Deutschland
VERBINDUNGSSTELLE

ONLINE-SHOPPING

EIN LEITFADEN FÜR VERBRAUCHER UND ANBIETER

Die eCommerce-Verbindungsstelle Deutschland

- Nationale Anlaufstelle für Nutzer und Anbieter -

Die eCommerce-Verbindungsstelle Deutschland wurde zum 1. Januar 2003 beim Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e.V. (vormals Euro-Info-Verbraucher e.V.) eingerichtet. Dies beruht auf einer Entscheidung des Bundesministeriums der Justiz.

Die eCommerce-Verbindungsstelle befasst sich mit allen Fragen rund um den Vertrieb von Waren oder Dienstleistungen über das Internet und richtet ihr Beratungsangebot gleichermaßen an Anbieter wie Verbraucher.

Auf unserer Homepage finden Sie umfangreiche ergänzende und vertiefende Informationen zum Recht im Internet und Hinweise auf diverse Organisationen und weitere Ansprechpartner zu speziellen Themen des eCommerce.

Bei konkreten Fragen können Sie uns gerne direkt kontaktieren:

eCommerce-Verbindungsstelle Deutschland

beim Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e.V. in Kehl

Tel. + 49 78 51 / 991 48 0 · Fax + 49 78 51 / 991 48 11

eMail: info@eCommerce-Verbindungsstelle.de

Die eCommerce-Verbindungsstelle Deutschland wird vom Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz finanziert.

Inhalt

Einleitung (S. 5)

Online-Shopping - Das sollte jeder wissen (S. 7)

Verbraucherbegriff

Widerrufsrecht

Impressum

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

Korrekte Gestaltung des Bestellprozesses – die Button-Lösung

Unwirksame Verträge (Sittenwidrigkeit, Minderjährige, Abofallen)

Gewährleistung und Garantie – unterschiedliche Rechte

Gewährleistung und die sogenannte Beweislastumkehr

Gewährleistungsansprüche und –rechte

Spezialwissen für Verbraucher (S. 16)

Wertersatz beim Widerruf

Ausnahmen vom Widerrufsrecht

Widerrufsrecht bei Downloads

Vermeintliche „Business-to-business-Verträge“ mit Verbrauchern

Keine automatische Verlängerung von Testabonnements

Preisangaben und Zahlungsmittelgebühren (z. B. Reisebuchungsportale)

Abbruch von Online-Auktionen

Online-Shopping

Hilfe im Streitfall: Außergerichtliche und gerichtliche Möglichkeiten

Einkauf in der EU – Andere Länder, andere Sitten?

Wer trägt im Versandhandel das Risiko für den Verlust der Ware?

Was gilt, wenn die Ware beschädigt ankommt?

Spezialwissen für Unternehmer (S. 27)

Richtige Widerrufsbelehrung

Sofortige Bestellbestätigung

Hinweis auf Versandkostentragung

Wer trägt die Kosten für den Versand der Ware an den Verbraucher?

Impressumspflicht

Datenschutzerklärung – aber wie?

Einleitung

Obwohl der Einkauf im Internet immer alltäglicher wird, bleiben zahlreiche Details des Online-Shoppings weiter unklar. Viele wissen zwar, dass besondere Rechte und Pflichten beim Online-Shopping gelten, kennen aber weder deren genauen Umfang noch wichtige Ausnahmeregelungen. Auch ergeben sich immer wieder **Neuigkeiten, teilweise durch wegweisende Urteile, teilweise durch Gesetzänderungen.** So trat Ende 2011 die neue EU-Verbraucherrechterichtlinie (2011/83/EU) in Kraft. In Deutschland wurden die **Neuregelungen** überwiegend in das Bürgerliche Gesetzbuch integriert. Sie gelten seit dem **13. Juni 2014.** Ein Großteil der Änderungen betraf dabei die Ausgestaltung des gesetzlichen Widerrufsrechts.

Insgesamt soll diese Broschüre beide Seiten – Nutzer und Anbieter – in leicht verständlicher Weise über die rechtlichen Grundlagen des elektronischen Geschäftsverkehrs informieren. Als Nachschlagwerk greift sie unter Berücksichtigung der **aktuellen Rechtsprechung** verschiedene Situationen im Online-Shopping auf.

Sie bietet dabei durch die Kategorien **„Online-Shopping – Das sollte jeder wissen“** sowie **„Spezialwissen für Verbraucher“** und **„Spezialwissen für Unternehmer“** sowohl überblickartige als auch vertiefende Informationen. Natürlich sind manche der Informationen in der Kategorie „Spezialwissen für Verbraucher“ auch für Unternehmer von Interesse – und umgekehrt.

Sollten Sie weitere Informationen benötigen, wenden Sie sich bitte direkt an uns. Beachten Sie außerdem unsere **Internetseite** www.ecom-stelle.de. Dort finden Sie zahlreiche Merkblätter, die viele Themen dieser Broschüre weiter vertiefen. Auch gibt es dort eine Liste mit spezialisierten Ansprechpartnern unter der Rubrik *„Wegweiser“*. Wenn Sie die im Text angegebenen Paragrafen nachlesen wollen, können Sie deutsche Gesetze kostenlos unter http://www.gesetze-im-internet.de und europäische Rechtsakte unter http://eur-lex.europa.eu abrufen.

Online-Shopping - Das sollte jeder wissen

Verbraucherbegriff

Verbrauchern stehen viele Rechte zu, die sie bei Geschäften mit Unternehmern besonders schützen und die zwingend zu beachten sind. Es ist also entscheidend zu wissen, wer Verbraucher ist und wer nicht: **Kaufen Sie zu privaten Zwecken ein, handeln Sie als Verbraucher.**

Bei Verträgen, die **sowohl zu gewerblichen als auch zu nichtgewerblichen, privaten Zwecken geschlossen** werden, ist für die Einordnung der **Schwerpunkt des Vertrags** entscheidend. Schließen Sie einen Vertrag nicht **überwiegend** zu gewerblichen oder selbständigen beruflichen Zwecken, treten Sie auch dann als Verbraucher auf.

Widerrufsrecht

Wer **online einkauft**, hat **in vielen Fällen ein Widerrufsrecht**. Einen Vertrag zu widerrufen heißt, sich von einem bereits geschlossenen Vertrag nachträglich zu lösen. Die Ausübung des Widerrufs bedarf keiner besonderen Form– er kann sogar mündlich am Telefon erklärt werden. **Ein Widerruf per E-Mail, per Fax oder per Einschreiben lässt sich im Falle eines Rechtsstreits allerdings besser nachweisen und ist daher ratsam.** Die genaue Wortwahl ist nicht entscheidend. Maßgeblich ist, ob der Unternehmer den Widerruf als einen solchen verstehen konnte oder hätte verstehen müssen. Die Verwendung des Wortes „Widerruf“ erleichtert allerdings für den Unternehmer die Bearbeitung und schließt jedes Missverständnis aus. **Anders als nach altem Recht reicht seit dem 13. Juni 2014 eine bloße Rücksendung der Sache in keinem Fall aus.** Eine Begründung des Widerrufs ist nicht erforderlich.

Online-Shopping

Wussten Sie schon? *Verbraucher können – aber müssen nicht – seit 13. Juni 2014 auf ein Muster-Widerrufsformular zurückgreifen, das die Erklärung des Widerrufs deutlich vereinfacht. Das Formular können Sie hier abrufen: http://www.gesetze-im-internet.de/bgbeg/art_248anlage_2_405.html.*

Die nun **EU-weit 14-tägige Frist für die Ausübung des Widerrufs** muss eingehalten werden. Sie beginnt bei einer Warenbestellung – eine korrekte Belehrung vorausgesetzt – **frühestens bei Eingang der Ware zu laufen**. **Zur Fristwahrung genügt die rechtzeitige Absendung des Widerrufs**. Die Erklärung des Widerrufs, nicht der Rückversand der Ware ist nämlich maßgeblich dafür, ob die Frist eingehalten wurde. Nach Ausübung des Widerrufs **müssen Kaufpreis und Ware innerhalb von 14 Tagen zurückgewährt werden**.

Wussten Sie schon? *Seit dem 13. Juni 2014 trägt der Verbraucher grundsätzlich die Kosten für den Rückversand der Ware – allerdings nur, wenn der Unternehmer ihn hierauf in der Widerrufserklärung hingewiesen hat. Selbstverständlich kann der Unternehmer die Versandkosten auch freiwillig übernehmen – ein zusätzliches Serviceangebot vieler Online-Händler. Die Kosten für den Versand an den Verbraucher, also die Hinsendekosten, trägt bei einem Widerruf der Unternehmer.*

In welchen Fällen **kein Widerruf** möglich ist, erfahren Sie auf Seite 17ff. Dort erfahren Sie auch, unter welchen **Voraussetzungen** ein Händler teilweise **Ersatz in Geld für die Nutzung** der Sache, sog. Wertersatz, verlangen kann.

Online-Shopping

Impressum

Wichtige Informationen zum Unternehmen erhalten Sie im Impressum. Jeder Anbieter muss ein solches auf seiner Website bereithalten und dort insbesondere eine **ladungsfähige Anschrift** und eine funktionierende (d.h. tatsächlich gepflegte) **E-Mail-Adresse** nennen. Ferner hat er mindestens eine andere Kontaktmöglichkeit anzubieten, üblich sind eine **Telefonnummer** oder ein **elektronisches Kontaktformular.**

Zum Thema Impressum bietet die eCommerce-Verbindungsstelle eine eigene Broschüre an, die Sie sowohl per Post bestellen als auch auf der Seite www.ecom-stelle.de abrufen können.

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

Allgemeine Geschäftsbedingungen (kurz AGB) sind vorformulierte Regeln eines Anbieters, die auf sämtliche abzuschließenden Verträge mit Kunden Anwendung finden sollen. **Nicht alles was in den AGB steht, ist rechtswirksam. Vor allem handelt es sich nicht um gesetzliche Regelungen, sondern um rein vertragliche Vereinbarungen**. Verbraucher dürfen durch sie weder überrumpelt noch auf andere Weise „unangemessen benachteiligt“ werden. Fragen Sie im Zweifel nach und lassen Sie sich beraten!

Damit AGB überhaupt Vertragsbestandteil werden, muss der Webshop-Betreiber auf die AGB bei Vertragsschluss ausdrücklich hinweisen. In der Regel erfolgt dies durch einen Link der vor dem Bestellbutton platziert ist, der mit einem Feld versehen ist, an das durch den Nutzer ein Häkchen gesetzt werden muss.

Korrekte Gestaltung des Bestellprozesses – die Button-Lösung

Auf die **richtige Beschriftung des Bestell-Buttons** kommt es an, wenn eine solche Schaltfläche für eine kostenpflichtige Bestellung oder Registrierung im Netz verwendet wird. **Nach § 312j Abs. 4 BGB kommt bei einer fehlerhaften Button-**

Beschriftung kein Vertrag zustande. Es besteht somit kein Zahlungsanspruch des Unternehmers gegen den Verbraucher. Ein bereits bezahlter Kaufbetrag kann durch den Verbraucher zurückgefordert werden. Bereits zugesandte Ware muss dann zurückgesandt werden.

Das Gesetz fordert die Verwendung von Wörtern wie „zahlungspflichtig bestellen“ oder ähnliche eindeutige Formulierungen als Button-Beschriftung. In der Gesetzesbegründung finden sich hierfür folgende Beispiele: „kostenpflichtig bestellen“, „zahlungspflichtigen Vertrag schließen“ und „kaufen“. Nicht ausreichend, weil im Hinblick auf eine Zahlungspflicht unklar, sind Begriffe wie „Anmeldung“, „weiter“, „bestellen“ oder „Bestellung abgeben“ – diese mehrdeutigen Begriffe hatten sich Abofallen-Betreiber zum Teil gerade zunutze gemacht. Sinn und Zweck der Button-Lösung ist aber gerade, dem Verbraucher die Kostenpflichtigkeit bewusst zu machen.

Das Landgericht Berlin (Urteil vom 17.7.2013, Az. 97 O 5/13) hat den Begriff der „entsprechenden eindeutigen Formulierung" konkretisiert und die Gestaltung des Buttons hohen Anforderungen unterworfen. Empfehlenswert ist für Unternehmer daher bei der Button-Beschriftung eine strenge Orientierung am Gesetzeswortlaut und der Gesetzesbegründung.

> ***Schon gewusst?*** *Die Button-Lösung gilt* ***nicht nur für Abonnement-Verträge****, die über das Internet geschlossen werden, sondern für alle Arten von entgeltlichen Verträgen im elektronischen Geschäftsverkehr zwischen einem Verbraucher und einem Unternehmer. Übrigens ist die Button-Lösung auch im Rahmen des Mobile-Commerce, also insbesondere beim Vertragsschluss per Smartphone, zu beachten.*

Doch mit der Button-Lösung ist weitaus mehr verbunden, als eine bloße Beschriftung des Bestell-Buttons. Vielmehr sind dem Verbraucher nach dem Wortlaut des neuen § 312 j BGB bestimmte Informationen „unmittelbar bevor der Verbraucher seine Bestellung abgibt, klar und verständlich und in hervorgehobener Weise“ zur Verfügung zu stellen. Der Button muss also direkt unterhalb der Informationen angebracht sein, ohne dass trennende Elemente den Zusammen-

hang stören würden. Es darf auch keinen zweiten Bestell-Button geben, z.B. oberhalb oder weiter unten dieser Informationen.

Mit den Informationen sind die gemäß Artikel 246a § 1 Absatz 1 Satz 1 Nummer 1, 4, 5, 11 und 12 des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche zu erteilenden Hinweise gemeint. Das sind insbesondere die wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung, der Gesamtpreis (einschließlich Steuern, Abgaben, Fracht-, Liefer- oder Versandkosten), die Vertragslaufzeit und die Kündigungsbedingungen.

Verbraucher sollen bereits während des Bestellprozesses vor versteckten und unangemessenen Zusatzkosten geschützt werden. So müssen Zusatzkosten, wie beispielsweise Bearbeitungsgebühren und Stornoversicherungen ausdrücklich vereinbart werden. Zusatzvereinbarungen über Kosten durch Voreinstellungen (etwa in Gestalt bereits gesetzter „Häkchen“ oder Kreuze auf Formularen) sind unzulässig.

Unwirksame Verträge (Sittenwidrigkeit, Minderjährige, Abofallen)

Verträge können unwirksam sein, weil sie z.B. **sittenwidrig** sind oder **gegen ein gesetzliches Verbot verstoßen** – natürlich darf man auch über das Internet nicht einfach Waffen oder Drogen kaufen und verkaufen.

Ein weiterer Sonderfall ist die von **Minderjährigen** ausgeführte Bestellung. Wenn ein minderjähriges Kind etwas im Internet bestellt, gilt es nach seinem Alter zu differenzieren. Hat das Kind noch nicht seinen siebten Geburtstag gefeiert, ist der Vertrag in jedem Fall nichtig. Ist das Kind sieben Jahre oder älter, bleibt der Kaufvertrag solange unwirksam, bis die gesetzlichen Vertreter ihre Genehmigung zum Vertragsabschluss erteilt haben – der Vertrag kann nur durch dies wirksam gemacht werden.

Es gibt aber auch eine Sonderregelung, die mancher Anbieter gerne ins Feld führt, um auch ohne diese Genehmigung zur Wirksamkeit des Vertrages zu kommen: den sog. **Taschengeldparagrafen** § 110 BGB. Dieser wird aber oft allzu leichtfertig ins Spiel gebracht. Handelt es sich um kleine Geschäfte, die ein Kind mit seinem

Taschengeld bewältigen kann, dann kann ein solcher Vertrag zwar demnach wirksam sein – aber nur, wenn das Kind die Zahlung tatsächlich von seinem Taschengeld schon geleistet hat. Oft trifft genau dies bei einem Onlinekauf aber nicht zu.

Unwirksam können auch bestimmte Abonnementverträge sein, sog. **Abofallen**: Sollte Ihnen eines Tages überraschend eine Rechnung für die Nutzung von Online-Diensten ins Haus flattern und Sie sich nicht daran erinnern können, diese jemals bestellt oder genutzt zu haben oder hierfür etwas zahlen zu müssen, dann könnten Sie Opfer einer sogenannten Abofalle geworden sein. In solchen Fällen fehlt es sehr häufig an einem Vertragsschluss. Meist hilft hier schon die sog. Button-Lösung weiter. Wirksam ist hiernach der Vertrag nur, wenn der Bestellbutton mit der Aufschrift „Zahlungspflichtig bestellen“ oder einer ähnlich eindeutigen Formulierung beschriftet war. (Mehr zum Thema Abofallen auch auf S. 19 f. unter den Überschriften *Vermeintliche „Business-to-business-Verträge“ mit Verbrauchern* und *Keine automatische Verlängerung von Testabonnements).*

Gewährleistung und Garantie – unterschiedliche Rechte

Was Reklamationen anbelangt, unterscheidet das deutsche Recht zwischen zwei Formen von Rechten des Käufers – der Garantie und der Gewährleistung. Beides wird im Sprachgebrauch oft gleichbedeutend verwendet. Allerdings besteht zwischen Garantie und Gewährleistung ein großer Unterschied.

Eine **Garantie** ist eine freiwillige Leistung des Verkäufers oder des Herstellers. Ob eine solche Garantie gewährt wird, steht im Ermessen des Herstellers oder Verkäufers und muss in einem Vertrag vereinbart werden. Auch den Umfang der Garantie legt grundsätzlich auch derjenige fest, der sie gewährt. Im Garantiefall hat der Käufer nur die Rechte, die in der Garantievereinbarung stehen. Oft sind diese deckungsgleich mit den Gewährleistungsrechten – oder sogar schwächer.

Wichtig ist daher, den Unterschied zwischen Gewährleistung und Garantie genau zu kennen. Die Gewährleistung ist gesetzlich festgeschrieben und kann – gegenüber Verbrauchern – auch nicht durch Vertrag beschränkt werden (§ 475 BGB). Gewährleistung bedeutet, grob gesagt, dass alle Sachen, die verkauft werden, bei Übergabe an den Käufer die Eigenschaften haben müssen, die man von einer

solchen Sache üblicherweise erwarten kann. Wenn die Kaufsache nicht so funktioniert, wie sie gewöhnlich oder laut Vertrag funktionieren sollte, ist sie mangelhaft.

Ein solcher „Sachmangel“ löst aber nur dann Gewährleistungsrechte aus, wenn er bei Übergabe vorhanden war. Verursacht der Kunde beispielsweise durch unsachgemäße Handhabung nach Übergabe selbst einen Mangel, dann ist der Verkäufer hierfür nicht verantwortlich. Allerdings sollten Verkäufer (und Hersteller) darauf achten, dass eine mitgelieferte Gebrauchsanweisung auch korrekt und verständlich ist. Denn auch eine unvollständige oder fehlerhafte Montageanleitung kann einen Mangel darstellen – mit entsprechenden Rechten als Konsequenz.

Tipp: *Vereinbaren Sie nicht vorschnell gegen ein Zusatzentgelt eine Garantie. Manchmal hat eine Garantievereinbarung keinen nennenswerten Mehrwert gegenüber den – kostenlosen – gesetzlichen Gewährleistungsansprüchen und -rechten. Hier heißt es „Augen auf“, ob die eine Garantie Ihnen wirklich weiterhilft, z.B. zu Beweiserleichterungen führt oder zeitlich die Gewährleistungsrechte überdauert.*

Gewährleistung und die sogenannte Beweislastumkehr

Wie bereits erwähnt, ist es bei der Geltendmachung der Gewährleistungsrechte von entscheidender Bedeutung, dass der Mangel schon bei der Übergabe vorhanden war. Hier hilft die sogenannte Beweislastumkehr den Verbrauchern: Wenn ein Mangel binnen der ersten sechs Monate ab Übergabe auftritt, dann ist per Gesetz (§ 476 BGB) davon auszugehen, dass er schon bei Übergabe vorhanden war.

Die Beweislastumkehr erleichtert also die Durchsetzung von Ansprüchen, auch in Fällen, in denen unklar ist, warum das Produkt nicht mehr funktioniert.

Wenn der Verkäufer anderer Meinung als der Käufer ist, weil er beispielsweise der Ansicht ist, der Käufer habe die Sache falsch gehandhabt oder falsch gelagert und sie sei deswegen mangelhaft, muss er dies vor Gericht selbst beweisen.

Nach sechs Monaten dreht sich diese Regelung um: der Kunde muss dem Verkäufer dann nachweisen, dass der Mangel schon bei Übergabe vorhanden war.

> ***Tipp:*** *Berufen Sie sich als Verbraucher immer erst einmal auf Ihre gesetzlichen Gewährleistungsansprüche und -rechte als Käufer gegenüber dem Verkäufer. Wenn kein Gewährleistungsfall vorliegt oder die Beweislastumkehrregelung nach sechs Monaten nicht mehr greift, können Sie es immer noch mit der Garantie versuchen – je nach Ausgestaltung gegenüber dem Hersteller oder dem Verkäufer.*

Gewährleistungsansprüche und -rechte

Im Falle eines Mangels hat ein Käufer verschiedene Rechte und Ansprüche, den Verkäufer treffen entsprechende Pflichten.

Zunächst ist der Verkäufer auf Aufforderung hin verpflichtet, entweder eine **neue Sache zu liefern** oder die **mangelhafte Sache zu reparieren** (§ 439 BGB). Das Wahlrecht zwischen diesen beiden Alternativen hat der Käufer.

Verkäufer können dessen Wahl nur ablehnen, wenn die gewählte Alternative um ein Vielfaches teurer als die andere ist (§ 439 Abs. 3 BGB). Wenn der Verkäufer dieser Pflicht nicht nachkommt, kann der Käufer ihm eine Frist setzen und anschließend sein Geld zurückverlangen oder den Kaufpreis mindern, d.h. herabsetzen (§ 437 Nr. 2 BGB).

Daneben kann der Käufer Schadensersatz verlangen, wenn ihm durch den Mangel ein Schaden entsteht. Dies setzt aber voraus, dass der Verkäufer den Mangel „verschuldet“ hat, d.h. dass man ihm vorwerfen kann, dass er den Mangel kannte oder aus Fahrlässigkeit nicht kannte (§ 280 BGB). Es ist dabei grundsätzlich nicht fahrlässig, wenn ein Verkäufer nicht jede Warenlieferung einzeln auf Mängel überprüft. Stichproben bei größeren Chargen von Zuliefern reichen grundsätzlich aus. Eine weitergehende Überprüfungspflicht hat der Verkäufer in der Regel nur, wenn besondere Gründe dafür sprechen (häufige mangelhafte Lieferungen eines Lieferanten in der Vergangenheit o.ä.).

Online-Shopping

Die Gewährleistungsrechte eines Verbrauchers gegen den Käufer verjähren innerhalb von zwei Jahren ab Ablieferung der Sache (§ 438 Abs. 1 Nr. 3 BGB). Bei gebrauchten Waren ist jedoch eine vertraglich zu vereinbarende Verkürzung auf ein Jahr möglich.

Wichtig zu wissen: *Ist die Ware mangelhaft und besteht ein Gewährleistungsanspruch, so trägt der Verkäufer die Kosten für den Rückversand – egal ob die Ware repariert oder ausgetauscht oder der Käufer nach Rücktritt vom Vertrag sein Geld zurückerhält. Dies ergibt sich aus § 439 Abs. 2 BGB.*

Spezialwissen für Verbraucher

Wertersatz beim Widerruf

Das Ausprobieren der Kaufsache beeinträchtigt das Recht zum Widerruf grundsätzlich nicht. Allerdings ist klar, dass das Widerrufsrecht nicht dafür da ist, dass man sich folgenlos z.B. für ein bestimmtes Sportereignis 14 Tage lang einen Großbildschirmfernseher „leihen“ kann, um ihn danach zurückzugeben. Der Unternehmer muss nach einem Widerruf die Möglichkeit haben, die Ware ohne weiteres erneut zu verkaufen.

Grundsätzlich gilt, dass das Widerrufsrecht die Nachteile ausgleichen soll, die der Käufer hat, weil er die Ware nicht in einem gewöhnlichen Ladengeschäft ausprobieren kann. Bei einer Prüfung der Sache auf Ihre Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise muss daher sehr pfleglich mit der Sache umgegangen werden. Nutzungen, die zu diesem Zweck nicht notwendig sind (z.B. den Fernseher zwei Wochen lang während der Fußball-WM „testen“), und die zu einem Wertverlust der Ware führen, müssen dem Verkäufer finanziell ausgeglichen werden.

Der Verbraucher muss dem Unternehmer allerdings nur dann für die in Folge der Nutzung des Produkts eingetretene Wertminderung Ersatz leisten („Wertersatz“), wenn

(1) der Wertverlust der Widerrufsware auf einen Umgang mit der Ware zurückzuführen ist, der zur Prüfung ihrer Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise nicht notwendig war, d.h. über ein normales Ausprobieren wie im Laden hinausgeht, und

(2) der Käufer vom Unternehmer ordnungsgemäß über sein Widerrufsrecht belehrt worden ist.

Online-Shopping

Ausnahmen vom Widerrufsrecht

Nicht bei jeder Bestellung im Internet steht Verbrauchern ein Widerrufsrecht zu. Würden Sie auf die Idee kommen, Ihre online bestellte Pizza zurückzuschicken? Oder Ihre Tageszeitung der letzten Woche? Sicherlich nicht! Viele Ausnahmen liegen auf der Hand, bei manchen muss man näher hinschauen. Gesetzlich geregelt ist alles in §§ 312, 312g BGB.

In manchen Fällen macht ein Widerrufsrecht einfach keinen Sinn oder es ist sogar die Anwendbarkeit sämtlicher fernabsatzrechtlichen Regelungen ausgeschlossen. In Fällen wie dem der Pizzabestellung übers Netz ist dies relativ offensichtlich und leicht nachvollziehbar, manchmal jedoch weniger, so etwa bei Pauschalreisen.

Im Einzelnen gilt es z.B. nicht

- für schnell verderbliche Waren,
- für Verträge, die Unterbringung, Gastronomie, Beförderung und Freizeitgestaltung zum Gegenstand haben – darunter fallen: Buchung, Reservierung (z.B. Hotelreservierung, Pauschalreise, Automiete, Konzerttickets...) etc.,
- für Zeitschriftenabonnements oder Verträge über Wett- oder Lotterieleistungen,

Unter die Ausnahmetatbestände fallen auch Lieferungen

- versiegelter Waren, die aus Gründen des Gesundheitsschutzes oder der Hygiene nicht zur Rückgabe geeignet sind, sofern ihre Versiegelung nach der Lieferung entfernt wurde, z.B. beim Verkauf von CDs, DVDs, sonstiger Software
- von Waren, die nach der Lieferung aufgrund ihrer Beschaffenheit untrennbar mit anderen Gütern vermischt wurden

Neu ist der Ausschluss eines Widerrufsrechts bei der Lieferung

- alkoholischer Getränke, deren Preis bei Vertragsschluss vereinbart wurde, die aber frühestens 30 Tage nach Vertragsschluss geliefert werden

können und deren aktueller Wert von Schwankungen auf dem Markt abhängt, auf die der Unternehmer keinen Einfluss hat.

Ein Widerrufsrecht besteht auch nicht bei

- der Lieferung von Waren, „die nicht vorgefertigt sind und für deren Herstellung eine individuelle Auswahl oder Bestimmung durch den Verbraucher maßgeblich ist oder die eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse des Verbrauchers zugeschnitten sind“. Diese Ausnahme betrifft Ware nach Kundenspezifikation, also maßangefertigte Ware.

Gerade letztere Fallgruppe bedarf weiterer Erläuterung, denn einige Verkäufer versuchen sich allzu leicht aus dem Widerrufsrecht herauszuwinden, indem sie dem Kunden sagen, dass der Artikel speziell für ihn angefertigt wurde und er deshalb kein Widerrufsrecht habe. Allerdings muss besagter Artikel tatsächlich speziell für den Kunden angefertigt worden sein, schlichte Auswahlmöglichkeiten oder der deklaratorische Hinweis, dass dieser Artikel speziell für den Kunden angefertigt worden ist, reichen nicht aus. Etwas vereinfacht dargestellt heißt das: Der Artikel muss so individualisiert worden sein, dass der Verkäufer keine Möglichkeit hat, ihn anderweitig abzusetzen oder wenn doch, nur mit einem unzumutbaren Preisnachlass.

Widerrufsrecht bei Downloads

Verträge über die Lieferung von „nicht auf einem körperlichen Datenträger befindlichen digitalen Inhalten“ können nach neuem Recht grundsätzlich widerrufen werden. Zugegebenermaßen erschließt sich nicht sofort, was alles hierunter fällt.

Mit anderen Worten hat der Verbraucher nun grundsätzlich die Möglichkeit, Verträge über Dateien-Downloads, die Übersendung von Software oder Dokumenten per E-Mail, ferner über Apps, Musik- oder Videostreaming und ähnlichem zu widerrufen.

Bei ausdrücklichem Hinweis ist durch AGB allerdings ein vertraglicher Ausschluss des Widerrufsrechts – oder eine Verkürzung der Widerrufsfrist – bei solchen Lieferungen weiterhin möglich.

Auch erlischt das Widerrufsrecht bereits mit Beginn der Ausführung des Vertrags, wenn der Verbraucher ausdrücklich zugestimmt hat, dass der Unternehmer mit der Ausführung des Vertrags vor Ablauf der Widerrufsfrist beginnt und der Verbraucher seine Kenntnis dieser Regelung bestätigt. Widerruft der Verbraucher hingegen wirksam einen Vertrag über eine Online-Lieferung digitaler Inhalte, so ist er zum Wertersatz nicht verpflichtet.

Vermeintliche „Business-to-business-Verträge“ mit Verbrauchern

Die Button-Lösung (siehe S. 8f.) gilt nur für Verträge zwischen Unternehmern und Verbrauchern.

Zur Erinnerung: Nach der Button-Lösung (§ 312j BGB) sind Unternehmer verpflichtet, den Bestellbutton am Ende des Bestell- oder Registrierungsprozesses so zu gestalten, dass der Verbraucher weiß, dass mit dem Klick ein zahlungspflichtiger Vertrag geschlossen wird.

Die Button-Lösung gilt grundsätzlich nicht für den Kauf auf Websites, die nur an Unternehmer gerichtet sind (sogenannte Business-to-business (B2B)-Verträge) – allerdings nicht, wenn der Unternehmer diese Ausrichtung nur ungenügend kommuniziert. Ist der Kunde tatsächlich Verbraucher und wurde er vor Abschluss des Bestellvorgangs nicht ausreichend über den eigentlichen Adressatenkreis der Website informiert, so muss er vor einem ungewollten Vertragsschluss ebenso geschützt werden, wie auf Websites, die sich auch an Verbraucher richten. Das Amtsgericht Bonn bejaht daher in seinem Urteil vom 25.4.2013 (Az. 115 C 26/13) in solch vermeintlichen B2B-Fällen die Verbrauchereigenschaft des Bestellers und gelangt so zur Anwendbarkeit der Button-Lösung.

Online-Shopping

Keine automatische Verlängerung von Testabonnements

Nach einer Entscheidung des Landgerichts München I (Beschl. v. 11.6.2013, 33 O 12678/13) darf die Button-Bezeichnung „Jetzt kostenlos testen" nicht mehr verwendet werden, wenn ein Online-Abo zunächst eine kostenlose Testphase hat, sich nach dieser Zeit aber automatisch eine Kostenpflicht ergeben soll.

Ein solcher Vertrag ist also von Anfang an als kostenpflichtiger Vertrag ausgestaltet, dementsprechend muss der Button den Vorgaben des § 312j Abs. 3 BGB genügen und darf mit nichts anderem als den Wörtern „zahlungspflichtig bestellen" oder mit einer entsprechenden eindeutigen Formulierung beschriftet sein. Sind diese Voraussetzungen nicht erfüllt, ist kein zahlungspflichtiger Vertrag zustande gekommen.

Preisangaben und Zahlungsmittelgebühren (z. B. Reisebuchungsportale)

Gerade auf Flugbuchungsportalen werden Verbraucher oft mit unvollständigen Preisangaben und Zusatzentgelten für die Nutzung verschiedener Zahlungsmittel konfrontiert. Dabei sind die gesetzlichen Regelungen hier sehr klar.

Flugpreise sind gegenüber Verbrauchern als Endpreise anzugeben, also stets einschließlich aller Steuern, Gebühren, Zuschlägen und sonstigen Entgelten. Dies folgt aus Artikel 23 der Verordnung (EG) 1008/2008 über die Durchführung von Luftverkehrsdiensten.

Mit Wirkung zum 13. Juni 2014 gelten die Regelungen der neuen EU-

Verbraucherrechterichtlinie im deutschen Recht. Verbraucher sollen vor versteckten und unangemessenen Zusatzkosten geschützt werden. Zusatzgebühren bei Verwendung bestimmter Zahlungsmittel werden begrenzt.

Zusatzvereinbarungen über Kosten durch Voreinstellungen (bereits gesetzte „Häkchen“ oder Kreuze auf Formularen) sind unzulässig. Nach § 312a BGB sind Zuschläge für Zahlungen nur dann zulässig sind, sofern:

1. eine gängige und zumutbare Zahlungsart kostenlos angeboten wird und

2. die Zuschläge die Kosten, die dem Unternehmer durch den Einsatz dieses Zahlungsmittels entstehen, nicht übersteigen.

Wichtig: Zusatzkosten nur bei ausdrücklicher Vereinbarung! Zusatzvereinbarungen über Kosten durch Voreinstellungen (bereits gesetzte „Häkchen“ oder Kreuze auf Formularen) sind unzulässig. Denn Zusatzkosten müssen ausdrücklich vereinbart werden. Das gilt z.B. für Bearbeitungsgebühren und Stornoversicherungen.

Abbruch von Online-Auktionen

Was gilt, wenn ein Verkäufer während einer Online-Auktion sein Angebot zurückzieht, obwohl bereits Gebote abgegeben wurden?

Ein Vorbehalt, der die bindende Wirkung des Verkaufsangebots einschränkt, ist zwar grundsätzlich zulässig. Das hat bereits der BGH entschieden (Urteil vom 8. Juni 2011 - VIII ZR 305/10). Man könnte nämlich nach dem Gesetz sogar ein Angebot ganz ohne Bindungswirkung abgeben. Daher ist auch nur eine (weniger weitreichende) Einschränkung möglich (z.B. ein Widerrufsvorbehalt). Nur - wer möchte mit einem solchen Anbieter schon einen Vertrag schließen?

Laut BGH (Urteil vom 8. Januar 2014 – Az. VIII ZR 63/13) steht das Angebot des Verkäufers auf einer Onlineauktionsplattform unter dem „**Vorbehalt einer berechtigten Angebotsrücknahme**“ – soweit die AGB des Plattformbetreibers dies vorsehen. Dieser Vorbehalt einer berechtigten Angebotsrücknahme bedeutet für den Bieter, dass ein Kaufvertrag mit dem zu diesem Zeitpunkt Höchstbietenden

dann nicht zustande kommt, wenn der Verkäufer das Angebot entsprechend den AGB (z.B. den Nutzungsbedingungen eBays oder vergleichbarer Plattformen) berechtigterweise zurückzieht.

Was berechtigt ist und was nicht, ist nicht immer leicht zu beurteilen. Im konkreten Fall ging es um den Verkauf eines Motors, der keine Verkehrszulassung hatte, was der Verkäufer aber zum Zeitpunkt des Einstellens des Angebots nicht wusste. Erst als bereits Gebote abgegeben worden waren, bemerkte er dies und nahm sein Angebot umgehend zurück. Der bis dahin Höchstbietende hatte weder einen Anspruch auf die Ware, noch auf einen Schadensersatz, weil hier laut den AGB der Auktionsplattform gerade ein berechtigter Rücknahmegrund vorlag.

Die Erzielung eines höheren Kaufpreises durch einen Verkauf außerhalb der Auktion reicht hingegen nicht aus, um deren Abbruch zu rechtfertigen (Landgericht Detmold, Urteil vom 22. Februar 2012 – 10 S 163/11).

Hilfe im Streitfall: Außergerichtliche und gerichtliche Möglichkeiten

Wenn Sie alleine nicht weiterkommen, haben Sie zahlreiche Möglichkeiten, dennoch zu Ihrem Recht zu kommen: Fragen Sie uns oder die Verbraucherzentrale Ihres Bundeslandes um Rat.

Selbstverständlich können Sie Ihre Ansprüche immer gerichtlich verfolgen; sei es über einen klassischen Prozess oder – wenn es um eine reine Geldforderung geht – in Form eines Mahnverfahrens.

Es besteht aber oft auch die Möglichkeit, ein Schlichtungsverfahren einzuleiten, um auf diesem Weg den Streit gütlich mit geringen oder ohne Kosten beizulegen, z.B. kostenlos unter www.online-schlichter.de (bitte begrenzte Zuständigkeit beachten). Weitere Schlichtungsstellen und Spezialschlichtungsstellen teilen wir Ihnen gerne auf Anfrage mit.

Schon gewusst? *Wer online einkauft, sollte sich auch online beschweren können. Sie sind Verbraucher und liegen im Streit mit einem Online-Händler, der nicht liefert oder Ihnen Ihr Geld nicht zurückerstattet? Möglicherweise kann Ihnen der*

Online-Shopping

Online-Schlichter weiterhelfen. Der Online-Schlichter ist eine für Sie kostenlose Schlichtungsstelle für den elektronischen Geschäftsverkehr. Er vermittelt auf freiwilliger Basis zwischen Verbrauchern und Unternehmern und versucht eine einvernehmliche Lösung zu erzielen. Schlichtung bedeutet nicht, dass Sie auf einen Teil Ihrer Rechte verzichten und „faule Kompromisse“ eingehen müssen. Vielmehr sparen Sie Zeit und Nerven – und das Geld für Anwalt und Gericht. Informieren Sie sich unter www.online-schlichter.de, ob und wie der Online-Schlichter für Sie tätig werden kann.

Handelt es sich um einen grenzüberschreitenden Fall, wenn also der Händler im EU-Ausland sitzt, können Sie sich als Verbraucher an das Netzwerk der Europäischen Verbraucherzentren, ECC-Net, wenden. Eine außergerichtliche Streitbelegung ist in vielen Fällen erfolgversprechend. Das Europäische Verbraucherzentrum Deutschland erreichen Sie unter www.eu-verbraucher.de.

Klappt es doch nicht außergerichtlich, stehen Ihnen auf europäischer Ebene zwei vereinfachte Gerichtsverfahren zur Verfügung, wenn Sie Ansprüche gegen jemanden aus dem EU-Ausland (mit Ausnahme von Dänemark) geltend machen wollen: Das Europäische Mahnverfahren findet ausschließlich bei Geldforderungen Anwendung. Dieses Verfahren kann mit europaweit einheitlichen Formblättern eingeleitet werden. Das Europäische Bagatellverfahren ist bei Forderungen bis zu 2.000 € möglich. Hier können außer Geldforderungen auch andere Ansprüche eingeklagt werden. Es ist ebenfalls ein formularmäßiges Verfahren.

Weitere Informationen erhalten Sie beim Europäischen Verbraucherzentrum Deutschland unter www.eu-verbraucher.de und dem E-Justice-Portal der EU unter https://e-justice.europa.eu.

Online-Shopping

Einkauf in der EU – Andere Länder, andere Sitten?

Auf die Frage, welches Recht auf den Vertrag anwendbar ist, gibt die sogenannte ROM-I-Verordnung Antwort. Zwei Grundkonstellationen sind zu unterscheiden.

Haben Unternehmer und Verbraucher nichts weiter vereinbart, so unterliegt der Vertrag grundsätzlich dem Recht des Staats, in dem der Verbraucher seinen gewöhnlichen Aufenthalt hat, sofern der Unternehmer seine berufliche oder gewerbliche Tätigkeit auch in irgendeiner Weise auf diesen Staat ausrichtet.

Doch was heißt „in irgendeiner Weise ausrichten“ in Bezug auf Online-Shopping? Nach einem Urteil des Europäischen Gerichtshof (EuGH) vom 07.12.2010 (Az.: C-585/08 und C-144/09) dürfte die bloße Existenz einer Internetseite hierfür nicht mehr ausreichen, auch wenn sie weltweit abrufbar ist, sich also zumindest von ihrer technischen Natur her an Verbraucher in anderen Staaten „richtet“. Der EuGH fordert vielmehr das Vorliegen weiterer Anhaltspunkte und gibt hierfür Beispiele, etwa die Angabe einer Telefonnummer mit internationaler Vorwahl, Erwähnung internationaler Kundschaft, Verwendung neutraler Top-Level-Domains wie .com und .eu. Da diese Beispiele jedoch keine abschließende Liste bilden, kann es selbstverständlich auch andere geben.

Weiterhin muss die Website zu einem direkten Vertragsschluss über das Internet aufrufen und ein solcher auch tatsächlich erfolgen.

Etwas komplizierter wird es, wenn zwischen Unternehmer und Verbraucher bei einem solchen Vertrag eine Rechtswahl getroffen wurde. Diese ist nicht immer wirksam. Falls sich nämlich die Website nach den oben genannten Kriterien auf den Aufenthaltsstaat des Verbrauchers ausrichtet, kann dem Verbraucher der ihm nach dem Recht dieses Staats zustehende Schutz nicht entzogen werden.

Richtet sich also eine Seite aus einem andern EU-Mitgliedstaat an deutsche Verbraucher, führt die Vereinbarung der Geltung des Rechts eines anderen Landes nicht dazu, dass der Verbraucher auf den Schutz nach den ihm bekannten verbraucherschützenden Normen verzichten muss – wenn sie ihn denn stärker schützen als nach der vereinbarten Rechtsordnung. Ist das Recht des Staates, in dem der Online-Shop-Betreiber seinen Sitz hat, für den Verbraucher günstiger als das seines eigenen Staates, ist eine entsprechende Rechtswahl des Online-Shop-

Betreibers – übrigens auch durch Allgemeine Geschäftsbedingungen – wirksam, denn hier bedarf der Verbraucher keines weitergehenden Schutzes. Man spricht hier vom sog. „Günstigkeitsprinzip“.

Ausnahmen zu diesen Grundregeln sind in Art 6 Abs. 4 ROM-I-VO aufgelistet. Danach gelten die oben erläuterten Regeln insb. nicht bei Beförderungsverträgen (Gegenausnahme: Pauschalreisen), Verträgen, die Grundstücke betreffen (Kauf, Miete; Gegenausnahme: Timeshare) und Dienstleistungen, sofern diese ausschließlich in einem anderen Staat als dem des Verbrauchers geleistet werden (z.B. Skikurs).

Wer trägt im Versandhandel das Risiko für den Verlust der Ware?

Wenn Sie als Verbraucher bei einem Unternehmer Sachen kaufen, liegt ein sogenannter Verbrauchsgüterkauf vor. Während des Transports trägt bei einem Versandhandelskauf zwischen einem Verbraucher und einem Unternehmer letzterer die Gefahr für die zufällige Verschlechterung (Beschädigung) oder den Untergang (Zerstörung) der Kaufsache (§§ 474 Abs.2, 447, 446 BGB). Diese Regelung kann bei einem Verbrauchsgüterkauf nicht vertraglich abbedungen und nicht durch die Spezialregelung des § 447 BGB ersetzt werden.

Was gilt, wenn die Ware beschädigt ankommt?

Wenn die Ware bei Übergabe durch die Transportperson (ersichtlich) beschädigt ist, können Sie als Käufer die Annahme verweigern. Jedenfalls aber sollten Sie zu Beweiszwecken auf dem Transportdokumenten vermerken lassen, dass die Ware beschädigt ist.

Achtung: Wenn die Ware beschädigt ist, heißt das nicht, dass Sie sich ohne weiteres vom Vertrag lösen dürfen. Der Vertrag besteht weiterhin. Der Verkäufer kann daher gem. § 433 Abs. 2 BGB – allein aus dem Vertrag – den vereinbarten Kaufpreis fordern. Sie können aber wie gesagt die Ware zurückschicken lassen und

nach § 439 BGB Nacherfüllung verlangen, d.h. nach Ihrer Wahl Reparatur oder Austausch der Ware. Am besten, Sie schicken der Ware eine E-Mail hinterher, in der Sie den Unternehmer auf die beschädigte Lieferung und ihr Reparatur- bzw. Austauschverlangen aufmerksam machen.

Wegen der Kaufpreiszahlung haben Sie aber gem. § 320 BGB ein Zurückbehaltungsrecht, da Sie wegen der Mangelhaftigkeit der Kaufsache einen Nacherfüllungsanspruch haben. Das heißt, Sie müssen erstmal nicht zahlen, weil Ihr Vertragspartner seine Leistung augenscheinlich nicht ordnungsgemäß erbracht hat. Dies gilt jedoch grundsätzlich nicht, wenn Sie vertraglich zur Vorleistung, also zu Vorkasse, verpflichtet sind.

Haben Sie die Ware eingesandt und dem Verkäufer eine angemessene Frist zur Nacherfüllung gesetzt, so können Sie sich nach deren erfolglosem Ablauf vom Vertrag lösen (Rücktritt vom Vertrag nach §§ 437, 323 BGB). Nach Erklärung des Rücktritts können Sie den Kaufpreis zurückverlangen (§ 346 BGB).

Spezialwissen für Unternehmer

Richtige Widerrufsbelehrung

Selbstverständlich muss der Unternehmer den Verbraucher über dessen Widerrufsrecht in klarer und verständlicher Weise unterrichten.

Die Widerrufsbelehrung muss in jedem Fall deutlich gestaltet sein und dem Verbraucher seine wesentlichen Rechte in einer dem benutzten Kommunikationsmittel angepassten Weise deutlich machen. Die Belehrung muss die Bedingungen, die Fristen und das Verfahren für die Ausübung des Widerrufsrechts umfassen.

Außerdem muss auf das Muster-Widerrufsformular (erleichtert Verbrauchern ihren Widerruf und ist in allen Sprachen der EU verfügbar) und darauf, wer die Kosten der Rücksendung trägt, hingewiesen werden. Um die gesetzlichen Vorgaben leichter erfüllen zu können, steht Unternehmern weiterhin ein Muster für die Widerrufsbelehrung zur Verfügung.

Das Muster für die **Widerrufsbelehrung** können Sie hier abrufen:
http://www.gesetze-im-internet.de/bgbeg/art_248anlage_1_404.html.

Das Muster für das **Widerrufsformular** können Sie hier abrufen:
http://www.gesetze-im-internet.de/bgbeg/art_248anlage_2_405.html.

Es besteht allerdings keine Pflicht, diese Musterbelehrung zu verwenden. Wer als Unternehmer das gesetzliche Muster für die Widerrufsbelehrung nutzt und dem Verbraucher sodann in Textform (z.B. per E-Mail) übermittelt, hat jedoch den großen Vorteil, rechtlich auf der sicheren Seite zu sein und sich nicht der Gefahr einer Abmahnung auszusetzten.

Der Verbraucher muss die Widerrufsbelehrung spätestens zum Zeitpunkt der Lieferung schriftlich oder auf einem anderen für ihn verfügbaren dauerhaften Datenträger erhalten. Es reicht nicht aus, dass ihm die Informationen nur über einen Hyperlink auf der Website des betreffenden Unternehmens zugänglich gemacht werden. Ein bloßer Link auf die vollständige Belehrung im Online-Shop genügt nicht den rechtlichen Anforderungen. Dies hat der Europäische Gerichts-

hof mit Entscheidung vom 05.07.2012, Rs. C-49/11 festgestellt und damit für mehr Rechtsklarheit in ganz Europa gesorgt. Eine Belehrung kann aber per E-Mail nachgeholt werden.

Sofortige Bestellbestätigung

Wenn ein Verbraucher eine Ware in einem Online-Shop eines Unternehmers bestellt, möchte er natürlich wissen, ob die Anfrage auch tatsächlich übermittelt wurde. Der Unternehmer muss daher nach § 312i BGB den Zugang der Bestellung unverzüglich auf elektronischem Wege bestätigen. Bei entsprechender AGB-Klausel stellt eine einfache Bestellbestätigung noch keine Annahme des Vertragsangebots des Käufers auf die Anzeige des Unternehmers hin dar. Ein Vertragsschluss liegt durch Versendung der Bestellbestätigung daher regelmäßig nicht vor (LG Detmold, Urteil vom 7. März 2012 – 10 S 152/11; BGH, Urteil vom 16.10.2012 – X ZR 37/12). Es empfiehlt sich aber, auf präzise Wortwahl zu achten, um Missverständnissen vorzubeugen.

Hinweis auf Versandkostentragung

Die Kosten für die Rücksendung der Ware trägt im Falle eines Widerrufs grundsätzlich der Verbraucher, sofern ihn der Unternehmer hierüber aufgeklärt hat – und zwar unabhängig vom Warenwert. Eine vertragliche Übernahme der Rücksendekosten durch den Unternehmer ist möglich.

Wer trägt die Kosten für den Versand der Ware an den Verbraucher?

Ein Anspruch des Unternehmers auf Zahlung von Fracht-, Liefer-, Versandkosten und sonstiger Kosten besteht nur dann, wenn der Unternehmer den Verbraucher hierüber unterrichtet hat (§ 312e BGB). Die Angaben zu diesen Kosten muss der der Unternehmer vor Vertragsschluss in klarer und verständlicher Weise machen. Soweit möglich, müssen die Kosten konkret beziffert werden. Stehen die Ver-

sandkosten der Höhe nach also bereits fest oder sind sie ermittelbar, ist ein Hinweis „zzgl. üblicher Versandkosten“ nicht ausreichend.

Impressumspflicht

Ein vollständiges Impressum macht den tatsächlichen Anbieter kenntlich und relativiert dadurch die Anonymität des Internets. Folgende Angaben müssen in jedem Fall gemacht werden (Liste nicht abschließend):

- Durch Nennung der E-Mail-Adresse und der Telefonnummer des Anbieters können die Nutzer auf einfache Weise mit einem konkreten Ansprechpartner Kontakt aufnehmen. Dies ist etwa dann hilfreich, wenn Produktbeschreibungen oder die Rubrik FAQ (häufig gestellte Fragen) nicht weiterzuhelfen vermögen.
- Nur die Nennung des Namens und einer ladungsfähigen Anschrift ermöglicht es dem Nutzer, den Niederlassungsort ausfindig zu machen. Auch können nur so – im Falle eines Rechtsstreits – die Klage und gerichtliche Schriftstücke zugestellt werden. Ein Postfach reicht hierfür nicht.
- Die Nennung der Rechtsform und – soweit vorhanden – der Registernummer erleichtert die Feststellung der rechtlichen Identität des Anbieters.
- Der besseren Nutzerinformation dienen auch Angaben zur Angehörigkeit zu einer bestimmten Berufsgruppe (betrifft nur bestimmte Berufsgruppen, siehe § 5 Abs. 1 Nr. 5 b) TMG).
- Befindet sich die Gesellschaft in Liquidation, so schafft die Angabe hierüber die notwendige Transparenz mit Blick auf längerfristige Vertragsbeziehungen und Gewährleistungsansprüche.
- Vertragspartner müssen die Möglichkeit haben, Umsatzsteuer-Identifikationsnummern prüfen zu lassen – sollte eine solche vorliegen. Deshalb ist deren Angabe oder die der Wirtschafts-Identifikationsnummer erforderlich.

Schon gewusst? *Die Impressumspflicht gilt nicht nur für Online-Shops, sondern für Internetauftritte eines Unternehmens auf Social-Media-Plattformen wie z.B.*

Online-Shopping

Twitter, Facebook, Google+, Pinterest, XING oder LinkedIn (OLG Düsseldorf, 18.12.2007, Az. I-20 U 17/07, 20 U 17/07).

Zum Thema Impressum bietet die eCommerce-Verbindungsstelle eine eigene Broschüre an, die Sie sowohl per Post bestellen als auch auf der Seite ecom-stelle.de abrufen können.

Datenschutzerklärung – aber wie?

Zentrale Inhalte der Datenschutzerklärung nach § 13 TMG sind die Unterrichtung über Speicherungsumstände und Umfang und Reichweite einer möglichen Datenweitergabe sowie ein Hinweis auf bestimmte Kundenrechte und die Nennung eines Ansprechpartners. Fehlt die Datenschutzerklärung, kann das teuer werden. Es drohen Bußgeldzahlungen wegen Ordnungswidrigkeit, Abmahnungen wegen Wettbewerbsverstoßes samt Aufforderung zur Abgabe strafbewährter Unterlassungserklärungen.

Böse Überraschungen beim Online-Shopping lassen sich vermeiden!

Folgende kleine Checkliste soll Ihnen dabei helfen – einfach heraustrennen und neben den PC legen!

- **Gibt es ein vollständiges Impressum und können Sie dieses leicht finden?**
  - ☐ Existiert die dort genannte Postadresse tatsächlich?
    Befindet sich der Händler in Deutschland oder der EU?
    Dann stehen Ihnen auf jeden Fall umfangreiche Verbraucherrechte zu.
  - ☐ Lässt sich der Online-Shop im Zweifel auch telefonisch erreichen?

- **Sind die Preise mit allen Bestandteilen (insbesondere Versandkosten und Mehrwertsteuer) übersichtlich dargestellt und leicht zu finden?**

- **Wird auf ein Widerrufsrecht hingewiesen?**
  Denken Sie daran, dass es Fälle gibt, in denen Ihnen dieses Recht trotz einer Bestellung über das Internet nicht zusteht!

- **Sofern der Shop ein Gütesiegel trägt:**
  - ☐ Ist der Online-Shop auch tatsächlich bei dem Gütesiegelanbieter registriert, dessen Siegel er trägt? Klicken Sie auf das Siegel und fragen Sie im Zweifel nach!
  - ☐ Ist das Gütesiegel als seriös bekannt und wofür steht es?

- **Überlegen Sie sich, welche Daten Sie wirklich angeben müssen – seien Sie sparsam mit Ihren Daten!**

- **Ist die Datenübertragung verschlüsselt, insbesondere wenn Sie online zahlen?**

- **Angst vor Betrügern?**
  Schauen Sie sich in Foren oder auf Bewertungsportalen nach Hinweisen auf Betrug oder sonstige Probleme um, aber trauen Sie nicht jedem Eintrag!

© Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e.V.,
Bahnhofsplatz 3, 77694 Kehl.

www.cec-zev.eu

Bildnachweis

Umschlag, Titelbild: ©Andrey_Popov/shutterstock.com;
Checkliste: ©Johnny_Lye/Fotolia.com
Innenteil, Seite 8: ©wk1003mike/shutterstock.com; Seite: 16 ©wavebreakmedia/shutterstock.com; Seite 18: Download folder free icon by Amit Jakhu © BY 3.0; Seite 20: ©twobee/shutterstock.com; Seite 23: ©alphaspirit/shutterstock.com; Seite 26: ©Rafa-Irusta/shutterstock.com; Seite 30: ©tadamichi/shutterstock.com;

Diese Broschüre erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit, sondern soll einen verständlichen Überblick über wesentliche Problem- und Themenfelder bieten. Für die Richtigkeit der in dieser Broschüre enthaltenen Angaben können wir trotz sorgfältiger Prüfung keine Gewähr übernehmen.

Stand dieser Information: Dezember 2014

eCommerce-Verbindungsstelle

Ansprechpartner für Verbraucher und Anbieter
bei Fragen zu ihren Rechten und Pflichten
im Internethandel

Bahnhofsplatz 3 · 77694 KEHL
Tel. + 49 78 51 / 991 48 0
Fax + 49 78 51 / 991 48 11
eMail: info@eCommerce-Verbindungsstelle.de

Öffnungszeiten:
Di - Do von 9:00 - 12:00 und 13:00 - 17:00 Uhr

www.ecommerce-verbindungsstelle.de

eCommerce-Verbindungsstelle

Bahnhofsplatz 3 · 77694 KEHL
Tel. + 49 78 51 / 991 48 0
Fax + 49 78 51 / 991 48 11
eMail: info@eCommerce-Verbindungsstelle.de

Öffnungszeiten:
Di - Do von 9:00 - 12:00 und 13:00 - 17:00 Uhr

www.ecommerce-verbindungsstelle.de

Angesiedelt beim

Centre Européen de la Consommation
Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e.V.
www.cec-zev.eu

Bahnhofsplatz 3 • 77694 KEHL • Deutschland
Tel.: 07851 991 48 0 • Fax: 07851 991 48 11 • E-Mail: info@cec-zev.eu