

Social Commerce: Sorgfaltspflichten bei TikTok Shop

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

24. September 2025

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.¹ Eine Untersuchung der Verbraucherzentrale aus dem Juli 2025 zeigt jedoch diverse Mängel bei der Umsetzung der Sorgfaltspflichten des Digital Services Acts (DSA) auf Online-Marktplätzen.² Beschwerden von Verbraucher:innen und Untersuchungen von Verbraucherschutzorganisationen zeigen regelmäßig auf: Unsichere und verbotene Produkte gelangen über Online-Marktplätze auf den europäischen Markt und stellen Risiken für Verbraucher:innen dar.³

¹ 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).

² Vgl. Verbraucherzentrale Bundesverband (2025): Online-Shopping: Wichtige Produktinformationen fehlen häufig, <https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/online-shopping-wichtige-produktinformationen-fehlen-haeufig> (abgerufen am 06.08.2025).

³ 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 (abgerufen am 30.04.2025).

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.⁴

1. Zusammenfassung

Der 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 der Ende März 2025 in Deutschland gestartete TikTok Shop die Sorgfaltspflichten gemäß Artikel 30 und 31 DSA erfüllt und inwiefern diese ausreichen, um Verbraucher:innen zu schützen.

Die Untersuchung zeigt, dass auf keiner der überprüften Produktseiten Angaben zum Händler in klarer und verständlicher Weise bereitgestellt werden. Ebenso sind auf keiner der drei überprüften Produktseiten alle notwendigen Pflichtinformationen vollständig vorhanden.

Wiederholt fehlten bei den analysierten Produkten eindeutige Händlerbezeichnungen und klare Informationen zur Kontaktadresse. Fraglich waren teilweise die Angaben zum verantwortlichen Wirtschaftsakteur in der Europäischen Union. Mitunter wurden hierzu nicht nachvollziehbare oder vermutlich inkorrekte Angaben gemacht. In allen untersuchten Fällen fehlten Angaben zur klaren und eindeutigen Identifikation der angebotenen Produkte.

Die festgestellten Defizite sind mit Blick auf die umfangreiche Datenabfrage beim Registrierungsprozess für Händler nicht nachvollziehbar. Der Registrierungsprozess auf TikTok Shop – soweit im Rahmen der Untersuchung für Außenstehende überprüfbar – zeigt, dass die Plattform die erforderlichen Daten der Händler in großem Umfang zwar abfragt, sie den Verbraucher:innen aber nicht immer zur Verfügung stellt.

2. Hintergrund und Methodik

Bei TikTok Shop⁵ handelt es sich um eine Social Commerce-Plattform. Das heißt, eine E-Commerce-Funktion ist zusätzlich zu den Funktionen der sozialen Interaktion in die App integriert. Nutzer:innen können Produkte direkt über die Video-App bestellen. Sie müssen nicht mehr in einem separaten Online-Shop nach beworbenen Produkten suchen oder die App für den Kaufabschluss

⁴ 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).

⁵ TikTok Shop ist seit dem 31. März 2025 in Deutschland verfügbar und war daher noch nicht Teil der Stichprobe der ersten Untersuchung zu Sorgfaltspflichten von Online-Marktplätzen des vzbv. Weitere vergleichbare Social Commerce Plattformen sind in Deutschland aktuell nicht verfügbar.

verlassen. Die Grenzen zwischen Unterhaltung und Online-Shopping verschwimmen. Jedes Video wird zur potenziellen Werbeanzeige, über die mit wenigen Klicks direkt gekauft werden kann. Gerade wenn Influencer:innen in unterhaltsamer Weise Produkte präsentieren, werden sie von Follower:innen eher als vertrauenswürdige Empfehlungsgeber:innen gesehen als reine Werbetreibende. Auch sozialer Gruppendruck kann eine Rolle bei der Kaufentscheidung spielen. All das kann unüberlegte und spontane Kaufentscheidungen begünstigen und öffnet Türen für potenzielle Manipulation.⁶

Die Prüfung bezog sich auf Artikel 30 (Nachverfolgbarkeit von Unternehmen) und Artikel 31 (Konformität durch Technikgestaltung) DSA.⁷

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 Kontaktinformationen des Unternehmers, Handelsregisterinformationen 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 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 Kontaktinformationen des verantwortlichen Wirtschaftsakteurs⁸ bereitzustellen. Ebenso muss sichergestellt sein, dass Unternehmer Informationen zur klaren und eindeutigen Identifizierung der Produkte bereitstellen können.

Der vzbv analysierte mittels einer qualitativen Analyse innerhalb der Android-App von TikTok insgesamt drei exemplarisch ausgewählte Produktseiten auf TikTok Shop (jeweils 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 Plattform Produkte anbietet, 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 den Registrierungsprozess für Händler bei TikTok Shop, um herauszufinden, welche Pflichtangaben die Plattform von den Unternehmern bei einer Neuregistrierung verlangt. Der vzbv hat den Anbieter zwischen dem 1. und dem 17. Juli 2025 überprüft.

⁶ Institut der deutschen Wirtschaft (2024): Influencer – Markt, Macht und Manipulation, https://www.iwkoeln.de/fileadmin/user_upload/Studien/Report/PDF/2024/IW-Report_2024-Creatorbranche.pdf (abgerufen am 14.08.2025).

⁷ Gesetz über digitale Dienste, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=celex%3A32022R2065> (abgerufen am 30.04.2025)

⁸ 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 Fulfilment-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).

3. Ergebnisse

1. Verbraucherperspektive

Angaben zum Händler

Bei allen untersuchten Produkten war der **Name** des Unternehmers angegeben, der den Artikel anbietet. Dabei unterscheidet sich der Verkäufer- beziehungsweise Shop-Name mitunter deutlich vom Firmennamen des Unternehmers (zum Beispiel Angabe „Verkauft durch“: WOAUTO; zugehöriger „Rechtlicher Unternehmensname“: Xiamen Siming District Timier E-commerce Store (Individual Industrial and Commercial)) (vergleiche Abbildung 1). In der Produktkategorie „Kleidung“ war darüber hinaus noch ein sogenannter „Handelsname“ des Unternehmers angegeben, der sich wiederum von den beiden anderen Angaben unterschied (Verkauft durch: EDOLYNSA Apparel, Rechtlicher Unternehmensname: Wuhan Shi Duoli Electronic Commerce Co, Ltd., Handelsname: wuhanduolisi). Damit sind Verbraucher:innen mit drei unterschiedlichen Namen konfrontiert.

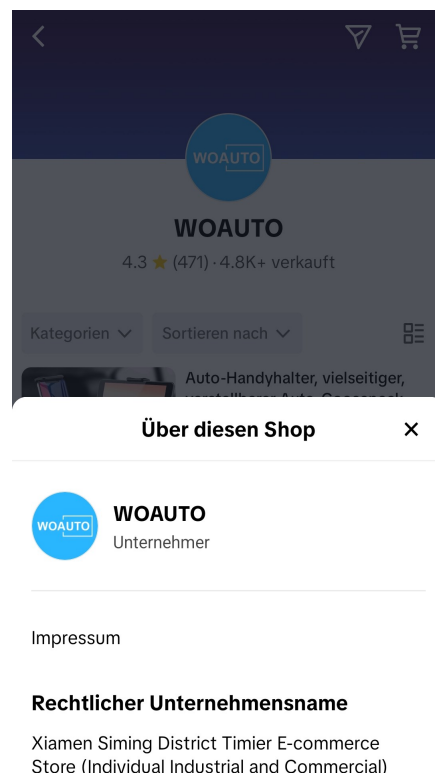


Abbildung 1: Verkäufer WOAUTO auf TikTok Shop (Screenshot vom 01.07.2025).

Zwar war in allen drei Fällen eine **Anschrift** des Unternehmens vorhanden (alle drei mit Sitz in China). Jedoch scheint TikTok Shop standardmäßig zwischen „eingetragener Adresse“ und „Kontaktadresse“ zu unterscheiden. In einem Fall wurden in diesen beiden Kategorien zwei leicht voneinander abweichende Adressen angegeben, so dass dem Händler aus Verbrauchersicht keine Anschrift eindeutig zugeordnet werden kann (vergleiche Abbildung 2)

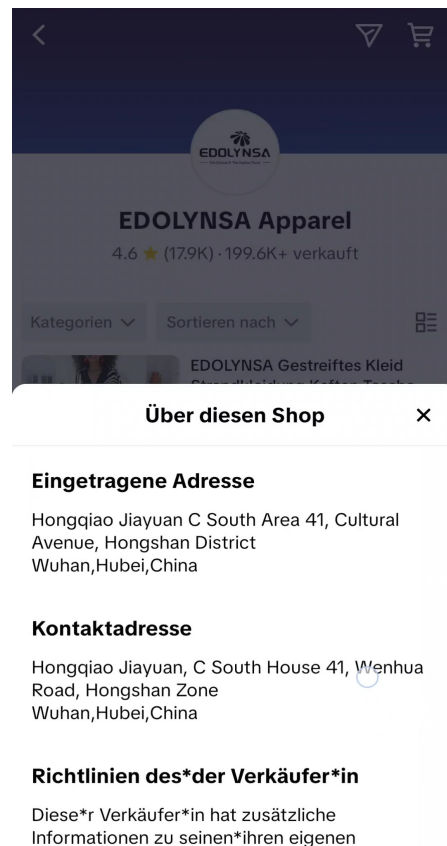


Abbildung 2: Abweichende Adressen beim Verkäufer EDOLYNSA Apparel (Screenshot vom 17.07.2025).

Es bleibt unklar, warum TikTok Shop in allen untersuchten Fällen jeweils zwei bzw. drei Händlerbezeichnungen angibt und die Angabe unterschiedlicher Adressen anbietet und zulässt. Finden sich hier unterschiedliche Angaben, so ist für Verbraucher:innen unter Umständen nicht immer zu erkennen, was die maßgeblichen und verbindlichen Unternehmensnamen oder Adressen sind. Aus Sicht des vzbv entspricht dies nicht der gesetzlichen Anforderung, dass die Angaben zum Händler in klarer und verständlicher Weise bereitgestellt werden müssen.

In allen drei Fällen waren eine vollständige **Händler-Telefonnummer** sowie **E-Mail-Adresse** auffindbar. Es handelte sich zum Teil jedoch 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 (zum Beispiel: 77748769@qq.com).

Vollständige Angaben zum **Handelsregister** und zur **Handelsregisternummer**⁹ des Unternehmers beziehungsweise zu einer gleichwertigen Kennung lagen in allen drei geprüften Fällen vor. Ebenso fand sich auf allen drei Produktseiten ein jeweils gleichlautender Hinweis zur **Selbstbescheinigung** des Unternehmers, in der sich dieser verpflichtet, nur Produkte oder Dienstleistungen anzubieten, die den geltenden Vorschriften des Unionsrechts entsprechen (Wortlaut: „Der/Die Verkäufer*in hat selbst bestätigt, dass er/sie nur Produkte anbietet, die mit dem EU-Recht in Einklang stehen, und ist

⁹ Auf den Produktseiten von TikTok Shop wird die Bezeichnung „Registrierungsnummer des Unternehmens“ verwendet.

gesetzlich verpflichtet, Produkte zu liefern, die mit den an dich weitergegebenen Informationen übereinstimmen.“).

Die bereitgestellten Informationen zum Händler waren aus Verbraucherperspektive leicht zugänglich, jedoch ließen sich die Angaben in der TikTok-App nicht antippen, markieren oder kopieren, was angesichts der teils langen und komplizierten Anschriften und E-Mail-Adressen hinderlich bei der Kontaktaufnahme sein kann.

Angaben zum Hersteller und verantwortlichen Wirtschaftsakteur in der EU

Bei allen geprüften Produktseiten war eindeutig ein **Name des Herstellers** angegeben. Eine **Anschrift des Herstellers** fand sich bei zwei Produkten, in einem Fall war sie unvollständig bzw. war nur der Bezirk angegeben. Allerdings bleibt in allen drei geprüften Fällen unklar, ob es sich beim Verkäufer auch um den Hersteller handelt – oder ob man es mit unterschiedlichen Unternehmen zu tun hat. Teilweise stimmen die angegebenen E-Mail-Adressen und Telefonnummern überein, die Namen und Anschriften jedoch nicht bzw. sie ähnelten sich lediglich. Beim Produkt des Verkäufers WOAUTO sind für Händler und Hersteller sehr ähnliche Adressen sowie die gleiche E-Mail-Adresse und Telefonnummer angegeben – die Namen von Verkäufer und Hersteller unterscheiden sich jedoch deutlich (Verkauft durch: WOAUTO, Hersteller: Shamenshisimingqutimierdianzishangwudian(getigongshanghu)) (vergleiche Abbildung 3). Zusätzlich gibt es noch den rechtlichen Unternehmensnamen: Xiamen Siming District Timier E-commerce Store (Individual Industrial and Commercial) – und damit drei komplett unterschiedliche Namensangaben.

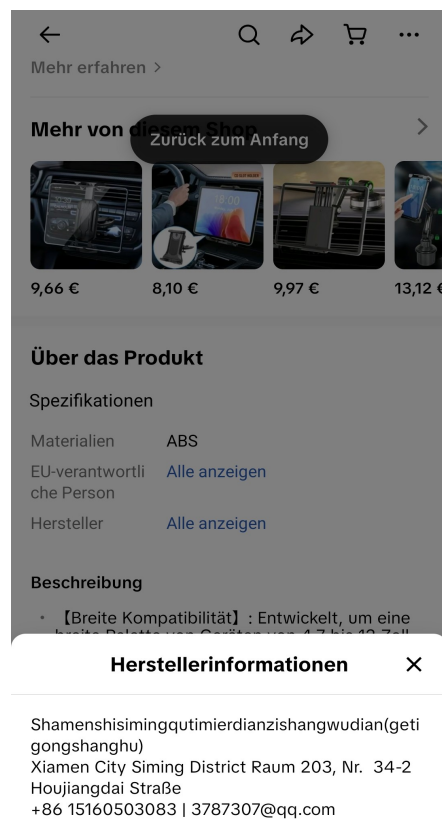


Abbildung 3: Herstellerinformationen beim Verkäufer WOAUTO (Screenshot vom 01.07.2025).

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. Auf allen drei geprüften Produktseiten wurde ein solcher samt Anschrift und E-Mail-Adresse benannt. Allerdings war in mindestens einem Fall der EU-Verantwortliche eine Agentur, die dies offensichtlich als Dienstleistung erbringt und jeweils auf diversen Marktplätzen für zahlreiche Anbieter / Hersteller auftritt. Die Agentur sitzt im EU-Ausland. Wie belastbar ein solcher Kontakt im Falle eines Problems für die Verbraucher:innen ist, erscheint fraglich. Zudem scheint der Name dieses EU-Verantwortlichen eine reine Übersetzung zu sein. Aus der Agentur „Success Courier“, die bereits aus der vorangegangenen Untersuchung des vzbv bekannt ist, wurde im Fall des Shops WOAUTO „Erfolgskurier“. Das entspricht nicht dem tatsächlichen Unternehmensnamen. In einem anderen Fall wurden zum EU-Verantwortlichen keine weiteren Informationen online gefunden. Im dritten Fall scheint der benannte EU-Verantwortliche laut kursorischer Recherche eine Immobilienfirma zu sein.

Angaben zum Produkt, Identifikation und Sicherheitshinweise

Bei keinem untersuchten Produkt fanden sich Angaben zur klaren und eindeutigen **Identifizierung** wie in Form einer EAN (European Article Number) oder GTIN (Global Trade Item Number). In einem Fall fand sich eine Modell-Nummer, bei der allerdings fraglich ist, inwiefern sie für Verbraucher:innen eine eindeutige Identifizierung des Produkts ermöglicht.

Sicherheits- oder Warnhinweise waren direkt auf den untersuchten Produktseiten nicht vorhanden. In einem Fall war auf der Produktseite unter der Überschrift „Spezifikationen“ Folgendes angegeben: „Gibt es eine Warnung oder Sicherheitsinformationen auf der Produktverpackung? – Ja“. Da aber keine Abbildung der Verpackung verfügbar war, konnte nicht nachvollzogen werden, worum es bei diesem Warnhinweis ging. In den übrigen beiden Fällen bleibt es für Verbraucher:innen schwierig zu beurteilen, ob entsprechende Hinweise auf der Produktseite fehlen oder ob für das Produkt tatsächlich keine Warnungen erforderlich sind. Beim untersuchten Kinder-Spielzeug gab es eine Altersempfehlung („empfohlenes Alter 3 – 6 Jahre“).

2. Händlerregistrierung

Für die Überprüfung der Umsetzung von Artikel 30 (1) war von Interesse, inwieweit TikTok die vorgeschriebenen Pflichtinformationen von den Unternehmen abfragt, die als Händler auf der Plattform aktiv werden möchten. Zu diesem Zweck hat der vzbv die Registrierung als Händler bei TikTok Shop mit fiktiven Daten simuliert.

Die Registrierung konnte auf der TikTok-Website im Bereich „Verkäufercenter“ begonnen werden. Aufgrund der Verwendung fiktiver Testdaten und dem Fehlen erforderlicher Dokumente war ein Abschluss der Registrierung allerdings nicht möglich. Die Erkenntnisse aus diesem Test erlauben im Hinblick auf Artikel 30 also keine abschließende Bewertung, liefern aber Hinweise darauf, inwiefern die Pflichten durch TikTok Shop umgesetzt werden.

Es ist festzustellen, dass TikTok von den grundlegenden Pflichtinformationen zumindest den **Namen**, die **Anschrift** sowie die **Handelsregisternummer** des Unternehmers gleich zu Beginn des Registrierungsprozesses abfragt. Auch die **Umsatzsteuer-Identifikationsnummer** sowie eine Kopie

des **Ausweisdokuments** mussten verpflichtend angegeben werden. Hierfür findet eine Video-Verifizierung statt. Weitere Angaben müssen in Form von Nachweisen hochgeladen werden, zum Beispiel eine Kopie der Gewerbeanmeldung oder ein Wohnsitznachweis bzw. ein Kontoauszug oder eine Rechnung eines Versorgungsunternehmens als Adressnachweis.

Auch wenn der Registrierungsprozess als Händler nicht abgeschlossen werden konnte, wurde im Rahmen des Tests deutlich, dass TikTok insgesamt sehr umfangreiche Informationen von neuen Händlern abfragt und entsprechende Nachweise verlangt.

Impressum

Herausgegeben von:

Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.

Rudi-Dutschke-Straße 17, 10969 Berlin

Team Marktbeobachtung Digitales

mbdigitales@vzbv.de

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