nicht die Angaben untersuchen, die die Plattformen von den Händlern bei der Erstellung eines einzelnen Angebots abfragen, wie beispielsweise Informationen zum Hersteller oder Sicherheitshinweise zu einem einzelnen Produkt.

### 1.3. Überprüfung der Angaben

Artikel 30 DSA schreibt vor, dass die Plattform die Informationen des Händlers nicht nur einholen, sondern auch prüfen muss, bevor dieser am Handel auf der Plattform teilnehmen kann. Auch wenn die Möglichkeiten der Untersuchung in diesem Punkt begrenzt waren, so zeigt sich hier doch ein positives Bild.

Bei allen Plattformen wurden die Angaben (in unterschiedlicher Ausprägung) bereits auf der Eingabeseite auf Vollständigkeit und Plausibilität geprüft, wobei die jeweiligen Länderformate von Dokumenten wie Handelsregistereinträgen und Ausweisdokumenten berücksichtigt wurden. Eine Registrierung mit unvollständigen Angaben war auf allen untersuchten Plattformen nicht möglich und auch die Registrierung mit falschen Angaben und fiktiven Dokumenten führte in keinem der Versuche zum Erfolg.

## 2. VERBRAUCHERPERSPEKTIVE

### 2.1. Angaben zum Händler

Bei allen untersuchten Produkten war der **Name des Unternehmers** angegeben, der den Artikel anbietet. Dabei unterscheidet sich der Verkäufer- bzw. Shop-Name mitunter deutlich vom Firmennamen des Unternehmers (beispielsweise: Shop-Name bei Shein: JOTTY; zugehöriger Firmen-/Geschäftsname: Guangzhou Shequan Garment Accessories Co., Ltd.). In 7 von 30 Fällen war nur der Name des Shops, aber nicht der Firmenname angegeben. Und dort, wo die Händlernamen zu finden waren, waren die Angaben nicht immer verständlich oder eindeutig (Beispiel: Unternehmensname bei Ebay: „guangdongyuxingkejishiyeyouxiangongsi“; zugehöriger Shop-Name: „Mould King Official“, an anderer Stelle jedoch „MOULD KING“ bzw. „mouldking“ oder „moulding“).

Abbildung 3: Händlerangaben bei Ebay (Screenshot)

### Kontaktinformationen des Verkäufers

**Unternehmensname**  
guangdongyuxingkejishiyexiangongsi

**Verkäufer**  
Chen Weixin

**Adresse**  
Xiangnangongyequ, GuangyijiedaoShangkeng, shantou, 广东省, 515800, China

**Telefon**  
+86 17833946996

**E-Mail**  
yuxinebay@163.com

Bei 29 der 30 Produkte war eine **Anschrift des Händlers** angegeben. Nicht in allen Fällen jedoch handelte es sich um für deutsche Verbraucher:innen leicht verständliche Angaben. Zum Teil enthielten die Adressen chinesische Schriftzeichen (Beispiel von Wish: „龙湖区鸥汀街道旧地昌业街 1 号 101 房 汕头市, 广东省 Festland China (CN), 515000“) oder es schien sich um maschinelle Transliterationen zu handeln, die schwer entzifferbar sind (Beispiel von Amazon: „nanshanjiedao penquanbeijie11haojingxinghaishangguangchangerqi1202 shenzhenshi qianhaishenganghezuoqu China 518000 CN“).

Abbildung 4: Händlerangaben bei Wish (Screenshot)

### Store Info

**VAT ID**  
Not Provided

**Business Address**  
龙湖区鸥汀街道旧地昌业街1号  
101房 汕头市, 广东省  
Festland China (CN), 515000

Abbildung 5: Händlerangaben bei Amazon (Screenshot)

**Impressum & Info zum Verkäufer**

**Business-Verkäufer**

**Geschäftsname:** shenzhenshishunshidianziyouxiangongsi

**Geschäftsart:** Unternehmen in Privatbesitz

**Handelsregisternummer:** 91440300MA5F43W46H

**UStID:** DE319708696

**Telefonnummer:** +86 17688718971

**E-Mail:** shunshiee@hotmail.com

**Geschäftsadresse:**

nanshanjiedao  
penquanbeijie11haojingxinghaishangguangchangerqi1202  
shenzhenshi  
qianhaishenganghezuoqu  
China  
518000  
CN

Nicht immer war dem Händler eine bestimmte Anschrift eindeutig zuzuordnen. So waren beispielsweise in der Produktbeschreibung eines Artikels bei Mediamarkt sowohl eine Adresse in Deutschland als auch eine in Frankreich angegeben. In den Händlerdaten fand sich wiederum eine Adresse in Tschechien. Diese fehlende Eindeutigkeit der Angaben kann für Verbraucher:innen ein Problem darstellen, wenn dadurch nicht klar ist, wo der Händler seinen Sitz hat und an welcher Anschrift er zu erreichen ist.

Eine genauere Prüfung im Rahmen dieser Untersuchung ergab zudem, dass die angegebenen Informationen nicht immer plausibel oder zum Teil auch fehlerhaft waren. In dem betrachteten Angebot bei Mediamarkt handelte es sich bei der deutschen Anschrift um eine veraltete Adresse des Händlers und bei der französischen Anschrift um den Sitz eines Import-Export-Unternehmens, bei dem nicht klar ist, inwieweit es mit dem Händler in Verbindung steht. Hinter den Adressdaten in Tschechien verbarg sich schlicht eine Logistikhalle des Prager Flughafens.

Eine vollständige **Händler-Telefonnummer** war lediglich bei 17 von 30 überprüften Artikeln angegeben. In den anderen Fällen fehlte sie entweder komplett (bei einem Ebay-Artikel sowie bei allen geprüften Artikeln von Shein, Wish und Zalando) oder es war keine Ländervorwahl angegeben (bei den drei überprüften Produkten von AliExpress).

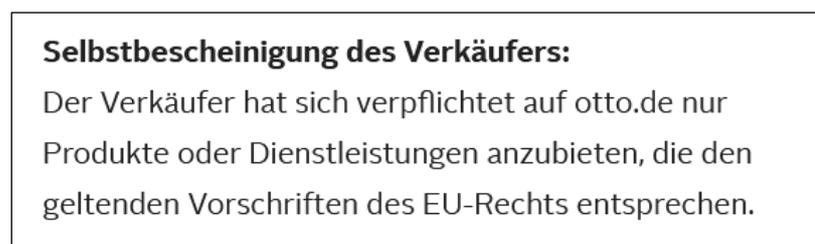
In 23 von 30 Fällen war eine **E-Mail-Adresse des Händlers** zu finden. Bei den Verkäufern mit Sitz in China handelte es sich zum Teil um Adressen, die sich aus langen Ziffernfolgen zusammensetzen. Dadurch ist zumindest fraglich, inwiefern diese E-Mail-Adressen verständlich sind. Verbraucher:innen können dadurch abgeschreckt sein (Beispiele: „13513380776@163.com“, „184690982@qq.com“). Bei den geprüften Artikeln von Shein und Wish war grundsätzlich keine Händler-E-Mail-Adresse zu finden, ebenso bei einem Artikel von Ebay.

Vollständige Angaben zum **Handelsregister** und zur **Handelsregisternummer des Unternehmers** beziehungsweise zu einer gleichwertigen Kennung lagen bei 11 der 30 überprüften Produkte vor. Teilweise war zwar eine Nummer angegeben, nicht jedoch der Name des Registers / Gerichts. Teilweise handelte es sich um Umsatzsteuer-Identifikationsnummern. Bei den untersuchten Artikeln von Shein waren die Angaben zum

Handelsregister zwar vorhanden, aber aus nicht ersichtlichen Gründen unkenntlich gemacht worden (Beispiel: „Gewerbe-/Firmenregistrierungsnummer: 92\*\*\*\*\*D“). Bei den untersuchten Produkten von Ebay, Wish und Zalando fehlten Angaben zum Handelsregister grundsätzlich. Auch bei Angeboten, bei denen die Angaben vorhanden waren, konnten vereinzelt Mängel festgestellt werden. So gab ein Marktplatzhändler bei Mediamarkt zwar eine Handelsregisternummer an, jedoch wäre diese im Zweifel für die Verbraucher:innen wenig hilfreich gewesen, da das Unternehmen seit über zwei Jahren unter einer anderen Nummer in einem anderen Handelsregister firmiert. Auch die Geschäftsführer und Adresdaten des Unternehmens waren nicht mehr aktuell.

Bei 23 der 30 geprüften Produkte fand sich ein Hinweis zur **Selbstbescheinigung** des Unternehmers, in der sich dieser verpflichtet, nur Produkte oder Dienstleistungen anzubieten, die den geltenden Vorschriften des Unionsrechts entsprechen (Beispiel von Otto: „Der Verkäufer hat sich verpflichtet auf otto.de nur Produkte oder Dienstleistungen anzubieten, die den geltenden Vorschriften des EU-Rechts entsprechen.“). Bei einem Ebay-Artikel sowie bei allen geprüften Produkten von Shein und Wish fehlte ein solcher Hinweis.

Abbildung 6: Selbstbescheinigung bei Otto (Screenshot)



Die Art und Weise, wie die oben genannten Informationen den Verbraucher:innen bereitgestellt werden, unterschied sich teils deutlich je nach Online-Marktplatz. Teilweise präsentierten die Anbieter die Händlerangaben an verschiedenen Stellen auf der Produktseite oder in einem Pop-up-Fenster. Mitunter müssen Nutzer:innen eine separate Händlerseite mit den entsprechenden Daten aufrufen. Ein Beispiel für eine vergleichsweise umständliche Darstellung der Händlerinformationen findet sich bei AliExpress: Dort öffnen sich per Mouse-over über dem Händlernamen zunächst die „Shop-Informationen“. Klickt man darin auf „Geschäftsinformationen“, öffnet sich eine separate Seite, auf der unter anderem der Händlernamen, die Telefonnummer und die (E-Mail-)Adresse in relativ kleiner Schriftgröße dargestellt sind. Diese Angaben lassen sich nicht vergrößern und auch nicht markieren oder kopieren. Es ist fraglich, ob die Informationen in dieser Form tatsächlich in „klarer, leicht zugänglicher und verständlicher Weise“ zur Verfügung gestellt werden.

Abbildung 7: Händlerangaben bei AliExpress (Screenshot)

Geschäfts Informationen	
Bitte sehen Sie die Geschäfts Informationen des Verkäufers unten.	
Geschäfts lizenz/Informationen	
Firmenname:	Zhengzhou Shangjie District Addition and Subtraction Daily Department Store
Umsatzsteuer-Nummer:	92410106MA9FAK0W89
Gewerbliche Lizenz-Registrierung nummer:	92410106MA9FAK0W89
Address:	China, Henan Province, Zhengzhou City, Shangjie District, No. 36, Unit 3, Building 37, Yard 52, Xuchang Road, Xiawo Town, 450000
Gesetzlicher Vertreter:	Hao Yilong
Geschäfts bereich:	Retail: General merchandise, toys, outdoor products, clothing and apparel
Etabliert:	2020-06-18
Meldebehörde:	State Administration for Market Regulation
Telefon nummer:	15036113981
E-Mail:	2748843102@qq.com
Mail Order Report Number:	
<p>以上信息为商家自助填写，英文为系统翻译，AliExpress不保证信息及翻译的真实性和准确性，仅作参考信息使用，请勿用于包括VAT、ERP申请在内的任何校验。</p> <p>Der Verkäufer garantiert, dass die oben genannten selbst deklarierten Informationen wahr, genau und gültig sind. Wenn Verstöße festgestellt werden, wird der Verkäufer gemäß den AliExpress-Regeln bestraft oder trägt die entsprechende Verantwortung gemäß den geltenden Gesetzen.</p> <p>Die Geschäfts Informationen des Verkäufers befinden sich in der Amtssprache des Landes, in dem er registriert ist. Englische Inhalte werden automatisch nur für die Bequemlichkeit der Verbraucher übersetzt und leichter zu verstehen, von wem sie kaufen. Ali Express garantiert nicht die Richtigkeit der englischen Übersetzung.</p> <p>Verkäufer auf AliExpress sind Fachleute, die gewerblichen Tätigkeiten ausüben(Händler). Die Verpflichtungen in Bezug auf den Kaufvertrag, die Lieferung und den Kundendienst nach dem Verkauf werden vom jeweiligen Verkäufer getragen.</p> <p>Als Marktplatz bietet AliExpress Kundendienst und Unterstützung bei Streitigkeiten an, die zwischen Verkäufern und Käufern auftreten können. Sie können eine Auseinandersetzung über das Zentrum des Käufers oder das Kundendienstportal einleiten.</p> <p>Der Verkäufer verpflichtet sich, nur Produkte oder Dienstleistungen anzubieten, die den geltenden Vorschriften in der Europäischen Union entsprechen.</p>	

## 2.2. Angaben zum verantwortlichen Wirtschaftsakteur in der EU

Bei 18 der 30 geprüften Produktseiten war eindeutig ein **Name des Herstellers** angegeben. Auf der Plattform Shein war für keines der untersuchten Angebote erkennbar, welcher Hersteller hinter dem Produkt steht. Bei Mediamarkt und Otto waren die Angaben unklar formuliert, sodass für Verbraucher:innen nicht klar ist, ob es sich bei dem angegebenen Unternehmen um den Verkäufer oder (auch) den Hersteller handelt. Auf einzelnen Produktseiten (6 von 30) fanden sich zudem mehrere, unterschiedliche Angaben zum Hersteller.

Auch die weiteren Angaben, wie die **Anschrift des Herstellers**, waren bei der Mehrheit der untersuchten Angebote unvollständig. Mitunter wich die angegebene Adresse von der Anschrift ab, die auf Fotos der Verpackung oder in Sicherheitshinweisen / Bedienungsanleitungen erkennbar waren. Nur auf 12 der 30 Produktseiten war eine eindeutige Adresse für den Hersteller angegeben. Doch auch diese ist für Verbraucher:innen nicht immer hilfreich. So fanden sich bei Amazon Adressen, die offensichtlich lediglich aus dem Chinesischen transliteriert waren („*Baoanqu hangchengjiedaoSanweishequ Hangkonglu Huafengzhigu-hangchenggaokejichanyeyuanAzuo3ceng312hao Shenzhen, Guangdong, CN, 518000*“) und den Verbraucher:innen bei Schriftverkehr oder Rücksendungen sicherlich wenig geholfen hätten. Eine nützliche Anschrift war nur bei 8 der 30 geprüften Angebote zu finden.

Nur bei der Hälfte (15 von 30) der Produkte war eine **E-Mail-Adresse des Herstellers** angegeben. Jedoch waren diese Angaben teilweise widersprüchlich. Die genannten E-Mail-Adressen wichen teils von denen ab, die auf Fotos der Verpackung erkennbar waren. Darüber hinaus waren auf 5 der 12 geprüften Produktseiten auf den Plattformen AliExpress, Amazon, Ebay, Temu Unregelmäßigkeiten zu beobachten. Hier waren die E-Mail-Adressen des Herstellers identisch mit der, die als Adresse des Händlers angegeben war. Und das obwohl zwei unterschiedliche Unternehmen als Hersteller und Händler genannt wurden.

Sitzt ein Hersteller außerhalb der Europäischen Union, muss ein **verantwortlicher Wirtschaftsakteur** benannt werden, also ein Unternehmen, das Verbraucher:innen innerhalb der Union als Ansprechpartner zur Verfügung steht. Die Untersuchung zeigt jedoch, dass Verkäufer und Hersteller in einigen Fällen nicht eindeutig benannt sind. Damit ist Verbraucher:innen nicht immer klar, ob gegebenenfalls ein EU-Verantwortlicher als Ansprechpartner dient. So war auf acht Produktseiten, die sich alle auf deutschen Marktplätzen (Kaufland, Otto, Zalando) fanden, nicht erkennbar, an welchen verantwortlichen Wirtschaftsakteur man sich wenden kann. Bei den untersuchten Produktseiten, die eindeutig Produkte von außereuropäischen Herstellern beinhalteten, wurde zwar mehrheitlich (in 17 von 21 Produkten, die außerhalb der Europäischen Union produziert wurden) ein verantwortlicher Wirtschaftsakteur genannt. Allerdings waren mindestens 13 von den 16 EU-Verantwortlichen Agenturen, die dies offensichtlich als Dienstleistung erbringen und jeweils auf diversen Marktplätzen für zahlreiche Anbieter / Hersteller auftreten. Die Agenturen saßen in den untersuchten Fällen häufig im EU-Ausland. Wie belastbar ein solcher Kontakt im Falle eines Problems für die Verbraucher:innen ist, erscheint fraglich.

Ebenfalls fiel bei 5 der 10 untersuchten Plattformen die Platzierung der Pflichtinformationen kritisch auf. So verbargen sich die Angaben zum Hersteller beziehungsweise zum EU-Verantwortlichen teils hinter nicht eindeutigen Bezeichnungen, wie „Kontakte“ oder sie fehlten komplett, wie auf einigen untersuchten Produktseiten bei Wish. Dass in einem anderen Angebot bei Wish die Angaben zum Hersteller im Freitextfeld der Artikelbeschreibung zu finden waren, deutet darauf hin, dass hier ein Händler zwar Informationen bereitstellen wollte, dies von der Plattform aber gar nicht vorgesehen ist.

### 2.3. Angaben zum Produkt, Identifikation und Sicherheitshinweise

Angaben zur klaren und eindeutigen **Identifizierung** fanden sich lediglich bei 9 der 30 untersuchten Produkte, und zwar in Form einer EAN (European Article Number) oder GTIN (Global Trade Item Number). In den weiteren Fällen waren mitunter andere Produktidentifikations- oder Artikelnummern angegeben, bei denen allerdings fraglich ist, inwiefern sie für Verbraucher:innen eine eindeutige Identifizierung des Produkts ermöglichen (beispielsweise die Angaben ASIN (Amazon Standard Identification Number) bei Amazon oder SKU (Stock Keeping Unit) bei Shein).

**Sicherheits- oder Warnhinweise** waren auf den Produktseiten von insgesamt 8 der 30 untersuchten Produkte angegeben (Beispielsweise: „Achtung: Nicht für Kinder unter 3 Jahren geeignet.“ oder „Kunststoffe von Feuer fernhalten“). In drei weiteren Fällen konnte ein Benutzerhandbuch in Form eines PDF-Dokuments heruntergeladen werden, in dem sich Warnhinweise zum Produkt fanden. Bei insgesamt vier Produkten waren die Warnhinweise allerdings nur auf Englisch verfügbar. In allen übrigen bis auf einen Fall ist es für Verbraucher:innen schwierig zu beurteilen, ob entsprechende Hinweise auf der Produktseite fehlen oder ob für das Produkt tatsächlich keine Warnungen erforderlich sind. Nur in einem Fall fand sich ein klarstellender Hinweis (Beispiel von Otto: „Es liegen keine Warnhinweise vor.“).

Abbildung 8: Warnhinweis bei Ebay (Screenshot)



Abbildung 9: Warnhinweis bei Otto (Screenshot)

HINWEISE	
<b>Warnhinweise</b>	Es liegen keine Warnhinweise vor.
<b>Altersempfehlung</b>	ab 12 Monaten

Zum Teil waren bei den geprüften Artikeln **ergänzende Dokumente** mit weiteren Produktinformationen abrufbar. Neben den erwähnten Benutzerhandbüchern wurde etwa bei einem Produkt von AliExpress ein Scan eines CE-Zertifikats als Download bereitgestellt. Bei näherer Betrachtung warf das Dokument allerdings mehr Fragen auf, als es beantwortete, da die Produktangaben und -fotos im Zertifikat nicht zum angebotenen Artikel zu passen schienen. Auf allen geprüften Produktseiten von Amazon konnten jeweils auch Fotos der Verpackung abgerufen werden, auf denen ebenfalls CE-Kennzeichen und weitere Produktmerkmale sichtbar waren. Mitunter war die Auflösung dieser Bilder aber zu niedrig, um die Informationen auf der Verpackung vollständig lesen zu können.

Abbildung 10: CE-Zertifikat bei AliExpress (Screenshot)



Abbildung 11: Foto einer Produktverpackung bei Amazon (Screenshot)



Die exemplarisch überprüften Produkte waren auf den Online-Marktplätzen zum Teil besonders hervorgehoben. Beispielsweise wurden sie als „#1 Bestseller“ (Shein) in bestimmten Kategorien bezeichnet. Immer wieder wurden die Produkte mit hohen Rabatten beworben, etwa als „Blitzangebot“ (Amazon) oder „Willkommensangebot“ (AliExpress). Außerdem fanden sich bei den geprüften Angeboten Qualitätsversprechen wie „Dies ist ein Top-Produkt. Verkauft von Premier-Händler. Premier-Händler bieten ihren Kunden eine durchwegs positive Erfahrung“ (Wish) oder „Verkäufer mit Top-Bewertung [...] Einer der besten Verkäufer [...] Bietet stets einen hervorragenden Kundenservice“ (Ebay). Dass auch bei diesen Händlern bzw. Produkten unvollständige oder fehlerhafte Angaben festgestellt wurden, zeigt, dass auf die Werbeversprechen der Marktplatz-Betreiber unter Umständen kein Verlass ist. Dies kann für Verbraucher:innen besonders ärgerlich sein.

### III. FAZIT

Die Analyse ausgewählter Artikel auf zehn Plattformen und 30 Produktseiten zeigt: Diverse Pflichtangaben, die die Online-Marktplätze von den Händlern erheben, werden den Verbraucher:innen nicht in ausreichendem Maß zugänglich gemacht. Verbraucher:innen, die sich bei einem Online-Marktplatz für ein Produkt von einem Händler außerhalb der Europäischen Union interessieren, können sich nicht darauf verlassen, vollständige und klare Angaben zu den zuständigen Ansprechpartnern oder zur Produktsicherheit zu erhalten.

Verbraucher:innen haben ein Recht auf sichere Produkte und die sorgfältige Einhaltung von Verbraucherrechten. Beides ist in der Realität zu häufig nicht gegeben. Kommt es zu Problemen, haben Betroffene zu oft keinen Ansprechpartner. Für Verbraucher:innen ist es wichtig, sich an einen Verantwortlichen mit den notwendigen Kompetenzen und Ressourcen wenden zu können, der auch wirklich erreichbar und greifbar ist. Zudem muss den Betreibern von Online-Marktplätzen mehr Verantwortung für das zugewiesen werden, was auf ihren Plattformen passiert.