

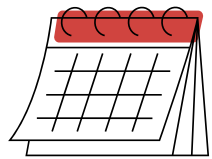
# Barrierefreiheit & Produktsicherheit im E-Commerce



# Barrierefreiheitsgesetz im E-Commerce



# Überblick



In Kraft seit 28. Juni 2025



Umsetzung der EU-Richtlinie 2019/882



Bestimmte Produkte/Dienstleistungen müssen barrierefrei gestaltet sein



Auch Online-Dienste (E-Commerce) betroffen



Behördenzuständigkeit: Sozialministeriumsservice (SMS)

# Chancen durch Barrierefreiheit

- Inklusion stärken: Barrierefreie Produkte und Dienstleistungen erleichtern Menschen mit Behinderung ein selbstbestimmtes Leben.
- Barrierefreiheit betrifft uns alle (auch vorübergehende Einschränkungen)
- 1,6 Mio. Menschen mit Behinderung leben in Österreich → neue Zielgruppen
- Positives Image: Gesellschaftliche Verantwortung zeigen
- SEO-Vorteile
- Bessere User Experience für alle





# Rechtlicher Rahmen

## Bundes- Behindertengleichstellungsg (BGStG)

- gilt seit 2006 für bundesgesetzlich geregelte Bereiche (auch E-Com)
- normiert ein Diskriminierungsverbot für Menschen mit Behinderung
- Ausnahmen: Unzumutbarkeit, eine mittelbare Diskriminierung zu beseitigen → daher kaum praktische Relevanz

## Web-ZugänglichkeitsG (WZG)

- gilt seit 2020 für Websites und mobile Anwendungen des Bundes
- Ähnlich wie das BaFG, aber nur für den öffentlichen Bereich

## BarrierefreiheitsG (BaFG)

- gilt seit 28.06.2025 für bestimmte **Produkte und Dienstleistungen für Verbraucher**
- Pflicht zur Gestaltung von Produkten und DL gem. den Barrierefreiheitsanforderungen



→ **BGStG und BaFG richten sich an Unternehmer!**

# Anwendungsbereich E-Commerce

## Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr:

*„Ferndienstleistungen, die elektronisch und auf individuelle Anfrage eines Verbrauchers oder einer Verbraucherin im Hinblick auf den Abschluss eines Verbrauchervertrags über Websites und über auf Mobilgeräten angebotenen Dienstleistungen erbracht werden“.*

### Erfasst:

- Webshops aller Art
- Hotels- und Reiseportale
- Online-Terminbuchungen
- Online-Kauf von Gutscheinen



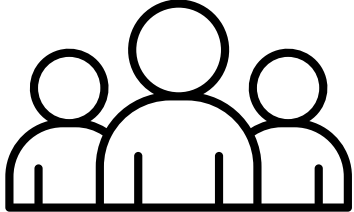
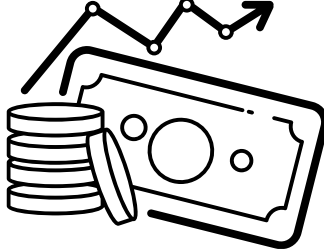
Alle Websites, über die ein **Vertragsabschluss** möglich ist bzw. über die **wesentliche Vorbereitungshandlungen** gesetzt werden

### Nicht erfasst:

- Reine Informations-Websites
- B2B-Websites und Webshops (nicht für Verbraucher zugänglich)
- Jobseiten, Karriereportale

# Kleinstunternehmen

Kleinstunternehmen, die Dienstleistungen erbringen (z.B. Webshops betreiben),  
sind **vollständig ausgenommen!**

Kleinstunternehmen =  + 

weniger als 10 Mitarbeiter                      max. Jahresumsatz bzw. -bilanzsumme  
von 2 Millionen Euro

- Beide Kriterien müssen erfüllt sein
- Eine der beiden Schwellen überschritten → kein Kleinstunternehmen
- Schwellen beziehen sich auf das gesamte Unternehmen (Umsatz des Unternehmens, nicht des Webshops allein)
- Berechnung: KMU-Definition der Kommission



*Unternehmen können wachsen - die digitale Barrierefreiheit sollte bei einer größeren Adaptierung des Webauftritts gleich mitgedacht werden.*

# Ausnahmen für Inhalte

Bestimmte Inhalte von Online-Diensten (z.B. Websites), die unter das BaFG, müssen **nicht barrierefrei** sein.

- Dateiformate für Büroanwendungen und aufgezeichnete zeitbasierte Medien, die vor dem 28. Juni 2025 veröffentlicht wurden → z.B. **PDFs, Videos, Audiodateien**
- Online-Karten und Kartendienste, sofern bei Karten für Navigationszwecke wesentliche Informationen barrierefrei zugänglich in digitaler Form bereitgestellt werden
- **Inhalte von Dritten**, die von dem betreffenden Wirtschaftsakteur weder finanziert oder entwickelt werden noch deren Kontrolle unterliegen
- Inhalte von Websites und mobilen Anwendungen, die als **Archive** gelten und dadurch ihre Inhalte nach dem 28. Juni 2025 weder aktualisiert noch überarbeitet werden → z.B. alte Blog-Beiträge



*Wird z.B. ein externes Buchungstool eingesetzt, so muss dieses nach Ansicht des SMS barrierefrei sein.*

*Begründung: Der wirtschaftliche Nutzen verbleibt beim Website-Betreiber, sodass die Buchungsmöglichkeit als Dienstleistung der ursprünglichen Website gilt und dem BaFG unterliegt. Eine im Auftrag ausgelagerte Dienstleistung befreit nicht von der Einhaltung der gesetzlichen Anforderungen.*



# Unverhältnismäßige Belastung

Die Barrierefreiheitsanforderungen müssen dann nicht eingehalten werden, wenn dies zu einer unverhältnismäßigen Belastung (z.B. **zusätzliche übermäßige finanzielle Belastung**) führen würde.

- **Selbstbeurteilung** anhand der **Kriterien in Anlage 4** zum BaFG (z.B. Umsatz des Unternehmens, Kosten der Barrierefreiheits-Maßnahmen, usw.)
- Wichtig: **Maßnahmen, die zumutbar sind, sind weiterhin durchzuführen** (§ 18 befreit den Unternehmer grds nicht vollständig von der Barrierefreiheit)
- Beurteilung ist zu **dokumentieren** und für mind. **5 Jahre aufzubewahren**
- **Aktive Information an das SMS:** Informationen über die Berufung auf die unverhältnismäßige Belastung sind dem SMS zu übermitteln (z.B. Übermittlung der Beurteilungsergebnisse)
- Beurteilung ist bei Veränderung der Dienstleistung, aber spätestens **alle 5 Jahre neu** vorzunehmen

# Pflichten: Was ist zu tun?

**1**

**Umsetzung der Barrierefreiheitsanforderungen**

→ Die Website ist barrierefrei zu gestalten.

**2**

**Konformitätserklärung**

→ Es ist eine Konformitätserklärung auf der Website zu veröffentlichen.

**3**

**Dokumentationspflichten**

→ notwendige Dokumentationen müssen vorgenommen und aufbewahrt werden.

**4**

ggf. Meldeverpflichtungen an das SMS

→ Bei unverhältnismäßiger Belastung, Nichtkonformität usw.

# 1 Barrierefreiheit umsetzen

Barrierefreiheitsanforderungen in Anlage 1 - 3. und 4. Abschnitt:

- über mehr als einen sensorischen Kanal
- verständlich
- wahrnehmbar
- ...



Technischer Standard: EN 301 549

In der Praxis: **WCAG-Kriterien** in der aktuellen Fassung (2.2), Konformitätsstufe **AA**

Alt-Texte zu Bildern

Ausreichend Kontrast

Navigation ohne Maus

Untertitel bei Audio und  
Video

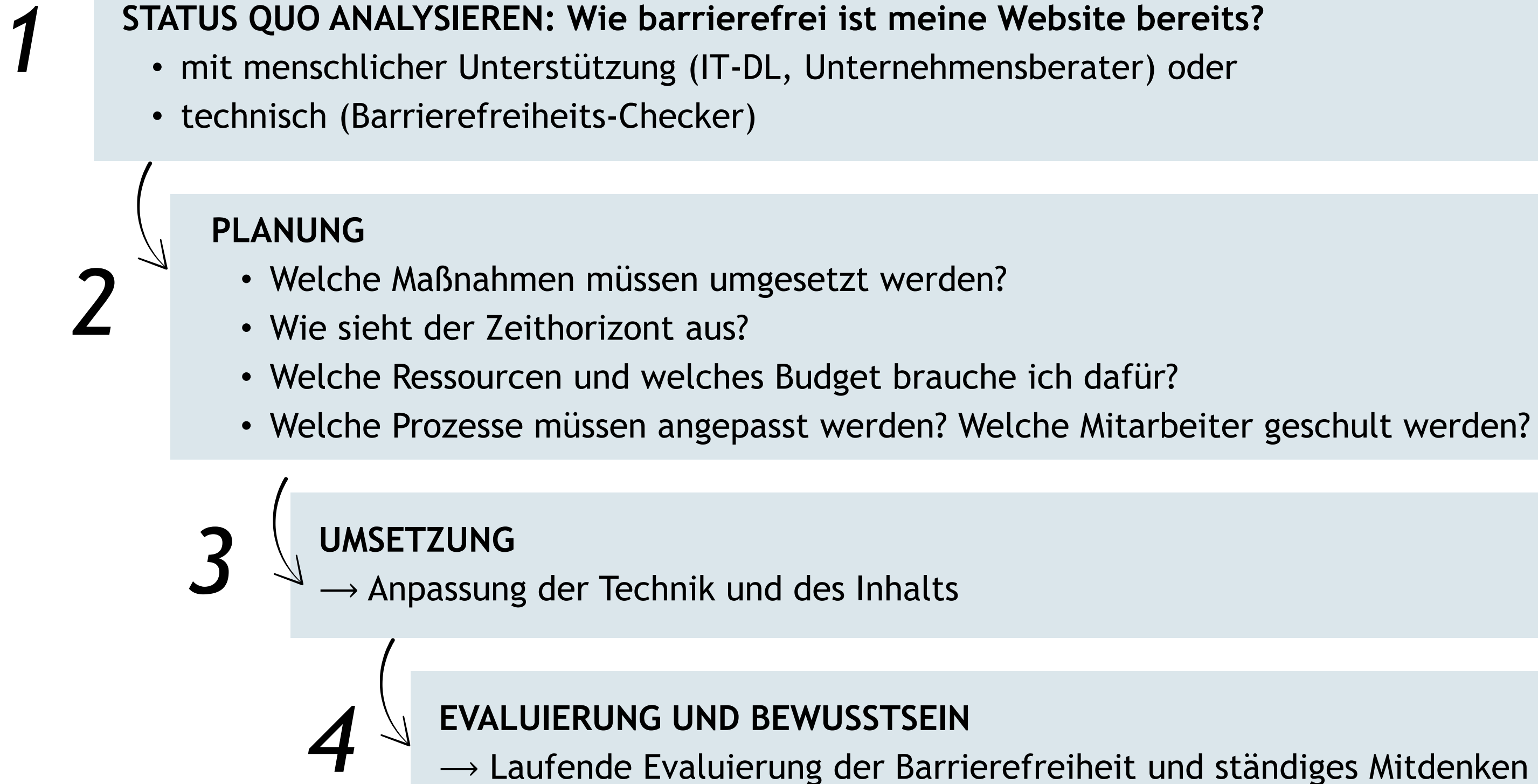
Funktioniert mit  
assistiven Techniken, z.B.  
Screenreader

Ausreichend Zeit für die  
Bedienung/das Lesen

Richtiger Einsatz von  
HTML-Strukturen

**Beispiele**

# Barrierefreiheit step by step

- 
- 1** **STATUS QUO ANALYSIEREN: Wie barrierefrei ist meine Website bereits?**
    - mit menschlicher Unterstützung (IT-DL, Unternehmensberater) oder
    - technisch (Barrierefreiheits-Checker)
  - 2** **PLANUNG**
    - Welche Maßnahmen müssen umgesetzt werden?
    - Wie sieht der Zeithorizont aus?
    - Welche Ressourcen und welches Budget brauche ich dafür?
    - Welche Prozesse müssen angepasst werden? Welche Mitarbeiter geschult werden?
  - 3** **UMSETZUNG**
    - Anpassung der Technik und des Inhalts
  - 4** **EVALUIERUNG UND BEWUSSTSEIN**
    - Laufende Evaluierung der Barrierefreiheit und ständiges Mitdenken

# 2 Konformitätserklärung

Auf Online-Diensten (Websites, Apps), die barrierefrei sein müssen, ist auch eine **Konformitätserklärung** zu veröffentlichen.

- **Mindestinhalt:**
  - allg. Beschreibung der Dienstleistung (z.B. des Webshops) in barrierefreiem Format
  - Beschreibungen und Erläuterungen, die zum Verständnis der Dienstleistung erforderlich sind
  - Beschreibung, wie die Dienstleistung die Barrierefreiheitsanforderungen erfüllt (und nicht erfüllt - inkl. Begründung)
- **Formulierungsvorschlag:** <https://www.wko.at/internetrecht/barrierefreiheitsgesetz-e-commerce>
- **Tipp Nr. 1:** Öffentliche Einrichtungen sind bereits nach dem WZG verpflichtet, Barrierefreiheitserklärungen zu veröffentlichen. Diese können als Orientierung herangezogen werden.
- **Tipp Nr. 2:** Auch, wenn es gesetzlich möglich wäre, empfehlen wir NICHT, die Konformitätserklärung in die AGB aufzunehmen.

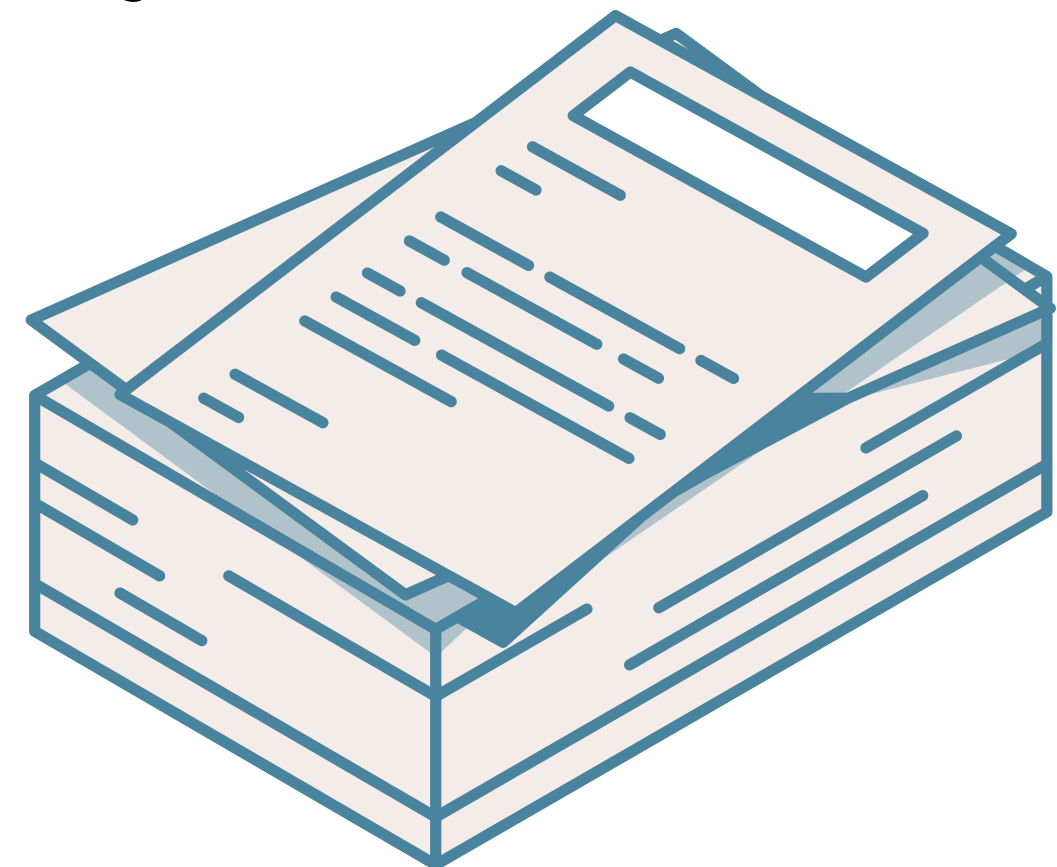
Beispiel einer Website des Bundes:



# 3 Dokumentation

Auf Verlangen des SMS sind diesem alle Informationen und Unterlagen auszuhändigen, die für den Nachweis der Konformität der Dienstleistung erforderlich sind.

- Barrierefreiheit sollte gut dokumentiert werden (z.B. Dokumentation, inwieweit die WCAG-Kriterien erfüllt sind)
- Bei Änderung der Dienstleistung (z.B. der Website) Barrierefreiheit unbedingt mitdenken
- ggf. weitere Dokumentationspflichten, z.B. bei Berufung auf unverhältnismäßige Belastung



# 4 Meldepflichten

Bei Nichtkonformität ist eine **aktive Meldung** an das SMS erforderlich - oder übersetzt: Entspricht die Website nicht den Barrierefreiheitsanforderungen, muss ich diesen Umstand an das SMS melden.

- Inhalt der Meldung: “Ausführliche Angaben, insb. über die Nichtkonformität und die ergriffenen Korrekturmaßnahmen”
- In der Praxis: Inhaltliche Orientierung an der Konformitätserklärung, in der bereits beschrieben wird, welche Teile bzw. Inhalte der Website (noch) nicht barrierefrei sind
- ggf. weitere Meldepflichten, z.B. bei Berufung auf unverhältnismäßige Belastung



# Übergangsbestimmungen?

**Fehlinformation:** Bestehende Websites müssen erst 2030 barrierefrei sein.

- Übergangsbestimmungen in § 37 BaFG sehr missverständlich formuliert
- Dezidierte Aussage des SMS, dass § 37 Abs 2 BaFG nicht so zu verstehen ist, dass Websites erst 2030 barrierefrei sein müssen.

**Richtig ist:** Bestehende Websites müssen bereits seit 28. Juni 2025 barrierefrei sein.

# Behördenzuständigkeit

## Sozialministeriumsservice

Gruberstraße 63, 4021 Linz

Tel.: +43 732 7604-0

E-Mail:

- [post.oberoesterreich@sozialministeriumsservice.at](mailto:post.oberoesterreich@sozialministeriumsservice.at)
- [marktueberwachung-bafg@sozialministeriumsservice.gv.at](mailto:marktueberwachung-bafg@sozialministeriumsservice.gv.at)

Web: <https://www.sozialministeriumsservice.gv.at>

## Verfahren

- Marktüberwachung (aktive Prüfbefugnis)
- Verwaltungsstrafen bis 80.000€ gem. BaFG
  - bis 16.000€ bei unterlassener Meldung bei Nichtkonformität
  - bis 40.000€ bei fehlender Konformitätserklärung
- geringere Strafen für KMU vorgesehen

## ABER: Beraten vor Strafen

- IdR zunächst Aufforderung zur Mängelbeseitigung. Wird dem nicht nachgekommen, kann es zu Strafen kommen
- Bei erstmaligen oder geringfügigen Verstößen kommt dem Grundsatz „Beraten vor strafen“ besondere Bedeutung zu.

# Unterstützung

## Tools und Webinare

- Barrierefreiheits-Checker (Liste an Tools): <https://www.w3.org/WAI/test-evaluate/tools/list/>
- Certified WebAccessibility Experts der UBIT: [https://firmen.wko.at/suche\\_ubit](https://firmen.wko.at/suche_ubit)
- Webinare:
  - <https://www.wko.at/ce-kennzeichnung-normen/faqs-webinar-barrierefreiheitsgesetz>
  - <https://www.youtube.com/watch?v=RKHPNrV74vY>

## Kontakt

### E-Commerce Service

02742 851 18340

e-service@wknoe.at

### Ansprechpartner

Jacqueline Eder

Michaela Quintus

Denise Weiss

### CE-Kennzeichnung & Normen

02742 851 16903

ce@wknoe.at

### Ansprechpartner

Jürgen Aschauer

Sedina Pargan



# Produktsicherheit im E-Commerce



# Rechtlicher Rahmen

## EU-Produktsicherheits-Verordnung - VO (EU) 2023/998 (General Product Safety Regulation - GPSR)

- gilt seit **13.12.2024** unmittelbar in jedem EU-Mitgliedsstaat
  - hat die allgemeine ProduktsicherheitsRL (2001/95/EG) und somit auch das österreichische Produktsicherheitsgesetz 2004 **ersetzt**
  - **Ziel: Anpassung** des Produktsicherheitsrechts an **aktuelle Entwicklungen**, wie die Digitalisierung und den Onlinehandel (u.a.)
- Rechtsrahmen hat sich nicht gänzlich verändert, sondern wurde lediglich angepasst und weiterentwickelt

# Relevanz im E-Commerce

## Die GPSR ...

- ... gilt für alle Verbraucherprodukte
- ... sieht diverse Pflichten für alle Wirtschaftsakteure vor
- ... sieht neue **Informationspflichten** für den E-Commerce vor
- ... nimmt auch **Online-Marktplätze** in die Pflicht



*Ist also für alle Unternehmer relevant, die Verbraucherprodukte online  
(eigener Webshop/Marktplatz) anbieten.*

# Anwendungsbereich

Die GPSR gilt für alle **Verbraucherprodukte**, die auf dem **europäischen Markt** in **Verkehr gebracht** oder **bereitgestellt** werden.

- Verbraucherprodukt =
  - ein Produkt, das **für Verbraucher bestimmt** ist oder
  - “unter vernünftigerweise vorhersehbaren Bedingungen wahrscheinlich von Verbrauchern benutzt wird, selbst wenn es nicht für diese bestimmt ist”, z.B. Einkaufswagen
- Gilt auch für gebrauchte, reparierte oder wiederaufgearbeitete Produkte
- **Inverkehrbringen** = **erstmalige Bereitstellung** eines Produkts am **Unionsmarkt**
- **Bereitstellung auf dem Markt** = jede entgeltliche oder unentgeltliche **Abgabe eines Produkts** zum Vertrieb, zum Verbrauch oder zur Verwendung auf dem Unionsmarkt im Rahmen einer Geschäftstätigkeit

# Ausnahmen

- **Spezielle Produktkategorien**, deren Sicherheit bereits in anderen Rechtsakten umfassend geregelt ist, z.B.
  - Lebensmittel
  - Arzneimittel
  - Pflanzenschutzmittel
- Produkte, die **ausschließlich** für den **Export** bestimmt sind und nicht am Unionsmarkt vertrieben werden
- Produkte mit **Reparatur- oder Wiederaufarbeitungsbedarf**, wenn sie ausdrücklich als solche am Markt bereitgestellt werden → **eindeutige Kennzeichnung** erforderlich
- **B2B-Produkte**: Produkte, die nicht für Verbraucher bestimmt sind und auch nicht unter vernünftigerweise vorhersehbaren Bedingungen von Verbrauchern verwendet werden

## Spezialfall: GPSR ist teilweise anwendbar

Auf Produkte, für die es in der EU bereits eigene produktspezifische Sicherheitsanforderungen (“**Harmonisierungsvorschriften**”) gibt, ist die GPSR **nur teilweise anwendbar** (z.B. Spielzeug, Kosmetik).

GPSR ist hier anwendbar hinsichtlich:

- **Informationspflichten im Fernabsatz**
- Meldung bei Unfällen, die iZm der Sicherheit von Produkten auftreten
- Pflichten der Online-Marktplätze



# GPSR - Schritt für Schritt

## 1.Frage: Inwieweit ist die GPSR auf meine Produkte anwendbar?

- Ausnahme → GPSR ist nicht anwendbar
- Es gibt Harmonisierungsvorschriften → diese Vorschriften sind vorrangig (z.B. Pflichten)
- Es gibt keine Harmonisierungsvorschriften → GPSR ist zur Gänze anwendbar

## 2.Frage: Welche Rolle als Wirtschaftsakteur nehme ich ein?

- Es gibt Harmonisierungsvorschriften → Rolle ist nach dieser Vorschrift festzustellen
- Es gibt keine Harmonisierungsvorschriften → Rolle ist nach der GPSR festzustellen

## 3.Frage: Welche Pflichten treffen mich (abhängig von der Rolle als Wirtschaftsakteur)?

→ Umsetzung dieser Pflichten

## 4.Frage: Biete ich auch Verbraucherprodukte online am EU-Markt an (Onlineshop, Marktplatz)?

→ Umsetzung der Informationspflichten im Fernabsatz (Art 19 GPSR)

→ unabhängig davon, ob die GPSR zur Gänze oder nur teilweise anwendbar ist (sprich, ungeachtet dessen, ob es Harmonisierungsvorschriften gibt oder nicht)



# Informationspflichten Fernabsatz

## Herstellerinformationen + ggf. die verantwortliche Person

### Angaben zum Hersteller

- Name, eingetragener Handelsname oder Handelsmarke
- Postanschrift
- E-Mail-Adresse / URL

Bei Herstellern mit Sitz außerhalb der EU (Drittland), sind die gleichen Informationen über die **verantwortliche Person** bereitzustellen (**zusätzlich** zu den Herstellerangaben).

Die verantwortliche Person ist idR der Einführer (oder ein Bevollmächtigter des Herstellers).



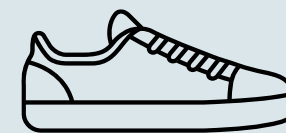
## Produktinformationen

### Angaben zum Produkt

- Produktbild (auch Illustration oder Piktogramm möglich)
- Produktart
- Sonstige Produktidentifikatoren

Die GPSR legt nicht konkret fest, was Produktidentifikatoren sind. Logischerweise soll dadurch die Identifizierung ermöglicht werden.

Daher kann dies etwa eine Typenbezeichnung, eine Artikelnummer, ein eindeutiger Produktname, GTIN usw. sein.



## Warn- und Sicherheitshinweise

### Warn- und Sicherheitshinweise

- Warn- und Sicherheitshinweise in allen **Landessprachen** der **Lieferländer**

Hersteller müssen dem Produkt Warn- und Sicherheitshinweise beifügen. Ob und welche Warn- und Sicherheitshinweise erforderlich sind, richtet sich nach Harmonisierungsvorschriften oder subsidiär nach der GPSR.



Es sind keine Warn- und Sicherheitshinweise notwendig, wenn das Produkt auch ohne solche sicher und wie vorgesehen verwendet werden kann.

# Informationspflichten Fernabsatz

## Wo und wie muss ich informieren?

*“[...] , so muss das Angebot dieser Produkte mindestens die folgenden eindeutigen und gut sichtbaren Angaben enthalten”*

→ eindeutig und gut sichtbare Platzierung auf der **Produktdetailseite**

→ in den **Feldern**, die von den **Marktplätzen** dafür bereitgestellt werden

### Hinweise:

- Verlinkung auf Website des Herstellers nach derzeitiger Sicht nicht ausreichend
- Ob PDF möglich ist, ist derzeit noch ungeklärt
- Sicherster Weg: in Textform auf Produktdetailseite



## LEGO | Disney Princess Das Schloss aus „Die Schöne und das Biest“ 43263

### Artikel Details

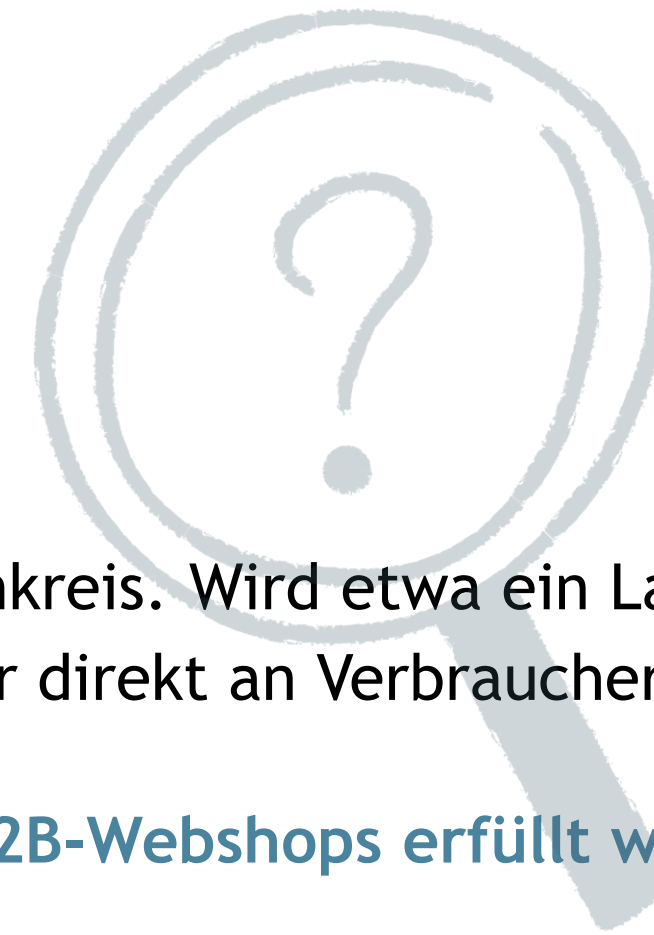
Inhalt	1 Stk.
Produkttyp	Modellkästen
Altersempfehlung ab	18 Jahre
Artikelnummer des Herstellers	43263
Hersteller	Lego GmbH
Herstelleradresse	CityQuartier DomAquaree Karl-Liebknecht-Str. 5 10178 Berlin
Kontaktmöglichkeit	lego.com/service



### Sicherheitshinweis

Achtung. Nicht geeignet für Kinder unter 36 Monate. Enthält verschluckbare Kleinteile. Erstickungsgefahr.

# Fragen aus der Praxis



## Gilt die GPSR auch im B2B-Bereich?

Die GPSR gilt für alle Verbraucherprodukte, unabhängig vom Kundenkreis. Wird etwa ein Laufschuh verkauft, so ist es unerheblich, ob dieser an Unternehmer (zum Weiterverkauf) oder direkt an Verbraucher veräußert wird.

## Müssen die Informationspflichten im Fernabsatz auch in reinen B2B-Webshops erfüllt werden?

Es kann argumentiert werden, dass die Informationspflichten in einem reinen B2B-Webshop nicht erfüllt werden müssen. Voraussetzung ist aber, dass es für Verbraucher keine Möglichkeit gibt, im Shop einzukaufen (eindeutige Hinweise auf B2B-Shop + geeignete Sicherungs- und Kontrollmaßnahmen zum Ausschluss von Verbraucherbestellungen, z.B. Pflichtfelder im Checkout/Zugangskontrollen).

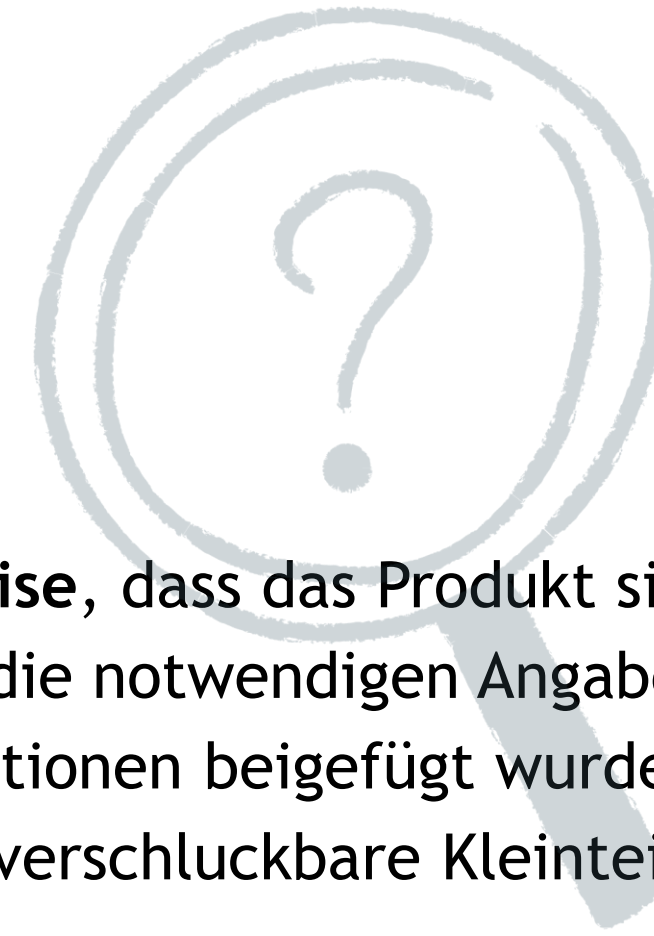
## Müssen die Warn- und Sicherheitshinweise wirklich in alle 24 EU-Amtssprachen übersetzt werden?

Die Warn- und Sicherheitsinformationen sind in einer Sprache anzugeben, die für Verbraucher leicht verständlich ist. Liefert der Webshop etwa nach Österreich, Deutschland, Frankreich und Italien, so sind die Warnhinweise auf Deutsch, Französisch und Italienisch bereitzustellen. Bei Webshops, die EU-weit liefern, ist das notwendig und stellt eine Herausforderung dar.

[Hier geht's zum umfangreichen FAQ](#)



# Fragen aus der Praxis



## Woher weiß ich als Händler, dass ein Produkt sicher ist?

Versichert der Hersteller in **nachvollziehbarer und glaubhafter Weise**, dass das Produkt sicher ist, können Händler grundsätzlich darauf vertrauen. Händler müssen jedoch prüfen, ob die notwendigen Angaben am Produkt selbst angegeben sind (z.B. Name des Herstellers) und ob Sicherheitsinformationen beigelegt wurden. Fehlt etwa bei kleinteiligem Spielzeug (z.B. LEGO) der Hinweis, dass das Produkt “verschluckbare Kleinteile” enthält, so sollten Händler hellhörig werden und das Produkt nicht weiter verkaufen.

## Müssen sich Händler Warn- und Sicherheitshinweise ausdenken?

**Nein.** Es sind die Warn- und Sicherheitshinweise in den Onlineshop zu übernehmen, die der Hersteller bereitstellt und die folglich auch dem Produkt selbst beigelegt sind.

## Wer ist Hersteller von Sets/Bundles, die aus Produkten von verschiedenen Herstellern bestehen?

- Werden die Sets/Bundles unter eigenem Namen bzw. eigener Marke verkauft, gilt dieses Unternehmen als Hersteller.
- Werden die Sets/Bundles nicht unter eigenem Namen bzw. eigener Marke verkauft, sind die Hersteller der einzelnen Produkte als Hersteller iSd. GPSR zu sehen. Folglich sind alle Hersteller der Produkte im Angebot zu nennen.



# Fragen aus der Praxis

**Brauche ich von jedem Produkt ein Produktbild im Onlineshop?**

**Jein.** Eine Abbildung muss nach der Verordnung von jedem Produkt vorhanden sein. Das muss aber nicht zwingend ein Foto vom Produkt sein, sondern kann auch etwa ein piktografisches Element sein.

**Muss ich alle meine Bezugsquellen offenlegen?**

**Jein.** Es ist der Hersteller bekanntzugeben, ja. Der Name des Herstellers ist aber auch bereits auf dem Produkt selbst angeführt. Zwischenhändler, Lohnhersteller etc. sind hingegen nicht bekanntzugeben.

**Muss ich die Informationspflichten auf einer reinen Präsentationsseite ohne Kaufoption erfüllen?**

Nein. Nur, wenn es eine Kaufoption gibt, sind die Informationspflichten zu erfüllen. Das ist bei reinen Präsentationsseiten nicht der Fall.

**Textilkennzeichnung, Kosmetikkennzeichnung und Co.: Müssen diese Informationen auch in den Onlineshop?**

Ja, auch diese Informationen müssen in der Produktbeschreibung angeführt werden. Produktkennzeichnungsvorschriften gelten sowohl offline als auch online. Der potenzielle Käufer muss die Möglichkeit haben, diese wichtigen Informationen vor dem (Online-)Kauf einzusehen.

# Sanktionen E-Commerce

- **Geldstrafen:** GPSR sieht vor, dass die MS eigene Sanktionen für Verstöße erlassen → Österreich hat noch keine Strafbestimmungen umgesetzt
- **Verkaufsverbot auf Online-Marktplätzen:** Sind die Informationspflichten im Online-Angebot auf Marktplätzen nicht hinterlegt, wird das Angebot gesperrt (Verpflichtung der Marktplätze)
- **Sperrung des Verkäuferkontos bei häufigen Verstößen auf Online-Marktplätzen:** Marktplätze werden bei zu häufigen Verstößen womöglich das Verkäuferkonto sperren
- **Wettbewerbsrechtliche Abmahnungen** (insbesondere aus Deutschland), etwa durch Mitbewerber oder deutsche Abmahnvereine (sofern sich das Angebot auch auf den deutschen Markt bezieht)



# Unterstützung

## Tools, Webinare, Förderungen

- Experten-KI-Tool: <https://www.wko.at/noe/ce-konkrete-fragen>
- Webinar: <https://www.wko.at/oe/handeldigital/die-neue-eu-produktsicherheitsverordnung>
- 8-stündige Beratungsförderung (100% Förderung) in den Bereichen CE-Kennzeichnung, Normen, Produktsicherheit: <https://www.wko.at/noe/innovation-technologie-digitalisierung/ce-beratungsförderungen-noe>

## Kontakt

### E-Commerce Service

02742 851 18340

e-service@wknoe.at

### Ansprechpartner

Jacqueline Eder

Michaela Quintus

Denise Weiss

### CE-Kennzeichnung & Normen

02742 851 16903

ce@wknoe.at

### Ansprechpartner

Jürgen Aschauer

Sedina Pargan