



EU-STELLSCHRAUBEN GEGEN INTERNETBETRUG

DIGITAL SERVICES ACT

FRAUD FORUM 9.6.2022, DANIELA ZIMMER

INHALT

- AK-BERATUNG
- AK / ÖIAT- STUDIE ÜBER SOCIAL-MEDIA-PLATTFORM-WERBUNG FÜR FAKESHOPS
- EU-VERORDNUNG „DIGITAL SERVICES ACT“
 - für Betrugsprävention / -bekämpfung relevante Inhalte
 - Versäumnisse / Forderungen



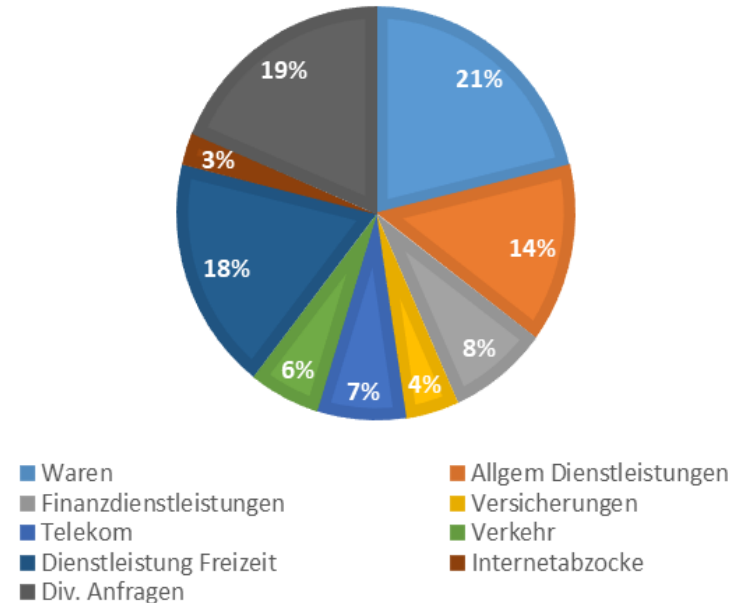
BETRÜGERISCHE „INTERNETABZOCKE“ 3%

- 2019: 650
- 2020: 718
- 2021: 851

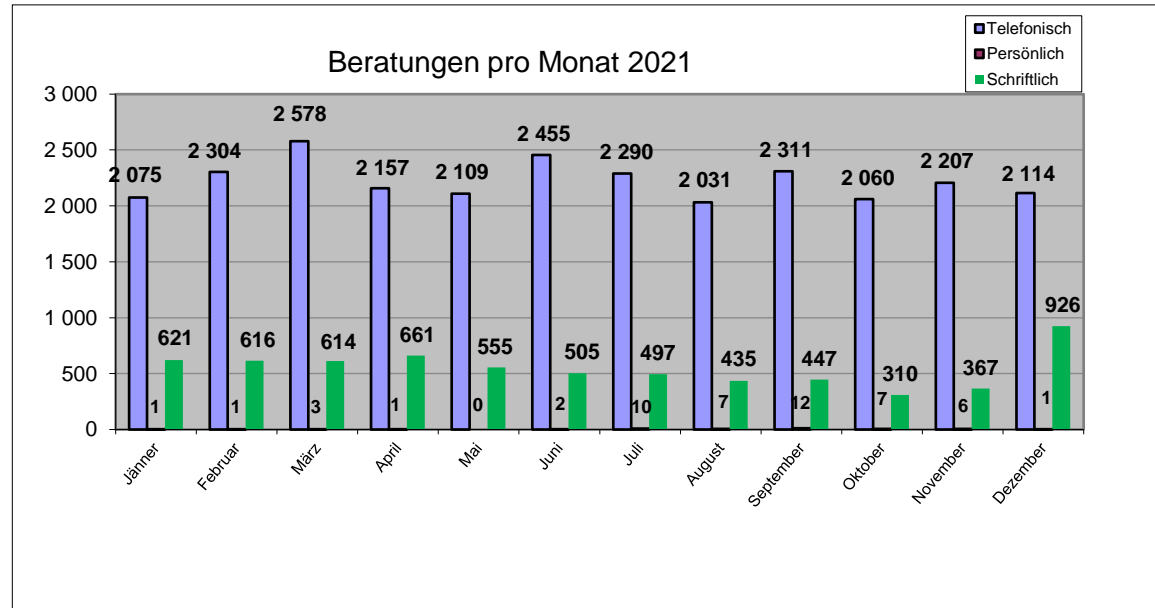
Anstieg seit 2019 um ca. **31 %**

Vom **Zivilrecht** über
Persönlichkeits-/Grund- und
Freiheitsrechte bis zu Strafrecht,
Produktsicherheit.....

Verteilung nach Sparten



BERATUNGSZAHLEN KONSUMENT:INNEN 2021



■ Telefonisch:

26.691

■ Schriftlich:

6.554

WENIG ABER FOLGENSCHWER: HILFE + AUFKLÄRUNG

Mitgliederbefragung: Wie gut fühlen Sie sich über Cyber-Kriminalitätsrisiken informiert?
53 % sehr gut / 47% nicht sehr gut

Interventionen, Studien, Erhebungen, Infomaterial, Medienarbeit, Jugendmesse

Identitätsdiebstahl

Fakeshops / Unseriöses Dropshipping

Anlagebetrug

Privatsphäre-/Cyberrisiken beim Internet der Dinge, biometrische Anwendungen im Alltag, Sprachassistenten, KI-Einsatz uvm...

Manipulative „Dark Patterns“ bei Amazon

AK/ÖIAT-TEST VON 1. SM-WERBUNG UND 2. AMAZON

Mehr Plattformverantwortung durch Regulierung: EU-Priorität!

- **unbeachtet:** SM-Werbeplätze/Google-Anzeigen Einfallstor für Betrug
- **1 Std** Insta, TikTok, Fb, Google: 12 Fakeshops/unseriöse Dropshipper (kein Lagerbestand; Technikangebote bis Designerkleidung)
- **Probebestellung:** keine/krass abweichende Ware; Fehlanzeige bei Rücktritt / Geld retour; Schiffscontainer-Lotterie (unakzeptable Lieferkosten/-zeiten)
- **Amazon:** Kauf zu 2/3 bei Dritten; verdeckte Herkunft (trotz de-Endung): 46,5% aller Verkäufer aus China, 35% Dtl, 3,3% GB, 1,8% Ö (668 Suchbegriffe, 520.000 Produkt/Preisdaten, 1 Mio Daten zu Händlern)

AK/ÖIAT: BETRUGSÄHNLICHE PRAKTIKEN BEIM DROPSHIPPING



„BLOSS“ UNLAUTER ODER DOCH BETRÜGERISCH?



Anhang: Detailangaben Onlineshops

Tabelle 1: Angaben auf der Website

Shop Name	Shop URL	Adresse Retouren	Kosten Retouren	Firmenstandort	Dropshipping	Zahlungsmethode
Fashion-Traum	https://fashion-traum.com/	●	●	●	●	Kreditkarte PayPal
Cupidshops/ Boyshirrt	https://www.waifairy.com/	●	●	●	●	PayPal
Moongor	https://www.moongor.com/	●	●	●	●	Kreditkarte PayPal
Vookiz	https://vookiz.com/collections/all	●	●	●	●	Kreditkarte PayPal
Montana Hudson	https://montanahudson.com	●	●	●	●	Kreditkarte
RheinWing	https://www.rheinwing.de/	●	●	●	●	Kreditkarte PayPal
Dalaline	https://www.dalaline.com/	●	●	●	●	Kreditkarte PayPal
Evane	https://evane.store/	●	●	●	●	PayPal (verifiziert)
RollAngel	https://www.rollangel.com/	●	●	●	●	PayPal (verifiziert)
Floryday	https://www.floryday.com	●	●	●	●	PayPal Kreditkarte Klarna
LightInTheBox	https://www.lightinthebox.com	●	●	●	●	PayPal Kreditkarte Klarna
TrendyPreis	https://www.trendypreis.at/	●	●	●	●	Vorkasse PayPal

Legende: ● - nicht vorhanden, ● - unvollständig, nur versteckt oder schwer zugänglich vorhanden, ● - klar ersichtlich vorhanden.

Tabelle 2: Auftritt auf Facebook

Shop Name	Facebook Seiten Name	Multiple Seiten	Angabe zum UN	Kontakt details	Anzahl Werbung in Ö. 15.04.21	Datum Erstellung
Fashion-Traum	Shopping Joy Modern Fash-Style	ja	●	●	0 ~53	10.02.21 15.02.21
Cupidshops/ Boyshirrt	Cupidshops (2) Boyshirrt (2) Waifary Nemphilis (2) Lady-Coat (5)	Ja	●	●	0 0 ~43 ~17 ~76	23.07.20 05.03.21 24.03.21 11.03.21 04.11.20
Moongor	Moongor (4)	Ja	●	●	~42	20.11.18
Vookiz	Vookiz	Nein	●	●	~100	21.01.21
Montana Hudson	Montana Hudson	Nein	●	●	~3	21.02.20
RheinWing	Rheinwing	Nein	●	●	~980	29.04.20
Dalaline	Dalaline (14)	Ja	●	●	0	17.06.20
Evane	/	/	/	/	/	/
RollAngel	Rollangel (6 online) Rollangel (9 offline)	Ja	●	●	~16	06.11.20
Floryday	Floryday (mind. 15)	Ja	●	●	~315	10.09.15
LightInThe Box	LightInTheBox (mind. 14)	Ja	●	●	~1	03.11.09
TrendyPreis	Trendy Preis (gelöscht)	Nein	/	/	/	/

Legende: ● - nicht vorhanden, ● - unvollständig, nur versteckt oder schwer zugänglich vorhanden, ● - klar ersichtlich vorhanden, / - trifft nicht zu. (Stand: 15.04.2021)

DIGITALES DIENSTE GESETZ

Art 1 - Ziel: Vollharmonisierte Regeln für Vermittlungsdienste im Binnenmarkt für ein „**sicheres**, vorhersehbares und **vertrauenswürdiges** Online-Umfeld, in dem Grundrechte und das **Verbraucherschutzprinzip** wirksam geschützt sind“

Vestager: „kein Slogan, Realität: Was offline illegal ist, wird auch online so behandelt.“

- bedingte Haftungsbefreiung für Vermittlungsdienste (e-CommRI);
- Sorgfaltspflichten für **bestimmte** Anbieterkategorien
- Durchsetzung der VO, behördl. Zusammenarbeit

HOSTING (ART 5)

Dienst der Infogesellschaft, der Nutzerinhalte speichert, haftet nicht

- keine Kenntnis von rechtswidriger Tätigkeit / illegalen Inhalten hat und
- sobald Kenntnis, zügig sperrt / entfernt.
- **NEU: gilt nicht für Verbraucherschutzrechtl. Haftung** von Plattformen, die KS Fernabsatzverträge ermöglichen, wenn ein **durchschnittlicher/angemessen** informierter KS davon ausgeht, dass Info/Produkt/Dienst, von der Plattform selbst / ihrer Aufsicht unterstellten Nutzern bereitgestellt wird.
- positive Haftungsgrundsätze fehlen!

KEINE PRÄVENTIVE ÜBERWACHUNGSPFLICHT (ART 7)

- *Anbietern von Vermittlungsdiensten wird keine allgemeine Verpflichtung auferlegt, die von ihnen übermittelten oder gespeicherten Infos zu überwachen / aktiv nach Umständen zu forschen, die auf eine rechtswidrige Tätigkeit hindeuten.*

Haftungsfreizeichnung bei **freiwilligen Kontrollen** (sorgfältig /im guten Glauben)

- **Durchbrechung:** VO-Entwurf „Rules to prevent/combat child sexual abuse“ (Risikoanalyse samt Abhilfemaßnahmen; Aufdeckungsanordnung; Indikatorencheck durch EU-Zentrum) + **Uploadfilter / UrheberrechtsRL (EU) 2019/790** (Erlaubnis / Erkennungsinfos des Rechteinhabers mit Notice and Take Down)
- Keine **Grundrechtssensibilität** bei Regeln für Werbeplätze!

ORDER TO ACT AGAINST ILLEGAL CONTENT (ART 8)

- **„Illegale Inhalte“:** Infos/Produkte/Dienste nicht im Einklang mit EU/MS-Recht
- **Behördl./gerichtl. Sperr-Anordnungen und Territorialitätsprinzip?**
 - **Räuml. Geltung** der Anordnung darf auf Basis EU/MS/Völkerrechts *„nicht über das zur Erreichung ihres Ziels unbedingt **erforderliche** Maß hinausgehen“ (polit.Einigung)*
 - **EP:** *Räuml. beschränkt sich der Beschluss auf das Hoheitsgebiet des MS, der die Anordnung erlässt, es sei denn, die Rechtswidrigkeit ergibt sich unmittelbar aus EU-Recht oder die betroffenen Rechte **erfordern** einen größeren territorialen Geltungsbereich im Einklang mit EU/Völkerrecht....*
- **Digitaler Services Koordinator (DSK)** sendet Order an DSK-Netzwerk, Vermittlungsdienst informiert Contentanbieter; STPO bleibt unberührt (DSGVO und VerwaltungsverfahrenR)

BERICHTSPFLICHT VON VERMITTLUNGSDIENSTEN (ART 13)

Zahl

- **Anordnungen** (nach MS, illegalen Inhalten, Dauer für Maßnahmen)
- **Meldungen** (nach illegalen Inhalten kraft G oder AGBs, trusted flagger/automatisierte Tools, Art und Dauer der Maßnahmen)
- **Eigeninitiativen** - Moderation von Inhalten (Zahl / Gründe für / Art von Maßnahmen, Zahl automatisiert gelabelter Inhalte)
- **Beschwerden** über internes Beschwerdemanagementsystem (Gründe / Entscheidungen (E) / E-Dauer / Zahl revidierter E)

- **Ausnahme KMUs**
- **Veröffentlichung** der Berichte
- **Beschreibung automatisierter Tools** (Zweck, Parameter, Genauigkeit/Fehlerrate)

MELDEVERFAHREN; TRUSTED FLAGGER; STRAFTATEN

■ Anforderung an Melder (Art 14)

- eindeutige Angabe des Speicherorts, präzise URL-Adresse
- Name u. E-Mail-Adresse Melder:in (Ausnahme Kindesmissbrauch)
- Erklärung: Melder „in gutem Glauben überzeugt, dass Angaben richtig / vollständig“.
- Meldung bewirkt, Annahme tatsächlicher Kenntnis (Art 5)
- Ausnahme: KMUs
- Unabhängige Streitschlichtung gg E (Gebührenerstattung der Plattform bei E zugunsten des Nutzers)

■ Vertrauenswürdige Hinweisgeber (Art 19): Status wird vom DSK vergeben (Kompetenz, kollektive Interessensvertretung) und EU-KOM gemeldet

■ Meldepflicht bei Plattform-Verdacht (Art 21) einer (geplanten) schweren Straftat (Gefahr für Leben/Sicherheit) bei Strafverfolgungsbeh. (des betreffenden MS)

SORGFALT VON ONLINEMARKTPLÄTZEN (ART 24)

- **Know your customer!** „best efforts“ Richtigkeit/Vollständigkeit von Kontaktdaten, elektron. Gewerbeidentifizierung nach Nr. 910/2014, Handelsregisternr, Kontodetails; bei „sufficient indications“ der Unrichtigkeit/-Vollständigkeit Aufforderung zur Verbesserung und Sperre -> KS dürfen nicht darauf vertrauen!
- **Compliance by Design!** Drittanbietern vorvertragl. und Produktsicherheits-Infos/CE-Kennz. ermöglichen und “reasonable efforts to randomly check”.
- **Info für KS**, dass er ein „illegal product“ gekauft hat (6Mo) + Schadenersatzinfos

RISIKOBEWERTUNG DURCH VLOPS /> 45 MIO NUTZER (ART 26)

- **Analyse** aller „erheblichen systemischen Risiken“ (1x/J)
 - **Verbreitung illegaler Inhalte** über ihre Dienste;
 - **Grundrechtsverstöße** (ua Privatsphäre, Diskriminierung, Kinderrechte)
 - **vorsätzliche Manipulation** ihres Dienstes („unauthentische/automatisierte Nutzung“ zulasten Gesundheit, Mj, öffentl. Sicherheit...)
- **Einfluss** des Empfehlungssystems + Werbeanzeigen auf Verbreitung illegaler Inhalte
- **Risikominimierung** (ua Aufsicht/Risikoerkennung, „Beschränkung von Werbeanzeigen“, Beginn/Anpassung Kooperation mit trusted flaggers)
- **Unabhängige Prüfberichte** (1x/J über Einhaltung von DSA-Pflichten)

ARCHIVIERUNGSPFLICHT WERBUNG FÜR VLOPS (ART 30)

- Archivierung von Werbung (1J)
- über Suchtools öffentl. zugänglich
 - **Inhalt** der Werbung (*including the name of the product, service or brand and the subject*)
 - die **Person**, in deren Namen die Werbung angezeigt wird.

	VERY LARGE PLATFORMS	ONLINE PLATFORMS	HOSTING SERVICES	ALL INTERMEDIARIES
Points of contact	•	•	•	•
Legal representatives	•	•	•	•
Terms and conditions	•	•	•	•
Reporting obligations	•	•	•	•
N&A	•	•	•	
Statement of reasons	•	•	•	
Complaint handling	•	•		
OOC	•	•		
Trusted flaggers	•	•		
Abusive behaviour	•	•		
KYBC	•	•		
Reporting criminal offences	•	•		
Advertising transparency	•	•		
Reporting obligations	•			
Risk assessment and mitigation	•			
Independent audits	•			
Recommender systems	•			
Enhanced advertising transparency	•			
Crisis protocols	•			
Data access and scrutiny	•			
Compliance officer	•			
Reporting obligations	•			

CUMULATIVE OBLIGATIONS!



European
Commission

WAS FEHLT?

- **Kenne auch deine WerbekundInnen:**
 - Wer auf Plattformen Werbung ausspielt, hat Werbeinhalt/Werber vor der Freischaltung nach offensichtlichen groben Rw zu prüfen
 - „Verifizierter Werbekunde“ (zB keine Textbausteine und Gründungsstorys kopiert, Kleintierzüchtervereins-Domain für e-Shop; keine Watchlist-Meldung)
- **Werbearchive mit** direkten Melde/Beschwerdemöglichkeiten für KS
- **EU-weites Watchlist Internet Netzwerk:** Austausch tagesaktueller Warnmeldungen; EU-Koordination / Finanzierung / Beachtung durch Plattformen
- **Mehr Transparenz statt Dropshippingfallen:** Angabepflicht: Dropshipping und woher Waren versandt werden

DANKE FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!

WEITERFÜHRENDES bei Interesse:

<https://www.arbeiterkammer.at/marktplatz-amazon>

<https://www.arbeiterkammer.at/fakeshops>

<https://wien.arbeiterkammer.at/interessenvertretung/konsument/Fingerprint.html>

https://www.arbeiterkammer.at/service/presse/Kuenstliche_Intelligenz.html

https://emedien.arbeiterkammer.at/viewer/ppnresolver?id=GEBU_20210211

daniela.zimmer@akwien.at

