

## Stichprobe zum Jugendschutz im Onlinehandel

# Verworrene Alterskontrollen

## Shops machen unterschiedliche Vorgaben bei Abgabe von Alkohol und Ü18-Waren

Eine Stichprobe der Verbraucherzentrale NRW in 15 Onlineshops offenbarte: Bei der Bestellung von Alkoholika und Ü18-Ware wie PC-Spielen, Filmen oder E-Zigaretten gibt es unterschiedliche Vorgaben für Alterskontrollen.

Früh übt sich der Umgang mit Geld. Banken und Sparkassen offerieren Jugendlichen dazu ihr eigenes Girokonto, in der Regel kostenlos. Auch Interneteinkäufe sind so oftmals schon möglich, selbst ohne Wissen und Einwilligung der Eltern.

Die Verbraucherzentrale wollte deshalb in einer Stichprobe wissen, wie Online-Marktplätze und Shops den Jugendschutz sicherstellen: beim Verkauf von PC-Spielen und Filmen mit Altersfreigabe für Erwachsene („Ü18“) sowie bei der Abgabe von Alkoholika. Befragt wurden insgesamt 15 Anbieter, je fünf Alkohol- und Spiele-Spezialisten sowie weitere fünf, die beides im Sortiment führten.

Dazu gehörten die Allrounder Allyouneed, Amazon, eBay, Otto und Real. Für Verkäufer von Ü18-Ware wie PC-Spielen sollten Computeruniverse, Cyberport, Mediamarkt, Rebuy und Saturn antworten. In Sachen Alkohol waren es Conalco und Spirituosenworld sowie Karstadt, Lebensmittel und Lidl.

Ernüchternd: Vier der fünf befragten Alkoholverkäufer mochten

sich selbst auf Nachfrage nicht zum Jugendschutz äußern. Die Tester mussten sich deshalb an den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) sowie den Internetseiten der Shops orientieren.

Wichtig zu wissen: Kein Supermarkt oder Büdchen darf Branntwein oder Schnaps an Jugendliche unter 18 Jahren verhökern. Für Bier und Wein liegt die Grenze bei 16 Jahren. Im Zweifelsfall muss eine Ausweiskontrolle an der Kasse für Klarheit sorgen.

Bei den Onlineshops im Verbraucherzentralen-Check sah das Prozedere dagegen unterschiedlich aus. Klar handhabte dies etwa Real. Wer Schnaps, aber auch Bier oder Wein ordern wollte, musste sich anmelden und freischalten lassen. Auf diese Weise werde das Alter von Erstbestellern verifiziert - via Schufa, Sofort- oder Post-Ident. Erst danach lasse sich Alkoholisches in den Warenkorb legen.

Andere Onlineshops wiederum, etwa Spirituosenworld, avisierten eine Schufa-Prüfung bei der Bestellung. Wieder andere wollten den Check durch den Paket-Boten durchführen lassen, mal als einfache

Sichtprüfung, bisweilen als harten Ausweis-Check.

Auch Amazon beharrte bei der Abgabe von Hochprozentigem auf einer strengen Kontrolle. Dazu mussten bei der Bestellung drei Text- und Zifferfelder aus Reisepass oder Personalausweis eingegeben werden. Ein Abgleich dieser Daten unterlag dem Paketboten. Das sollte auch für Käufer auf dem Marketplace gelten.

Bier und Wein hingegen gab es dort ohne diese Vorgabe - selbst palettenweise. Auf der jeweiligen Produktseite fand sich lediglich der karge Hinweis: „Mit Ihrer Bestellung bestätigen Sie, dass Sie das gesetzlich vorgeschriebene Mindestalter haben“.

Generell zu nichts verpflichtet sahen sich eBay und Lebensmittel.de. „Das Jugendschutzgesetz schreibt beim Versandhandel mit Alkohol keine Altersverifikation vor“, bedauerte eBay lapidar. Lebensmittel.de wollte das auch auf den „Vertrieb von Tabakwaren“ ausgeweitet wissen.

In anderen Alkohol-Shops fanden sich oftmals nur vage Angaben zur Altersprüfung.

Fortsetzung Seite 2

Diesen Text finden Sie auch im Internet unter:  
[www.verbraucherzentrale.nrw/online-jugendschutz](http://www.verbraucherzentrale.nrw/online-jugendschutz)

Was das in der Praxis bedeuten kann, kennt die Verbraucherzentrale NRW aus Elternbeschwerden. Immer wieder haben es Minderjährige geschafft, Hochprozentiges wie etwa Wodka online zu bestellen - ohne Wissen oder Zustimmung der Erziehungsberechtigten.

Unterschiede in der Stichprobe gab's auch bei der Bestellung von Ü18-Filmen und -Spielen. Acht Shops wollten das Alter überprüfen: bei der Bestellung und der Übergabe des Artikels durch den Postboten.

Einen schlanken Fuß machten sich die Marktplätze Allyouneed und eBay. Sie verwiesen darauf, dass „nur volljährige Personen“ sich registrie-

ren dürften. Alles andere liege in der Verantwortung der einzelnen Händler.

Konsequenter verhielt sich Amazon. Hier mussten sich Kunden einem Ausweis-Check unterwerfen. Obendrein waren fünf Euro extra bei der Order eines Ü18-Artikels zu berappen: für den „Spezialversand ohne Jugendfreigabe“.

Auf dem Marketplace hingegen war das nicht immer nötig. Hier versprachen etwa einige Händler an der Amazon-Kasse kostenlose Lieferung von Ü18-Spielen ohne Hinweis auf eine Altersprüfung.

Merkwürdigkeit am Rande: Beim Verkauf von E-Zigaretten verlangte Amazon für die Altersprüfung ledig-

lich drei Euro - für einen einfachen Gesichts-Check durch den Boten.

Angeboten wurden solche Kontrollen von Paketdiensten wie Hermes und DHL. In der einfachen Variante, der Sichtprüfung, kassierte der Postabnehmer dafür 99 Cent, für die Ausweisprüfung waren 2,99 Euro fällig.

Zwei Marktplätze (Allyouneed und eBay) stellten es ihren Händlern frei, ob und wie hoch sie sich den Alters-Check honorieren ließen. Vier Shops, Computeruniverse, MediaMarkt, Rebuy und Saturn, kassierten dafür üblicherweise einen Aufpreis von zwei bis drei Euro. Bei Cyberport, Otto und Real sollten keine Extra-Kosten für die Kunden anfallen.