Rechtstipps für Unternehmer

Der Online-Shop

Deutschland
VERBINDUNGSSTELLE

Impressum

Herausgeber

Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e. V.
Bahnhofsplatz 3 | 77694 Kehl
Tel.: + 49 (0) 78 51 / 99 14 80
Fax: + 49 (0) 78 51 / 991 48 11
E-Mail: info@cec-zev.eu
Web: www.cec-zev.eu

Registergericht: Amtsgericht Freiburg | Registernummer: VR 370391
Vorstand: Dr. Martine Mérigeau

Druck

Ried-Druck GmbH | Römerstraße 7 | 77694 Kehl

Bildnachweise

Umschlag: S. 1 © Shutterstock.com
Innenseiten: S. 9, 14, 16, 18, 24, 29 und 30 © Pexels.com, S. 28 © Unsplash.com, S. 12, 31 und 34 © Shutterstock.com, S. 25 © European Commission,

Stand

Dezember 2017

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

© Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e. V.

Inhaltsverzeichnis

5

Vorwort

7 - 32

Welche rechtlichen Vorgaben hat ein Online-Shop zu erfüllen?

1. Abgrenzung gewerblicher Verkauf | Privatverkauf **9**
2. Impressum **11**
3. Datenschutz **15**
4. Informationspflichten **19**
5. Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) **24**
6. Widerrufsbelehrung **29**
7. Verbraucherschlichtung **31**

33

Welche Folgen kann ein Verstoß gegen diese Vorgaben haben?

Die eCommerce-Verbindungsstelle Deutschland

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 und für Verbraucherschutz. 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 Fragen können Sie sich gerne direkt an uns wenden:

eCommerce-Verbindungsstelle Deutschland

beim Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e. V.
Bahnhofsplatz 3 | 77694 Kehl
Tel.: + 49 (0) 78 51 / 99 14 80
Fax: + 49 (0) 78 51 / 991 48 11
E-Mail: info@ecommerce-verbindungsstelle.de
Web: www.ecommerce-verbindungsstelle.de

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

*Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in dieser Broschüre auf eine geschlechtsneutrale Differenzierung (z. B. Verbraucherinnen / Verbraucher) verzichtet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für beide Geschlechter. Die verkürzte Sprachform hat nur redaktionelle Gründe und beinhaltet keine Wertung.

Vorwort

Wer online Waren oder Dienstleistungen anbietet, kommt an folgenden Fragen nicht vorbei:

- **Welche rechtlichen Vorgaben hat ein Online-Shop zu erfüllen?**
- **Welche Folgen hat ein Verstoß gegen diese Vorgaben?**

Wer sich als Online-Händler nicht mit diesen Fragen befasst, riskiert empfindliche finanzielle Nachteile. So kann z. B. der Verstoß gegen verbraucherschützende Vorschriften von Mitbewerbern oder verbraucherschützenden Einrichtungen abgemahnt werden.

Manche Verkäufer sind sich teilweise gar nicht darüber im Klaren, dass diese Fragen auch sie betreffen, z. B. Anbieter bei Internet-Auktionen, die sich selbst als Privatverkäufer einstufen. Daher wird in dieser Broschüre auf die Frage eingegangen, ab wann ein Verkauf bei einer Internet-Auktion nicht mehr als privat, sondern als gewerblich gilt.

Doch auch für Verbraucher bzw. Nutzer sind diese Fragen von großer Bedeutung. So lässt sich die Seriösität eines Anbieters auch daran festmachen, ob die gesetzlichen Vorgaben eingehalten werden. Unseriöse Shops lassen sich oft schon daran erkennen, dass ein ordnungsgemäßes Impressum fehlt bzw. über wesentliche Verbraucherrechte, wie das Widerrufsrecht, nicht informiert wird.

Aus rechtlicher Sicht sind die Fragen rund um den Online-Shop und den Online-Handel sehr komplex. Die Broschüre soll einen ersten Einstieg und Überblick geben. Sie kann jedoch nicht eine rechtliche Beratung im Einzelfall ersetzen.

Was muss ich alles beachten?

Impressum

Schlichtung

Datenschutz

Widerrufsrecht

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Produktinformation

Preisangabe

Zahlungsbedingungen

Urheber- und Markenrecht

Lieferbedingungen

Domain

Welche rechtlichen Vorgaben hat ein Online-Shop zu erfüllen?

Die Beantwortung dieser Frage stellt Online-Händler vor einige Herausforderungen.

Bereits bei der Wahl der Internetadresse (Domain) für den eigenen Online-Shop ist darauf zu achten, dass dabei nicht Rechte Dritter verletzt werden. Dies können etwa Namens-, Kennzeichen- oder Markenrechte sein.

Auch bei der Verwendung fremder Bilder und Texte ist auf die Einhaltung des Urheber- und Markenrechts zu achten.

Sobald sich der Online-Shop an Verbraucher im Ausland richtet, werden die Rechtsfragen noch komplizierter. Dann sind zusätzlich die Anforderungen der jeweiligen ausländischen Rechtsordnung zu berücksichtigen. Während in der EU vieles harmonisiert und damit vergleichbar geregelt ist, sieht dies bei Nicht-EU-Ländern anders aus. Die rechtlichen Anforderungen unterscheiden sich auch danach, ob das Angebot im Online-Shop ausschließlich an andere Unternehmer (B2B) oder auch an Verbraucher (B2C) gerichtet ist.

So fallen im B2B-Verkehr einige verbraucherschützende Informationspflichten weg. Das Widerrufsrecht findet z. B. keine Anwendung.

Hinweis

Diese Broschüre befasst sich mit Regeln für Online-Shops, die sich ausschließlich an Verbraucher in Deutschland richten (B2C).

Rechtliche Grundlagen

Die rechtlichen Grundlagen sind über verschiedene Gesetze verstreut. Regelungen finden sich

- im Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB),
- im Telemediengesetz (TMG),
- im Rundfunkstaatsvertrag (RStV)
- im Bundesdatenschutzgesetz (BDSG),
- ab Mai 2018 in der Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO),
- im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG),
- im Markengesetz (MarkenG),
- im Urheberrechtsgesetz (UrhG),
- in der Verordnung über die Online-Streitbeilegung in Verbraucherangelegenheiten (ODR-VO) und
- dem Verbraucherstreitbeilegungsgesetz (VSBG).

Diese Aufzählung ist nicht abschließend.

1. Abgrenzung gewerblicher Verkauf und Privatverkauf

An wen richten sich die folgenden Ausführungen? Zu beachten sind die gesetzlichen Anforderungen in jedem Fall von Unternehmern. Unternehmer ist, wer Waren oder Dienstleistungen im Rahmen einer gewerblichen oder selbständigen beruflichen Tätigkeit anbietet. Für einen Online-Shop kann dies problemlos bejaht werden.

Doch was ist mit Personen, die Waren nur vereinzelt und (vermeintlich) privat bei Online-Auktionen zum Verkauf anbieten? Die Grenze kann nicht immer klar gezogen werden. Letztlich hängt die Antwort davon ab, ob das Angebot im Rahmen einer gewerbsmäßigen Tätigkeit erfolgt. Abstrakt formuliert sind dies Tätigkeiten, bei denen planmäßig und auf eine gewisse Dauer angelegt Leistungen am Markt angeboten werden. Darunter kann auch derjenige fallen, der selbst davon ausgeht, lediglich Privatverkäufer zu sein. Folgende Anhaltspunkte helfen bei der Einstufung:

Privater Verkäufer

- Verkauf von Gegenständen aus Privathaushalt

Tipp

Wer Waren anbietet, sollte für sich die Frage klären, ob sein Angebot als privat oder als gewerblich einzustufen ist. Denn danach bestimmt sich, welche rechtlichen Vorgaben einzuhalten sind.

Gewerblicher Verkäufer

- Ankauf von Artikeln zum Weiterverkauf,
- Hohe Anzahl von Angeboten innerhalb kurzer Zeit,
- Herstellung von Artikeln für Weiterverkauf,
- Verkauf neuer Artikel, die nicht für eigenen Gebrauch erworben wurden,
- Anmeldung bei eBay als gewerblicher Händler,
- PowerSeller bei eBay,
- Betreiben eines eBay-Shops,
- Hohe Anzahl an Bewertungen in kurzer Zeit.

Hinweis

Inhaltliche Anforderungen an das Impressum ergeben sich aus verschiedenen Vorschriften, wie z. B. § 5 TMG, § 55 Abs. 2 RStV, Art. 246a § 1 Abs. 1 Nr. 2 EGBGB und § 2 Abs. 1 Nr. 1-6 DL-InfoV.

2. Impressum

Jeder Betreiber eines Online-Shops ist verpflichtet, ein Impressum anzugeben. Diese Pflicht ist nicht auf Online-Shops beschränkt, sondern gilt für sämtliche Internetauftritte eines Unternehmens, die einem geschäftlichen Zweck dienen. Dazu zählen z. B. Verkaufsplattformen und Social Media (eBay, Twitter, Facebook, Google+, Pinterest, XING oder LinkedIn). Seiten, die ausschließlich privaten oder familiären Zwecken dienen, sind hingegen von der Impressumspflicht ausgenommen.

Anbieter mit sog. journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten müssen nach § 55 Abs. 2 RStV zusätzlich einen für den Inhalt Verantwortlichen mit Angabe des Namens und der Anschrift benennen.

Der Begriff journalistisch-redaktionell gestaltetes Angebot wird im RStV nicht definiert und ist nicht eindeutig geregelt. Der Begriff umfasst alle auf Meinungsbildung und Information angelegten Webseiten. Reine Werbemaßnahmen oder Produktinformationen in einem Online-Shop fallen nicht darunter. Sobald jedoch Beiträge veröffentlicht werden, welche über die reine kommerzielle Kommunikation hinausgehen oder ein Blog geführt wird, ist von einem journalistisch-redaktionell gestalteten Angebot auszugehen.

Das Impressum muss inhaltlich folgende Mindestanforderungen erfüllen:

- Bei natürlichen Personen Name (Vor- und Nachname), bei juristischen Personen Unternehmensname (Firma) sowie Vor- und Zuname des Vertretungsberechtigten,
- Bezeichnung der Rechtsform und ggf. Registernummer,
- vollständige ladungsfähige Anschrift, ein Postfach ist nicht ausreichend,
- Angaben, die eine schnelle elektronische Kontaktaufnahme und unmittelbare Kommunikation ermöglichen, also zumindest E-Mail-Adresse und Telefonnummer,
- Umsatzsteueridentifikationsnummer oder Wirtschaftsidentifikationsnummer, soweit vorhanden (nicht: Steuernummer),
- bei bestimmten Berufsgruppen, wie z. B. Maklern, Architekten oder Rechtsanwälten, die Aufsichtsbehörde oder zuständige Kammer angeben.

Wo ist das Impressum zu platzieren?

Die gesetzliche Vorgabe lautet, dass das Impressum leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar sein muss.

Es genügt, wenn ein Link gesetzt wird, der auf eine Seite mit den gesammelten Anbieterinformationen führt und der von jeder Webseite – einschließlich der Hauptseite – aus erreichbar ist. Dies ist in der Praxis weit verbreitet.

Die Bezeichnung des Links, der zum Impressum führt, ist gesetzlich nicht vorgeschrieben. Weit verbreitet sind die Begriffe „Impressum“ und „Kontakt“. Von originelleren Bezeichnungen wie zum Beispiel „backstage“ sollte abgesehen werden, da sie verwirren und Abmahngefahr bergen.

Die Erreichbarkeit der Informationsseite über zwei Links („Klicks“) erfordert in der Regel kein langes Suchen und ist daher grundsätzlich als „unmittelbar“ anzusehen, auch wenn neben dem maßgeblichen Link noch andere Links vorhanden sind (Beispiel: auf den einzelnen Webseiten gibt es einen Link „Kontakt“, nach dessen Anklicken man auf eine Seite mit dem Link „Impressum“ gelangt).

Beispiel für das Impressum eines Einzelunternehmers:

Max Mustermann
Mustershop
Musterstraße 1
77694 Musterstadt

Tel : 07851 123456
Fax : 07851 123456

E-Mail: Max@Muster-Domain.de

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: DE 123456789

3. Datenschutz

Wer einen Online-Shop betreibt, muss sich mit dem Datenschutz an verschiedenen Stellen auseinandersetzen.

Die Auflistung rechts zeigt, dass Nutzerdaten nicht erst bei Abgabe einer Bestellung erhoben werden. Schon beim Besuch der Webseite des Online-Shops können durch technische Mittel **automatisiert** Informationen über den Nutzer erhoben werden, die datenschutzrechtlich relevant sind.

Online-Händler dürfen **personenbezogene** Daten nur dann sammeln oder weitergeben, wenn ein Gesetz es ihnen ausdrücklich erlaubt oder der Internetnutzer zugestimmt hat. Das Telemediengesetz erlaubt es Online-Händlern zum Beispiel, Informationen zu speichern, die für die Abwicklung eines Vertrages notwendig sind. Dazu können der Name und die E-Mail-Adresse des Käufers gehören.

Eine **Datenschutzerklärung** ist dabei stets erforderlich (§ 13 Abs. 1 TMG). Werden personenbezogene Daten erhoben und ist dies gesetzlich nicht ausdrücklich erlaubt, muss zusätzlich eine **Einwilligung** des Nutzers eingeholt werden.

Einwilligungen müssen ausdrücklich vom Internetnutzer erklärt und vom Online-Händler protokolliert werden. Bereits bei Einholung der Einwilligung muss der Nutzer darauf hingewiesen werden, dass die Einwilligung jederzeit widerrufen werden kann.

Datenschutzrechtlich relevant:

- Erhebung personenbezogener Daten bei der Bestellung (z. B. Name, Adresse, Geschlecht, E-Mail-Adresse, Alter),
- Einsatz von Cookies,
- Social-Media-Buttons,
- Tracking-Tools (z. B. wie Google Analytics, Piwik),
- Versendung von Werbung/Newslettern,
- Weitergabe von Daten an Dritte,
- Datentransfer in Länder außerhalb der EU.

Inhalte der Datenschutzerklärung

Datenschutzerklärung

- Die Datenschutzerklärung ist in allgemein verständlicher Form zu halten und muss den Kunden zu Beginn des Nutzungsvorgangs über Art, Umfang und Zweck der Erhebung und Verwendung personenbezogener Daten informieren.
- Der Kunde muss über seine Widerrufs-, Auskunfts- und Löschungsrechte informiert werden.
- Falls personenbezogene Daten in Drittstaaten (außerhalb EU) verarbeitet werden, ist darauf hinzuweisen.
- Die Datenschutzerklärung muss für den Internetnutzer jederzeit abrufbar sein.
- Von jeder Seite des Internetangebots sollte die Erklärung leicht auffindbar sein. Etwa durch einen als Datenschutzerklärung bezeichneten direkten Link, welcher gut sichtbar (z. B. Kopf- oder Fußzeile) platziert ist.

Tipp

Unternehmer sollten rechtzeitig vor dem Stichtag sicherstellen, dass ihre Datenschutzerklärung und Einwilligungen auf dem neuesten Stand sind.

Stichtag 25. Mai 2018: EU-Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO)

Am 25. Mai 2018 tritt in der gesamten EU die Datenschutz-Grundverordnung in Kraft. Wie nach bisheriger Rechtslage, wird die Erhebung personenbezogener Daten nur dann erlaubt sein, wenn dazu eine gesetzliche Berechtigung besteht oder der Betroffene ausdrücklich eingewilligt hat. Die Informationspflichten der Unternehmer (Datenschutzerklärung) sind dann in Art. 13, Art. 14 DS-GVO umfassender geregelt als nach derzeitiger Rechtslage. Neu ist z. B., dass die Rechtsgrundlage der Datenverarbeitung anzugeben ist. Der betroffene Internetnutzer ist auch über seine Auskunftsrechte bzgl. der über ihn gespeicherten personenbezogenen Daten sowie auf sein Recht auf Berichtigung oder Löschung zu informieren.

4. Informationspflichten

Unternehmer müssen beim Verkauf über einen Online-Shop vielfältige Informationspflichten erfüllen. Die Informationen müssen dem Kunden zu verschiedenen Zeitpunkten seines Online-Einkaufs gegeben werden.

Vor Vertragsschluss

Informationspflichten (§ 312d BGB, Art. 246a EGBGB)

Die wichtigsten Dinge, über die der Verbraucher zu informieren ist, betreffen folgende Punkte:

- die wesentlichen Eigenschaften der Waren oder Dienstleistungen (detaillierte Produktbeschreibung, bei Textilien z. B. Größe, Material, Farbe und Waschbarkeit),
- den Gesamtpreis der Waren oder Dienstleistungen einschließlich aller Steuern und Abgaben,
- Fracht-, Liefer- oder Versandkosten und alle sonstigen Kosten,
- die Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen,
- gegebenenfalls das Verfahren des Unternehmers zum Umgang mit Beschwerden,
- das Bestehen des gesetzlichen Gewährleistungsrechts,
- die Bedingungen, die Fristen und das Verfahren für die Ausübung des Widerrufsrechts,
- die Vertragslaufzeit und wie unbefristete oder sich automatisch verlängernde Verträge gekündigt werden können.

Wie ist zu informieren?

Zur Art und Weise der Informationserteilung bestimmt Art. 246a § 4 Abs. 1 EGBGB, dass dem Verbraucher die genannten Informationen vor Abgabe von dessen Vertragserklärung in klarer und verständlicher Weise zur Verfügung zu stellen sind, d. h., die Informationen müssen deutlich erkennbar und ohne weiteres für den Verbraucher auffindbar sein. Sogenannte „sprechende Links“ sollen nach überwiegender Ansicht ausreichend sein. Als „sprechend“ werden Links bezeichnet, deren Bezeichnung ausreichend konkret ist und die als Link erkennbar und gut sichtbar platziert sind.

Besondere Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr gegenüber Verbrauchern (§ 312j BGB)

Spätestens bei Beginn des Bestellvorgangs hat der Unternehmer anzugeben, ob Lieferbeschränkungen bestehen und welche Zahlungsmittel akzeptiert werden. Lieferbeschränkungen sind bspw. beschränkte Warenvorräte oder bestimmte Lieferländer.

Die Anforderungen an den Aufbau der Bestellseite ergeben sich aus § 312j Absatz 2 bis 4 BGB. Unmittelbar bevor der Verbraucher seine Bestellung abgibt, muss er über folgende Punkte nochmals gesondert informiert werden:

- die wesentlichen Eigenschaften der Waren oder Dienstleistungen,
- den Gesamtpreis,
- bei Abonnement-Verträgen und Dauerschuldverhältnissen (zum Beispiel Telefonvertrag): Gesamtpreis, Vertragslaufzeit.

Die Darstellung muss klar und verständlich sein und in räumlicher und zeitlicher Nähe zur Abgabe der Bestellung stehen.

Jetzt kaufen

Bestell-Button

Nach § 312j Abs. 3, 4 BGB ist für einen wirksamen Vertragsschluss zwingend erforderlich, dass der Verbraucher eine ausdrückliche Zahlungsbestätigung angibt. Falls die Bestätigung über eine Schaltfläche erfolgt (z. B. Hyperlink, Checkbox, Button), ist diese gut lesbar mit „zahlungspflichtig bestellen“ oder mit einer entsprechend eindeutigen Formulierung zu beschriften (Button-Lösung). Hier kommt es auf die richtige Formulierung an!

Sofortige Bestellbestätigung (§ 312i BGB)

Der Online-Händler muss dem Kunden den Zugang von dessen Bestellung unverzüglich auf elektronischem Weg bestätigen.

Diese Bestellbestätigung wird je nach Shop-System meist automatisiert an den Kunden versendet.

Der Online-Händler sollte ausdrücklich regeln, ob diese Bestellbestätigung eine verbindliche Annahme der Bestellung darstellt oder nicht. Ansonsten geht er das Risiko ein, dass er bereits durch die meist automatisierte Bestellbestätigung vertraglich verpflichtet wird. Dies kann für den Online-Händler insbesondere dann problematisch sein, wenn er die Ware nicht liefern kann.

Der Verkäufer sollte daher z. B. in den AGB bzw. in der Bestellbestätigung klarstellen, dass ein verbindlicher Vertragsschluss nicht durch die Bestellbestätigung, sondern erst durch eine weitere, gesonderte Annahmeerklärung, erfolgt.

Nach Vertragsschluss

Abschriften und Bestätigungen (§ 312f Abs. 2 BGB)

Dauerhafter Datenträger: Der Unternehmer ist verpflichtet, dem Verbraucher eine Bestätigung des Vertrags, in welcher der Vertragsinhalt wiedergegeben ist, auf einem dauerhaften Datenträger zur Verfügung zu stellen. Ein dauerhafter Datenträger (§ 126b Satz 2 BGB) ist z. B. Papier, USB-Stick, CD-ROM, Speicherkarten, Computerfax und auch eine **E-Mail**. Dies muss innerhalb einer angemessenen Frist nach Vertragsschluss, spätestens bei Lieferung der Ware oder bevor mit der Ausführung der Dienstleistung begonnen wird, erfolgen. Wesentliche Vertragsinhalte sind die bestellte Ware, Preis, Menge und die Widerrufsbelehrung. Soweit AGB verwendet werden, gehören diese ebenfalls dazu.

Weitere Informationspflichten

Die PAngV regelt, wie Preise gegenüber Verbrauchern anzugeben sind. Je nachdem, welche Produkte verkauft werden, sind weitere produktbezogene Informationspflichten zu beachten. Dies betrifft z. B. den Verkauf von Batterien, Lebensmitteln, Kosmetikprodukten und Textilien.

5. Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

Das Verwenden Allgemeiner Geschäftsbedingungen ist freiwillig. Als Online-Händler kann man seinen Shop auch ohne AGB betreiben. In diesem Fall gelten dann allein die gesetzlichen Regelungen.

Allgemeine Geschäftsbedingungen sind vorformulierte Regelungen eines Verkäufers, die auf den Vertrag mit dem Kunden Anwendung finden sollen. Inhaltlich werden in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen von Online-Shops insbesondere folgende Punkte geregelt.

Geltungsbereich

Einleitend wird die Identität des Unternehmers angegeben sowie der Geltungsbereich der AGB, d. h. ob sie gegenüber Verbrauchern und/oder Unternehmern gelten sollen und welche Verträge sie betreffen.

Vertragsschluss

An dieser Stelle werden die wesentlichen Schritte zum Vertragsschluss dargestellt. Meist wird hier klargestellt, dass es sich bei der Präsentation der Artikel im Online-Shop noch nicht um ein bindendes Vertragsangebot, sondern um eine sogenannte „invitatio ad offerendum“, d. h. eine Einladung zur Abgabe eines Angebots, handelt. Indem der Kunde den Button „zahlungspflichtig bestellen“ anklickt, gibt er ein Angebot ab. Dieses wird dann noch nicht durch die Bestell-

bestätigung, sondern durch eine weitere, gesonderte Annahmeerklärung vom Händler angenommen. Er hält es sich auf diese Weise offen, ob er sich tatsächlich vertraglich binden und zur Lieferung verpflichten möchte oder nicht.

Widerrufsrecht

Oft wird in den AGB auch die Widerrufsbelehrung aufgenommen. Inhaltlich ist derselbe Text zu verwenden wie in der (ggf.) separat erteilten Widerrufsbelehrung. Abweichungen von den gesetzlichen Musterformulierungen sind nicht empfehlenswert.

Wird keine separate Widerrufsbelehrung erteilt, muss zumindest ein sprechender Link auf die in den AGB enthaltende Widerrufsbelehrung verweisen, der klar als „Widerrufsbelehrung“ bezeichnet ist.

Preise, Versandkosten

Hier wird beim Verkauf an Verbraucher geregelt, dass es sich um Bruttopreise inklusive Mehrwertsteuer handelt. Zusätzlich wird die Berechnung der Versandkosten dargestellt.

Zahlung

Der Unternehmer kann festlegen, welche Zahlungsmittel und Zahlungsweisen er akzeptiert. Zu beachten ist allerdings, dass zumindest eine gängige und zumutbare unentgeltliche Zahlungsmöglichkeit bestehen muss. Dies folgt aus § 312a Abs. 4 Nr. 1 BGB. Wird für eine Zahlung ein Entgelt vereinbart, darf dieses nicht die Kosten übersteigen, welche dem Unternehmen dadurch tatsächlich entstehen.

Eigentumsvorbehalt

Der Eigentumsvorbehalt regelt, dass das Eigentum an der Ware erst bei vollständiger Bezahlung an den Käufer übergeht. Dies ist z. B. dann sinnvoll, wenn die Lieferung an den Kunden vor Erhalt der Zahlung erfolgt.

Lieferung

Lieferzeit und Beginn der Lieferfrist werden an dieser Stelle üblicherweise festgelegt. Meistens läuft die Lieferfrist ab Zeitpunkt des Vertragsschlusses.

Gewährleistung, Haftung

Der Verbraucher ist im Online-Handel darüber zu informieren, dass ihm gegenüber dem Verkäufer ge setzliche Gewährleistungsrechte zustehen (Art. 246a § 1 Abs. 1 Nr. 8 EGBGB).

Ist eine Sache mangelhaft, kann der Käufer Nacherfüllung verlangen und ggf. vom Vertrag zurücktreten, den Kaufpreis mindern und Schadensersatz verlangen.

Verbraucherstreitbeilegung

Seit dem 09.01.2016 besteht nach Art. 14 ODR-VO die Verpflichtung, einen Link auf die EU-Plattform für Online-Streitbeilegung zu setzen. Seit dem 01.02.2017 bestehen Informationspflichten nach §§ 36, 37 VSGB zur Verbraucherstreitbeilegung. Werden AGB verwendet, ist darüber auch hier zu informieren. Einzelheiten dazu finden Sie unter Ziffer 7.

Wenn ein Online-Händler AGB verwendet, muss er folgende Punkte beachten:

Wirksame Einbeziehung in den Vertrag

AGB werden nur dann Vertragsbestandteil, wenn der Käufer spätestens bei Vertragsschluss ausdrücklich auf sie hingewiesen wird, in zumutbarer Weise die Möglichkeit hat, den Inhalt zur Kenntnis zu nehmen und sein Einverständnis erklärt hat.

Lediglich auf der Startseite und im Hauptmenü auf die AGB hinzuweisen reicht im Zweifel nicht aus. Besser sollte im Online-Bestellformular mit entsprechendem Link auf die AGB hingewiesen werden.

Die AGB müssen dort abrufbar und in wiedergabefähiger Form speicherbar und druckbar sein. Der Unternehmer muss im Streitfall darlegen und beweisen können, dass die AGB wirksam in den Vertrag einbezogen wurden. Daher ist es für ihn sinnvoll, sich dies gesondert vom Kunden bestätigen zu lassen.

Inhalt

Bei Verträgen mit Verbrauchern sind Klauseln, die den Verbraucher wie in den folgenden Beispielen unangemessen benachteiligen, **unwirksam**:

- „Sämtliche Risiken und die Versendungsgefahr gehen auf den Kunden über, sobald eine Übergabe der bestellten Ware an den beauftragten Logistikpartner stattgefunden hat“,
- „Lieferzeit auf Anfrage“,
- „Versand auf Risiko des Käufers“,

Tipp

- *Es ist nicht empfehlenswert, ohne juristische Kenntnisse AGB selbst zu formulieren.*
- *Mustertexte sollten auf den jeweiligen Online-Shop angepasst werden.*
- *Die Verwendung unwirksamer AGB-Klauseln hat nicht nur Konsequenzen für den Vertrag mit dem Kunden, sondern kann auch einen Wettbewerbsverstoß darstellen – der Verwender solcher Klauseln riskiert eine Abmahnung.*

- „Der Kunde hat die angelieferten Waren unverzüglich nach Lieferung auf Transportschäden zu untersuchen“,
- „Voraussichtliche Versanddauer: 1-3 Werktage“,
- „Rücksendung erfolgt auf jeden Fall auf Kosten und Risiko des Käufers“.

Das heißt aber nicht, dass alle Unternehmer identische oder ähnliche Standardklauseln verwenden müssen oder sollen. Vielmehr ist es möglich und empfehlenswert, eigene Regelungen zu treffen. Was zulässig ist und was nicht, regelt das Gesetz in den §§ 305 - 310 BGB.

6. Widerrufsbelehrung

Die Informationen zum Widerrufsrecht müssen dem Verbraucher vor Abgabe der Bestellung in klarer und verständlicher Weise zur Verfügung gestellt werden.

Das ist z. B. der Fall, wenn die Belehrung oberhalb des Bestell-Buttons erfolgt. Dabei sind verschiedene Möglichkeiten denkbar. So kann zum einen der vollständige Belehrungstext eingefügt werden.

Möglich ist auch, über einen Link auf die Belehrung zu verweisen, dessen Bezeichnung ausreichend konkret ist (z. B. „Widerrufsrecht“), der als Link erkennbar und gut sichtbar platziert ist.

Der Gesetzgeber stellt Unternehmern ein Muster für die Widerrufsbelehrung zur Verfügung (Anlage 1 zu Artikel 246a § 1 Absatz 2 Satz 2 EGBGB).

Soweit der Unternehmer dieses Muster in seinem Online-Shop verwendet, ist er auf der sicheren Seite.

Die Einzelheiten ergeben sich aus den §§ 312g, 355 BGB und Art. 246a § 1 Abs. 2, 3 EGBGB.

Tipp

Eine richtige Belehrung ist in der Praxis aus mehreren Gründen wichtig. Die fehlerhafte Widerrufsbelehrung ist eine beliebte Grundlage für Abmahnungen.

Zudem beginnt die Widerrufsfrist erst dann zu laufen, wenn der Unternehmer ordnungsgemäß belehrt hat, maximal beträgt sie dann 1 Jahr und 14 Tage.

Widerrufsbelehrung

Der Verbraucher ist darüber zu informieren,

- ob ein Widerrufsrecht besteht oder nicht besteht,
- in welchen Fällen das Widerrufsrecht erlischt,
- wie das Widerrufsrecht auszuüben ist,
- innerhalb welcher Frist widerrufen werden muss,
- wer die Rücksendekosten im Falle eines Widerrufs trägt,
- dass ggf. Wertersatz zu leisten ist,
- dass es ein Muster-Widerrufsformular gibt.

7. Verbraucherschlichtung

Schlichtung ist ein Verfahren, bei dem Verbraucher und Unternehmer gemeinsam versuchen, eine Streitigkeit gütlich zu lösen. Unterstützt werden sie dabei durch eine Schlichtungsstelle.

Sie lässt beide Parteien zu Wort kommen, prüft die Rechtslage, erörtert Lösungsmöglichkeiten und macht schließlich einen Schlichtungsvorschlag.

Nehmen die Parteien ihn an, wird er verbindlich. Anderenfalls besteht danach immer noch die Möglichkeit, vor Gericht zu gehen.

Die Teilnahme an einem Schlichtungsverfahren ist mit wenigen Ausnahmen (Energiewirtschaft, Luftverkehr) für Unternehmen freiwillig.

Sie müssen allerdings über die Möglichkeit der Schlichtung informieren. Die Informationen müssen für den Verbraucher leicht zugänglich sein.

Sie können zum Beispiel ins Impressum aufgenommen werden. Alternativ zur Aufnahme ins Impressum ist es auch denkbar, einen leicht auffindbaren Link, der z. B. Verbraucherstreitbeilegung benannt werden kann, zu platzieren, der dann auf eine extra Seite führt. Falls AGB verwendet werden, sind die Informationen dort ebenfalls aufzunehmen.

Formulierungsvorschläge und eine Übersicht über die zuständigen Schlichtungsstellen finden Sie auf unserer Website.

Art. 14 ODR-Verordnung

Seit dem 9. Januar 2016 müssen Online-Händler auf ihren Webseiten einen Link zur EU-Plattform für Online-Schlichtung einstellen und ihre E-Mail-Adressen angeben (Art. 14 der sog. ODR-Verordnung). Der Link ist aktiv, d. h. **anklickbar** zu gestalten. Einige Gerichte haben bereits entschieden, dass die bloße Wiedergabe der Internetadresse nicht genügt.

§ 36 Verbraucherstreitbeilegungsgesetz (VSBG)

Seit dem 1. Februar 2017 müssen Unternehmer mit mehr als zehn Beschäftigten, die über eine Website verfügen oder AGB verwenden, angeben, inwieweit sie bereit oder verpflichtet sind, an einem Verfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle teilzunehmen und die zuständige Stelle benennen. „Inwieweit“ bedeutet, dass sie auch angeben müssen, wenn sie grundsätzlich nicht an einem Schlichtungsverfahren teilnehmen möchten.

§ 37 Verbraucherstreitbeilegungsgesetz (VSBG)

Alle Unternehmer, unabhängig von der Zahl der Beschäftigten, treffen nach § 37 VSBG weitere Hinweispflichten, wenn für eine Streitigkeit mit einem Verbraucher zwischen den Parteien keine Lösung gefunden werden kann.

Welche Folgen kann ein Verstoß gegen diese Vorgaben haben?

- Die Rechtsposition des Online-Händlers gegenüber dem Käufer kann geschwächt werden. Eine fehlende oder fehlerhafte Widerrufsbelehrung führt dazu, dass sich die Widerrufsfrist zugunsten des Käufers auf maximal 1 Jahr und 14 Tage verlängert.
- Ein Verstoß gegen verbraucherschützende Vorschriften stellt eine unlautere Geschäftspraxis nach § 3a UWG dar. Die Folge ist, dass Verbände und vor allem Konkurrenten diesen Verstoß abmahnen können.

  Da der Online-Handel durch sehr viele verbraucherschützende Normen geprägt ist, geschieht dies auch häufig. Die dadurch entstehenden Rechtsberatungs- und gegebenenfalls Gerichtskosten können gerade für Kleinunternehmer den Gewinn schmerzhaft reduzieren.

  Beliebter Angriffspunkt sind Gesetzesänderungen. Wer es verpasst, seinen Online-Shop entsprechend zu aktualisieren, muss mit einer Abmahnung rechnen.
- Bei Verstößen gegen verbraucherschützende Vorschriften können zudem die dazu berechtigten Stellen wie etwa Wettbewerbsvereine, Verbraucherschutzvereine, Industrie- und Handelskammern Ansprüche auf Unterlassung geltend machen. Einzelheiten dazu

sind im Unterlassungsklagengesetz (UKlaG) geregelt.

- Zusätzlich können Verstöße auch Geldbußen nach sich ziehen. § 16 TMG regelt dies für Verstöße gegen Impressumspflichten und gegen datenschutzrechtliche Bestimmungen nach dem TMG.

  Die Höhe der Bußgelder wird sich bei Verstößen gegen den Datenschutz nach Inkrafttreten der DS-GVO am 25.05.2018 deutlich erhöhen.

  Gemäß Art. 83 Abs. 5 b DS-GVO können Verstöße mit Geldbußen bis zu 20.000.000 Euro oder 4 % des Jahresumsatzes sanktioniert werden.

Deutschland
VERBINDUNGSSTELLE

Bei Fragen können Sie sich gerne direkt an uns wenden:

eCommerce-Verbindungsstelle Deutschland

beim Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e.V.
Bahnhofsplatz 3 | 77694 Kehl
Tel. + 49 (0) 78 51 / 99 14 80
Fax + 49 (0) 78 51 / 991 48 11
eMail: info@ecommerce-verbindungsstelle.de
Web: www.ecommerce-verbindungsstelle.de