

Datum: 03.07.2025

Online-Shopping: Wichtige Produktinformationen fehlen häufig

Untersuchung der Verbraucherzentrale zeigt Mängel bei der Umsetzung des Digital Services Acts

- Unsichere Produkte auf Online-Marktplätzen sind ein großes Problem für Verbraucher:innen weltweit.
- Bei Problemen brauchen Verbraucher:innen eine verantwortliche Ansprechperson – das ist häufig nicht gegeben.
- Verbraucherschützer aus Europa und den USA fordern stärkeren Schutz vor unsicheren Produkten.



Quelle: fizkes - 123rf

Auf Online-Marktplätzen wie Amazon, Temu oder auch Kaufland fehlen immer wieder gesetzlich vorgeschriebene Informationen zu Händlern und Herstellern. Das zeigt eine Untersuchung des Verbraucherzentrale Bundesverbands. Auf keiner von 30 exemplarisch überprüften Produktseiten waren alle Pflichtinformationen vollständig vorhanden. Gleichzeitig wird der Markt weiter mit unsicheren Produkten überschwemmt, wie eine neue Zusammenstellung von Untersuchungsergebnissen des Transatlantic Consumer Dialogues (TACD) aufzeigt. Der Verbraucherzentrale Bundesverband fordert, dass Verbraucher:innen beim Online-Shopping endlich besser geschützt werden.

„Online-Marktplätze boomen – aber mit dem Wachstum steigt auch die Zahl unsicherer Produkte. Bei Problemen ist oft unklar, wer haftet. Immer wieder fehlen Infos über Händler oder Hersteller“, sagt Ramona Pop, Vorstandin des Verbraucherzentrale Bundesverbands. „Die Umsetzung grundlegender Regeln aus dem Digital Services Act durch die Online-Marktplätze lässt auch über ein Jahr nach ihrer Einführung zu wünschen übrig.“

Wichtige Pflichtinformationen fehlen auf allen untersuchten Online-Marktplätzen

Auf keiner der 30 exemplarisch überprüften Produktseiten von AliExpress, Amazon, Ebay, Kaufland, Mediamarkt, Otto, Shein, Temu, Wish und Zalando waren alle untersuchten Pflichtinformationen vollständig vorhanden. Wiederholt fehlten etwa Name, Anschrift, Telefonnummer und E-Mail-Adresse der Händler und verantwortlichen Wirtschaftsakteure in der Europäischen Union – oder die Informationen waren kaum verständlich. Diese Angaben sind aber wichtig für Verbraucher:innen. Gibt es Probleme mit einem Produkt, müssen sie die Verantwortlichen kontaktieren können und zuverlässige Rückmeldungen erhalten.

Zudem gibt es auch bei den vorgeschriebenen Sicherheits- und Warnhinweisen oder Handelsregisterinformationen immer wieder unvollständige oder widersprüchliche Angaben. Die Untersuchung zeigt: Verbraucher:innen können sich nicht auf die Informationen verlassen. Hier müssen die Online-Marktplätze dringend nachbessern.

Verbraucherschützer aus Europa und den USA warnen gemeinsam vor unsicheren Produkten

Unsichere Produkte sind ein immer größer werdendes Problem beim Online-Shopping. Die Dimensionen zeigt auch ein neuer [Bericht des Transatlantic Consumer Dialogue \(TACD\)](#), ein Netzwerk von Verbraucherverbänden aus Europa und den USA. Die Zusammenstellung aus Verbraucherbeschwerden, Testergebnissen von Behörden, Industrie und Verbraucherorganisationen sowie staatlichen Rückrufen zeigt alarmierende Lücken bei der Durchsetzung von Produktsicherheitsvorschriften auf, etwa in den Bereichen Elektronik und Spielzeug.

„Verbraucher:innen haben ein Recht auf sichere Produkte. Und wer finanziell vom Warenverkauf profitiert, darf sich nicht aus der Verantwortung stehlen. Online-Marktplätze müssen erstens stärker als bisher dafür sorgen, dass nicht-gesetzeskonforme Angebote gar nicht erst verkauft werden. Zweitens muss sichergestellt sein, dass unsichere Produkte schnellstmöglich entdeckt und entfernt werden. Und drittens müssen die verantwortlichen Akteure zur Rechenschaft gezogen werden“, so Pop. „Es wird Zeit, dass die Politik in diesem Bereich wirksam durchgreift“.

Methode der Untersuchung des Verbraucherzentrale Bundesverbands:

Der Verbraucherzentrale Bundesverband hat bei zehn ausgewählten Online-Marktplätzen exemplarisch überprüft, inwiefern die im Digital Services Act (DSA) formulierten Sorgfaltspflichten von den Betreibern eingehalten werden. Teil der Stichprobe waren: AliExpress, Amazon, Ebay, Kaufland, Mediamarkt, Otto, Shein, Temu, Wish und Zalando. Mittels einer qualitativen Webseiten-Analyse wurden insgesamt 30 Produktseiten analysiert (drei für jeden Anbieter – davon jeweils eine aus den Kategorien Kinderspielzeug, Elektronik und Kleidung). Die Prüfung bezog sich auf Artikel 30 (Nachverfolgbarkeit von Unternehmen) und Artikel 31 (Konformität durch Technikgestaltung) DSA. Die Auswertung erfolgte anhand eines vorher entwickelten Kategoriensystems, das sich an den Gesetzesvorgaben orientiert. Zudem überprüfte der Verbraucherzentrale Bundesverband die Registrierungsprozesse für Händler auf den zehn Online-Marktplätzen. Die Überprüfung erfolgte zwischen dem 20. März und dem 7. April