

# Eine Plattform und viele Fragezeichen

### Fehlstart. Das „Kaufhaus Österreich“ schadet laut Experten dem österreichischen eCommerce-Markt mehr, als es nutzt, und lässt Nutzer, die heimische Online-Shops suchen, verzweifeln

VON BARBARA WIMMER

„Kaufe regional, das geht auch digital“: Mit diesem Motto ist am Montag mit *kaufhaus-oesterreich.at* eine Plattform des Digitalisierungsministeriums und der Wirtschaftskammer (WKO) gestartet. Dort sollen Nutzer 10.000 Online-Shops aus Österreich finden, bei denen sie online einkaufen können. Doch die „sicherlich gut gemeinte“ Plattform, wie noch die nettesten Formulierungen besagen, ist aus Sicht von Nutzern und Unternehmen völlig missglückt und hat zudem Datenschutzprobleme.

„Kaufhaus Österreich ist zwar eine nette Idee, aber es hilft Unternehmen nichts“, sagt Jürgen Haslauer, Online-Strategie im Gespräch mit dem KURIER. Stattdessen werde aufgrund einer „handwerklich schlechten Umsetzung“ das Vertrauen in österreichische Shops kaputtgemacht, sagt Haslauer.

Auf der Plattform findet man nämlich auch Unternehmen, die gar keinen eigenen Online-Shop haben, oder deren Angebot aussieht wie „aus den 1990er-Jahren“, wie Haslauer sagt. „Manche der Online-Shops, die gelistet sind, sind weder sicherheitstechnisch noch datenschutztechnisch in Ordnung oder sie funktionieren einfach nicht.“

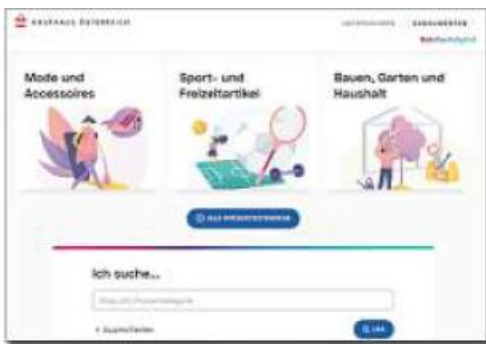
#### Führen zu Amazon

Einige der vermeintlichen Shops sind zudem in allen verfügbaren Kategorien wie Bau, Schmuck, Lebensmittel oder Bücher gelistet und tauchen auf der Plattform immer wieder auf. Online-Nutzer bekommen damit keine zielgerichteten Angebote für zeitgemäße, regionale, digitale Shops, sondern landen auf dubiosen Seiten von Geschäften mit zahlreichen Rechtschreibfehlern. „Es fehlt eine Qualitätskontrolle und eine redaktionelle Kontrolle“, sagt Expertin Haslauer.

Auf der Plattform, die vom Bundesrechenzentrum



Es sollte das neue Vorzeigeprojekt von Ministerin Margarethe Schramböck (li.) mit Harald Mahrer (re.) sein: Doch das Projekt ist ein Flop



So sieht die Suchmaske auf der Webseite von „Kaufhaus Österreich“ aus. Man kann allerdings nicht nach einzelnen Produkten suchen

im Auftrag des Digitalisierungsministeriums technisch umgesetzt wurde, sind etwa auch Großhändler, die ihre Waren mit einer lokalen Adresse in Wien anpreisen, diese verlinken jedoch auf einen Amazon-Shop. Dieses Beispiel ist an Skurrilität kaum

zu überbieten, geht es dem Ministerium doch vor allem darum, die Kunden von Amazon wegzulocken, damit sie ihr Geld in die „heimische Wirtschaft“ investieren. Die Suchmaske bietet Nutzern zudem zwar ein Suchfeld, gesucht werden kann aber nur

nach Shop, Ort oder Kategorie, nicht aber nach dem Produkt selbst.

#### Suche verfehlt

„Wenn ich weiß, wie ein Shop heißt, kann ich ihn auch einfach in die Google-Suche eingeben. Kunden verlieren hier sofort das Vertrauen und verlassen die Plattform frustriert, weil sie ihnen nichts bringt“, sagt Haslauer. Statt einer Link-Liste wünschen sich die Kunden eine „One-Stop-Shop-Lösung“, wie sie Amazon bietet. Der Digital-Strategie ist überzeugt davon, dass ein derartiges „Leuchtturmprojekt“ dem heimischen eCommerce sogar schadet. Auch die Unterneh-

merin Claudia Behr, die eine Webagentur hat, ist dieser Meinung. „Das wird den eCommerce in Österreich nicht weiterbringen und Kunden werden erst recht wieder zu Amazon abwandern.“ Die Webagentur-Besitzerin ist frustriert, dass die Wirtschaftskammer Geld für dieses Projekt ausgegeben hat. Laut Digitalministerium flossen für das Projekt 627.000 Euro aus „bestehenden Rahmenverträgen“. Die Wirtschaftskammer will das Projekt offiziell erst „seit Kurzem“ unterstützt haben, wie es gegenüber dem KURIER heißt. Zum Fehlstart von „Kaufhaus Österreich“ gab es keine Antworten. Zur miss-

glückten Suche allerdings schon: Diese soll noch nachgebessert werden und dafür werden Ideen gesammelt, so das Ministerium.

#### Datenschutz

Neben Problemen bei der Suche gab es bei der Plattform zum Start auch Datenschutzprobleme. „Die Plattform war zum Launch beeindruckend nicht-datenschutzkonform durch eingebundene und nicht in der Datenschutzerklärung ausgewiesene Tracker von Google, Doubleclick und YouTube“, sagt Claudia Zotzmann, zertifizierte Datenschutzbeauftragte. Die Probleme sollen laut Ministerium bald behoben werden.

#### Unklar



**Kosten**  
Die Plattform soll 627.000 Euro gekostet haben. Wie hoch dabei die reinen Entwicklungskosten waren, ist unbekannt



**Online-Shops**  
Zum Start der Plattform sollen 10.000 heimische Online-Shops aufgelistet sein. Doch einige der gelisteten Händler verfügen über gar keine Online-Shops



**Nutzen**  
Weder Unternehmer noch Online-Kunden können einen Mehrwert der Link-Liste entdecken, weil die Suche praktisch unbrauchbar ist

## HEIMISCHE ONLINE-SHOPS UND MARKTPLÄTZE IM ÜBERBLICK

### Post-Rivale zu Amazon

**shopping.at**  
2017 hat die Österreichische Post AG ihren Amazon-Rivalen gestartet. Mittlerweile zählt dieser zu den etablierten Alternativen. 2019 wurden Waren im Wert von 17 Millionen Euro über die Plattform verkauft. Mit Stand Ende November befanden sich auf der Plattform über 1.000 österreichische Händler und mehr als 2,4 Millionen Produkte. Nach Ausbruch der Corona-Krise haben sich Umsatz und Zugriffszahlen bei shopping.at vervierfacht. Aufgrund der Corona-Maßnahmen haben sich allein im März 300 weitere Händler angemeldet, heißt es von der Post.

### Preisvergleich für Elektronik

**Geizhals.at**  
Geizhals ist ein klassisches Online-Preisvergleichsportal mit Sitz in Wien. Es zählt zu den größten und beliebtesten E-Commerce-Plattformen im deutschsprachigen Raum. Geizhals verschafft zum Teil kleineren österreichischen Händlern eine gute Sichtbarkeit im Internet. Entstanden ist das Vergleichsportal aus einem Hobbyprojekt im Jahr 1997. Im Jahr 2000 folgte die Unternehmensgründung. 2013 hat sich der deutsche Heise Verlag an Geizhals beteiligt. Mittlerweile hält Heise mehr als 90 Prozent des Unternehmens. Es ist vor allem im Elektronik-Bereich stark.

### Digitaler Bauernmarkt

**markta.at**  
Markta ist ein digitaler Bauernmarkt. Es sind kleinere Betriebe gelistet, bei denen man online Lebensmittel bestellen kann. Diese werden innerhalb von 3 bis 4 Werktagen vor die Haustür geliefert. 420 Bauern, Bäcker, Fleischer und Fischer aus der Nähe von Wien sind dabei und beliefern die Kunden direkt. Markta ist also etwas Ähnliches wie „Marktplatz Österreich“, nur für ein kleineres Segment. Die Plattform sieht sich als eine Alternative zum Supermarkt, in dem es vor allem globale Produkte gibt, und vertreibt stattdessen hochwertige, nachhaltige und regionale Lebensmittel.

### Handel von privat zu privat

**willhaben.at**  
Auf willhaben verkaufen vor allem Private an Private, aber auch Unternehmen können Produkte anbieten. Besonders beliebt ist der Marktplatz für Waren aller Art wie Spielekonsolen, Sportgeräte, Mode und Möbel. Weitere Bereiche sind Immobilien, Auto u. Motor, Jobs & Karriere. Aktuell sind 9.062.491 Anzeigen online, die Zahl ist während der Corona-Krise enorm gestiegen. Der virtuelle Marktplatz wurde 2006 gegründet und gehört zu 50 Prozent der österreichischen Styria Media Group AG und zu 50 Prozent dem norwegischen Medienkonzern Schibsted.

### Online-Liste von Aktivistin

**liste.nunukaller.com**  
Eines der bekanntesten Verzeichnisse von Online-Bestellmöglichkeiten ist jenes der Aktivistin Nunu Kaller geworden. Die Liste umfasst mehr als 6.800 heimische Online-Shops quer durch alle Branchen und Regionen Österreichs. Anders als beim „Marktplatz Österreich“ gibt es keine Suche, sondern verschiedene Kategorien. Aus der Taufe gehoben hat Kaller die Händlerliste in der Anfangsphase des ersten Lockdowns mit persönlicher Recherche und redaktioneller Betreuung ihrerseits. Die Einträge sind kostenlos. Kaller arbeitet zudem mit dem Online-Marktplatz „doitfair“ zusammen.

### Nicht regionale Flohmarkt-App

**Shpock.com**  
Auf dem Online-Marktplatz können private Kunden gebrauchte Waren und Produkte an private Abnehmer verkaufen. Shpock steht für „Shop in your pocket“. Die Smartphone-App wurde 2012 erstmals zum Download angeboten. Seither hat sich viel getan. Gegründet und entwickelt wurde die Flohmarkt-App ursprünglich in Österreich vom Start-up finderly. 2017 wurde Shpock verkauft. Seitdem gehört die Flohmarkt-App zur norwegischen Mediengruppe Schibsted. Sowohl von Google als auch von Apple wurde die App ausgezeichnet und empfohlen.