



Der rechtskonforme Online-Shop

E-Commerce ohne rechtlichen Ärger





Der rechtskonforme Online-Shop

E-Commerce ohne rechtlichen Ärger

Oktober 2020
Version 1.0

Herausgeber

DATENSCHUTZKANZLEI
Herting Oberbeck Rechtsanwälte Partnerschaft
Hallerstraße 76, 20146 Hamburg

Telefon +49. 40. 228 69 11 40
E-Mail legal@datenschutzkanzlei.de
Twitter [@hertingoberbeck](https://twitter.com/hertingoberbeck)
LinkedIn [linkedin.com/company/datenschutzkanzlei](https://www.linkedin.com/company/datenschutzkanzlei)
Web [datenschutzkanzlei.de](https://www.datenschutzkanzlei.de)

Wir stellen dieses eBook kostenfrei zur Verfügung und es freut uns, wenn wir Sie damit bei der Umsetzung eines rechtskonformen Online-Shops unterstützen können. Nutzen Sie es also und leiten Sie es auch gerne an Ihre Arbeitskollegen oder Geschäftspartner weiter. Die Veröffentlichung – auch in Auszügen – oder die Entfernung von Logos, Kontaktdaten oder anderen Hinweisen auf die Urheberschaft ist hingegen nur mit unserer schriftlichen Einwilligung erlaubt.

Aus Gründen der Lesbarkeit wurde im Text die männliche Form verwendet. Nichtsdestotrotz beziehen sich die Angaben auf Angehörige aller Geschlechter.

Vorwort

Liebe Leserin, lieber Leser,

digitales Einkaufen ist aus dem Alltag nicht mehr hinwegzudenken. Nach einem aktuellen [Bitkom-Studienbericht](#) kaufen 94 Prozent aller Internetnutzer online ein, was einer Zahl von 55 Millionen Bundesbürgern entspricht. Zugleich ist es heute dank Website-Baukästen und Online-Marktplätzen so leicht wie nie, den eigenen Online-Shop einzurichten.

WEBSITE

Der Bitkom-Studienbericht ist hier abrufbar (PDF): <https://t1p.de/wfjr>

Aus der rechtlichen Perspektive ist die Gestaltung eines Online-Shops allerdings weiterhin eine Herausforderung. Wer Waren oder Dienstleistungen über das Internet anbietet, den treffen zahlreiche rechtliche Vorgaben. Das E-Commerce-Recht ist komplex. Von der Beachtung aller Informationspflichten, über die wirksame Einbeziehung von Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB), bis zur rechtmäßigen Widerrufsbelehrung stehen Online-Händlern einige Hürden im Weg.

Das vorliegende eBook soll Ihnen dabei helfen, sich in diesem rechtlichen Dickicht zurechtzufinden und den Überblick darüber zu behalten, welchen rechtlichen Anforderungen Ihr Online-Shop tatsächlich genügen muss.

Ein großer Dank gilt unserem studentischen Mitarbeiter Florian Garbade für die engagierte inhaltliche Mitarbeit.

Dieses eBook wird regelmäßig aktualisiert und soll sukzessive weiter ausgebaut werden. Und hier sind auch Sie gefragt! Wir freuen uns über Ihr Feedback. Teilen Sie uns außerdem gerne mit, welche Themen wir Ihrer Meinung nach, zukünftig noch genauer beleuchten sollten.

Die aktuelle Version des eBooks finden Sie stets im Internet unter www.datenschutzkanzlei.de. Dort können Sie sich auch für unseren Newsletter „Datenschutz-Update“ anmelden und so sicherstellen, dass Ihnen keine neue Version und keine wesentlichen Entwicklungen im Datenschutz- und Onlinerecht entgehen. Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

Hamburg im Oktober 2020

Ihr Team der Datenschutzkanzlei

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	2
Inhaltsverzeichnis	3
In eigener Sache	4
Rechtliche Grundlagen des E-Commerce	5
Basiswissen zum Vertragsschluss	8
– Das Angebot	8
– Die Annahme	8
Das Widerrufsrecht	10
– Die Erklärung des Widerrufs	10
– Die Widerrufsfrist	10
– Die Widerrufsbelehrung	10
– Folgen des Widerrufs	11
– Ausnahmen vom Widerrufsrecht	12
Allgemeine Geschäftsbedingungen	13
– Keine unangemessene Benachteiligung der Kunden	13
– Wirksame Einbeziehung der AGB	14
Informations- und Kennzeichnungspflichten	15
– Zu beachtende Informationspflichten	15
– Angabe von Preisen	20
Gestaltung des Checkouts	22
– Möglichkeit zur Berichtigung von Eingabefeldern	22
– Hinweis auf AGB	22
– Hervorhebung wesentlicher Details der Bestellung	22
– Die Button-Lösung	23
– Versendung einer Bestellbestätigung	23
– Abrufmöglichkeit von Vertragsbestimmungen und AGB	23
– Bestätigung des Vertrags	23
Aktuelle Entscheidungen im E-Commerce	25
Ausgewählte Leistungen der Datenschutzkanzlei	27
– Beratung für Ihren Online-Shop	27
– Externer Datenschutzbeauftragter	27
– E-Learnings und Webinare	27

In eigener Sache

Beratung für Ihren Online-Shop

Wir unterstützen Shop-Betreiber beim rechtlichen Setup ihres Online-Handels. Ein rechtlich geprüfter Shop sorgt für einen guten Auftritt und schiebt Abmahnungen wegen falscher Preisangaben, lückenhafter Produktkennzeichnungen, fehlerhafter Widerrufsbelehrungen und Datenschutzhinweisen oder einem unvollständigen Impressum einen Riegel vor. Zusammen gehen wir Ihr Online-Business durch und besprechen die rechtlichen Fallstricke, um Sie abzusichern und vor Abmahnungen zu schützen. Nach dem rechtliche Check Ihres Shops erhalten Sie anwaltlich geprüfte Rechtstexte. Selbstverständlich beraten wir Sie auch bei der konkreten Umsetzung und Einbindung.

Neben der Beratung im E-Commerce-Recht beraten wir Sie zu Rechtsfragen rund um Datenschutz, Onlineangebote, Social Media-Plattformen und Marketingmaßnahmen sowie im Vertriebskartellrecht.

Externer Datenschutzbeauftragter

Die Juristinnen und Juristen der Datenschutzkanzlei sind bundesweit als TÜV-zertifizierte Datenschutzbeauftragte für Unternehmen und Organisationen mit klassischen und neuen Geschäftsmodellen tätig. Wenn Sie eine persönliche Beratung genauso schätzen, wie belastbare Aussagen und ein tiefes Verständnis für Ihre Geschäftsprozesse, dann sind Sie bei uns genau richtig.

E-Learnings und Webinare

In der Datenschutzkanzlei Academy stehen Verständlichkeit und Praxisnähe an erster Stelle. Recht muss nämlich nicht zäh und trocken sein. Wir haben Spaß an der Weitergabe unseres Wissens und bieten Unternehmen ein flexibles Schulungsprogramm für ihre Beschäftigten. Über unser Schulungsportal machen wir kleine und große Teams dank moderner E-Learnings in kurzer Zeit Datenschutz-fit. Aktuelle Themen und „Dauerbrenner“ rund um Datenschutz und Onlinerecht nehmen wir in unseren Live-Webinaren in den Fokus.

Sprechen Sie uns an

Telefon +49. 40. 228 69 11 40
E-Mail legal@datenschutzkanzlei.de
Web [datenschutzkanzlei.de/kontakt/](https://www.datenschutzkanzlei.de/kontakt/)

WEBSITE

Informationen zu unseren Leistungen im E-Commerce finden Sie online unter:
<https://www.datenschutzkanzlei.de/rechtsberatung/ecommerce/>

WEBSITE

Mehr Infos zum externen Datenschutzbeauftragten finden Sie online unter:
<https://www.datenschutzkanzlei.de/datenschutzbeauftragter>

WEBSITE

Unser Academy-Angebot finden Sie online unter:
<https://www.datenschutzkanzlei.de/academy/>

Rechtliche Grundlagen des E-Commerce

Wenn ein Verbraucher in einem Online-Shop etwas kauft, kommt hierbei ein sog. Fernabsatzvertrag zustande. Das Fernabsatzrecht umfasst diejenigen Bestimmungen des Bürgerlichen Gesetzbuches (BGB), in denen der Distanzhandel zwischen Unternehmern und Verbrauchern geregelt ist. Die Kommunikations- und Geschäftsbeziehung zwischen Unternehmer und Verbraucher wird gemeinhin auch unter der Wendung Business-to-Consumer (B2C) zusammengefasst. Die Begriffe "Verbraucher" und "Unternehmen" sind im BGB definiert.

Definition Verbraucher

Ein Verbraucher ist jede natürliche Person, die ein Rechtsgeschäft zu Zwecken abschließt, die überwiegend weder ihrer gewerblichen noch ihrer selbständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet werden können.

Definition Unternehmen

Ein Unternehmer ist eine natürliche oder juristische Person oder eine rechtsfähige Personengesellschaft, die bei Abschluss eines Rechtsgeschäfts in Ausübung ihrer gewerblichen oder selbständigen beruflichen Tätigkeit handelt

Das Fernabsatzrecht räumt Verbrauchern bestimmte Rechte ein und bindet Unternehmer an besondere Transparenzvorgaben. Hierdurch soll ein ökonomisches Ungleichgewicht zwischen Unternehmen und Verbrauchern ausgeglichen werden. Das Fernabsatzrecht dient insoweit dem Verbraucherschutz. Ursprünglich mit Blick auf den Katalogversandhandel entwickelt, bildet heute der E-Commerce den praktischen Schwerpunkt des Fernabsatzrechts. Die Regelungen zum Fernabsatz hierzu finden sich in den §§ 312c ff. BGB.

Definition Fernabsatzvertrag

Fernabsatzverträge sind Verträge, bei denen der Unternehmer oder eine in seinem Namen oder Auftrag handelnde Person und der Verbraucher für die Vertragsverhandlungen und den Vertragsschluss ausschließlich Fernkommunikationsmittel verwenden, es sei denn, dass der Vertragsschluss nicht im Rahmen eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- oder Dienstleistungssystems erfolgt.

Definition Fernkommunikationsmittel

Fernkommunikationsmittel im Sinne dieses Gesetzes sind alle Kommunikationsmittel, die zur Anbahnung oder zum Abschluss eines Vertrags eingesetzt werden können, ohne dass die Vertragsparteien gleichzeitig körperlich anwesend sind, wie Briefe, Kataloge,

Telefonanrufe, Telekopien, E-Mails, über den Mobilfunkdienst versendete Nachrichten (SMS) sowie Rundfunk und Telemedien.

Das Fernabsatzrecht sieht insbesondere vor, dass dem Verbraucher ein Widerrufsrecht einzuräumen ist. Die Regelungen zum Widerrufsrecht finden sich in § 312g BGB sowie in den §§ 355 ff. BGB. Das Widerrufsrecht gibt Kunden die Möglichkeit, den abgeschlossenen Vertrag innerhalb von vierzehn Tagen nach der Lieferung ohne Angabe von Gründen zu widerrufen. In bestimmten Fällen kann das Widerrufsrecht allerdings ausgeschlossen werden.

Außerdem müssen eine ganze Reihe von Informationspflichten beachtet werden. Die Regelungen hierzu finden sich in § 312d Abs.1 BGB in Verbindung mit Art. 246a EGBGB. Da in einem Online-Shop außerdem ein sog. Vertrag im elektronischen Geschäftsverkehr abgeschlossen wird, müssen außerdem die weiteren Informationspflichten und Gestaltungsvorgaben aus den § 312i in Verbindung mit Art. 246c EGBGB und § 312j BGB beachtet werden. Durch die mitgeteilten Informationen und Gestaltungsvorgaben soll gewährleistet werden, dass die Kunden eine vernünftige und informierte Entscheidung über den Erwerb einer Ware treffen können.

Definition: Vertrag im elektronischen Geschäftsverkehr

Ein Vertrag im elektronischen Geschäftsverkehr ist gegeben, wenn sich ein Unternehmer zum Zwecke des Abschlusses eines Vertrags über die Lieferung von Waren oder über die Erbringung von Dienstleistungen der Telemedien bedient.

Neben dem Fernabsatzrecht sind weitere gesetzliche Regelungen zum Verbraucherschutz zu beachten. So wird die richtige Darstellung von Preisen durch die Preisangabenverordnung (PAngV) geregelt. Sofern Ihr Online-Shop AGB enthält, müssen diese den Wirksamkeitsanforderungen der §§ 305 ff. BGB genügen.

Da im Rahmen eines Online-Shops zwangsläufig auch personenbezogene Daten verarbeitet werden, greifen die datenschutzrechtlichen Regelungen der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG).

Daneben sind das Verbraucherstreitbeilegungsgesetzes (VSBG) und die europäische Verordnung über die Online-Streitbeilegung in Verbraucherangelegenheiten (ODR-VO) zu beachten. Diese enthalten Regelungen über bestimmte Verfahren zur Streitbeilegung und wie die

Kunden über diese informiert werden müssen.

Im Übrigen muss Ihr Angebot den allgemeinen lauterkeitsrechtlichen Anforderungen genügen, die im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) geregelt sind.

Zusätzlich können abhängig von den angebotenen Produkten weitere spezialgesetzliche Vorschriften einschlägig sein. Diese besonderen Anforderungen können teilweise recht komplex sein. Zusätzliche Regelungen gelten insbesondere für die folgenden Produkte:

- Arzneimittel
- Bücher
- Digitale Inhalte
- Elektronikartikel
- Lebensmittel
- Textilien

Basiswissen zum Vertragsschluss

Der genaue Zeitpunkt des Vertragsschlusses spielt eine wesentliche Rolle für die Bestellabwicklung und bestimmte Informationspflichten im Online-Shop. Shop-Betreiber sollten ihn deshalb bewusst wählen. Die Kenntnis einiger Jura-Basics zum Vertragsrecht ist hier unumgänglich.

Im deutschen Recht kommt ein Vertrag durch die Abgabe von zwei korrespondierenden Erklärungen zustande. Diese sind das sogenannte Angebot und die folgende Annahme. Mit dem Angebot erklärt eine Partei gegenüber der anderen, einen bestimmten Vertrag eingehen zu wollen. Erst mit der Annahmeerklärung der anderen Partei kommt es dann zu einem rechtlich bindenden Vertrag.

Im Online-Shop ergibt sich damit der folgende Ablauf:

Das Angebot

Die Produktpräsentation im Online-Shop, auf der die Kunden die angebotenen Waren sehen, ist noch kein Angebot im rechtlichen Sinne. Stattdessen stellt die Präsentation nur eine Aufforderung an die Kunden dar, ein entsprechendes Angebot zu erklären. In der juristischen Fachsprache wird dies *invitatio ad offerendum* genannt. Eine solche Erklärung geben die Kunden erst per Klick auf den Bestellbutton ab.

Die Annahme

Die Annahmeerklärung liegt in der Hand der Shop-Betreiber. Die gesetzlichen Informationspflichten sehen insoweit nur vor, dass die Kunden unverzüglich nach ihrer Bestellung eine Bestellbestätigung erhalten müssen. Ob diese Bestätigung bereits eine verbindliche Annahme des Vertrages ist, entscheidet sich anhand der Formulierung.

Eine Annahme mit der Bestellbestätigung kann wie folgt aussehen:

„Vielen Dank für ihre Bestellung! Wir werden sie so schnell wie möglich bearbeiten.“

In diesem Fall muss es den Kunden spätestens jetzt ermöglicht werden, die Vertragsbestimmungen und AGB abzurufen und zu speichern. Die zusätzlich erforderliche Vertragsbestätigung kann mit der Versandbestätigung erfolgen. Der Nachteil: Eine Korrektur von etwaigen Fehlern bei der Eingabe des Preises und eine Überprüfung der tatsächlichen Verfügbarkeit der Ware ist jetzt nicht mehr ohne weiteres möglich, da der Vertrag bereits verbindlich geschlossen wurde.

Soll noch keine Annahme erfolgen, muss klargestellt werden, dass mit der

Bestätigungs-E-Mail ausschließlich die Bestellung bestätigt werden soll. Es empfiehlt sich z.B. folgende Formulierung:

„Wir bestätigen den Eingang ihrer Bestellung. Dies stellt noch keine Annahme ihres Vertragsangebotes dar.“

Die Annahmeerklärung erfolgt dann normalerweise durch die Versandbestätigung. Da das Gesetz eine zusätzliche Vertragsbestätigung nach Vertragsschluss erfordert, ist bei dieser Lösung eine zusätzliche E-Mail (z.B. in Form einer Zustellbestätigung) erforderlich.

Das Widerrufsrecht

Die Vorschriften des Fernabsatzrechts sehen vor, dass in B2C-Distanzgeschäften ein sog. Widerrufsrecht einzuräumen ist. Dieses Widerrufsrecht ermöglicht es Kunden in einem Online-Shop ihre Bestellung innerhalb von 14 Tagen nach der Lieferung der Ware, ohne Angabe von Gründen, zu widerrufen. Die Folge ist, dass der geschlossene Vertrag aufgelöst wird. Durch das Widerrufsrecht erhalten Verbraucher so die Möglichkeit, sich die bestellte Ware zu Hause erst einmal in Ruhe anzusehen und in einem gewissen Umfang zu testen.

Die Erklärung des Widerrufs

Um den Vertrag rückgängig zu machen, müssen die Kunden den Widerruf eindeutig erklären. Diese Erklärung erfolgt formfrei, kann also sowohl per Brief, per E-Mail oder auch telefonisch erfolgen. Es empfiehlt sich, der Warensendung einen Retourenschein beizulegen, damit keine Zweifel über die Absichten der Kunden entstehen, wenn sie die Ware ohne weitere Kontaktaufnahme einfach zurücksenden.

Bei der Erklärung des Widerrufs sind die Kunden nicht zur Angabe von Gründen verpflichtet. Eine Begründungspflicht darf auch nicht zur Bedingung der Rückzahlung des Kaufpreises gemacht werden. Erlaubt ist es jedoch, um eine freiwillige Auskunft über den Grund für den Widerruf zu bitten.

Die Widerrufsfrist

Die Kunden müssen ihren Widerruf innerhalb der Widerrufsfrist erklären. Diese beträgt 14 Tage. Mit 14 Tagen sind Kalendertage gemeint, egal ob Werk-, Sonn- oder Feiertage. Die Frist beginnt mit Eingang der Ware bei den Kunden. Allerdings nur, sofern diese zuvor ordnungsgemäß über ihr Widerrufsrecht belehrt wurden. Bei fehlender oder fehlerhafter Widerrufsbelehrung verlängert sich die Widerrufsfrist auf 12 Monate und 14 Tage. Wegen dieser Folge sollte auf eine ordnungsgemäße Widerrufsbelehrung gesteigert Wert gelegt werden.

Die Widerrufsbelehrung

Im Rahmen der gesetzlichen Informationspflichten müssen die Kunden über die Bedingungen, die Fristen und das Verfahren für die Ausübung des Widerrufsrechts unterrichtet werden. Insbesondere wegen der Fristverlängerung kommt der ordnungsgemäßen Widerrufsbelehrung daher eine besondere Bedeutung zu.

Um die ordnungsgemäße Belehrung zu erleichtern, hat der Gesetzgeber eine sog. Musterwiderrufsbelehrung zur Verfügung gestellt. Ihre Nutzung ist nicht verbindlich, hat aber zwei entscheidende Vorteile: Zum einen müssen Sie sich

PRAXIS-TIPP

Die Muster-Widerrufsbelehrung finden Sie hier:
https://www.gesetze-im-internet.de/bgbeg/art_253anlage_1.html

weder durch die komplizierten Gesetzestexte wälzen noch einen Anwalt mit der Erstellung beauftragen, zum anderen können Sie sich sicher sein, die Kunden ordnungsgemäß belehrt zu haben. Von der Musterwiderrufsbelehrung sollte daher nicht ohne Not und schon gar nicht ohne anwaltlichen Rat abgewichen werden.

Von der Musterwiderrufsbelehrung ist das Muster-Widerrufsformular zu unterscheiden. Dieses wird ebenfalls vom Gesetzgeber bereitgestellt und muss im Gegensatz zur Musterwiderrufsbelehrung den Kunden wortgetreu übermittelt werden. Im Online-Shop empfiehlt es sich, das Muster-Widerrufsformular in unmittelbarer Nähe zur Widerrufsbellehrung zu platzieren. Falls Sie z.B. die Widerrufsbellehrung in die AGB aufgenommen haben, kann hier auch das Muster-Widerrufsformulars hinterlegt werden. In der Praxis wird das Widerrufformular wegen der Formfreiheit der Widerrufserklärung zwar wenig genutzt, es muss den Kunden aber trotzdem auf jeden Fall zur Verfügung gestellt werden.

PRAXIS-TIPP

Das Musterwiderrufs-Formular können Sie hier abrufen: https://www.gesetze-im-internet.de/bgbeg/art_253anlage_2.html

Folgen des Widerrufs

Wurde der Widerruf erklärt, wird der Vertrag rückabgewickelt. Das bedeutet, dass alle getätigten Leistungen rückgängig gemacht werden. Die bestellte Ware muss also durch die Kunden zurückgesendet werden, während Sie als Shop-Betreiber bereits erhaltenes Geld zurückzahlen müssen. Die Kunden sollen hierbei keine Nachteile erleiden und insbesondere grundsätzlich keine Kosten tragen müssen (eine Ausnahme besteht für die Rücksendekosten). Auch einen Ersatz für einen Wertverlust der Ware müssen Kunden nur unter bestimmten Bedingungen leisten.

Zur Rückabwicklung des Vertrags muss die erhaltene Ware innerhalb von 14 Tagen nach der Widerrufserklärung zurückgesendet werden. Auf welche Weise dies erfolgt, können die Kunden selbst entscheiden. Die Kosten der Rücksendung dürfen den Kunden auferlegt werden. Von weiteren Rücksendebedingungen darf die Ausübung des Widerrufsrechts aber nicht abhängig gemacht werden.

Als Shop-Betreiber müssen Sie den gezahlten Kaufpreis ebenfalls innerhalb von 14 Tagen nach Erklärung des Widerrufs zurückerstatten. Ein Gutschein darf nur zur Rückzahlung verwendet werden, wenn der Kunde auch per Gutschein bezahlt hat. Auch die Versandkosten für die Lieferung zum Kunden müssen erstattet werden.

Sollte die verschickte Ware an Wert verloren haben, während der Kunde sie in Besitz hatte, können Sie nur in den seltensten Fällen Ersatz hierfür verlangen. Grundsätzlich darf der Kunde nämlich die Beschaffenheit und die

Funktionsweise der Ware testen, auch indem er sie ausprobiert. Nur wenn er die Ware übermäßig abnutzt, könnte er zum Ersatz verpflichtet sein. Kleidung kann z.B. in der Wohnung anprobiert werden, sollte jedoch nicht auf der Straße getragen werden. Mit einem Fahrrad darf vor der Haustür eine Probefahrt, aber keine ausgedehnte Radtour im Wald veranstaltet werden

Ausnahmen vom Widerrufsrecht

Das Gesetz sieht eine Reihe von Ausnahmen, bei denen das Widerrufsrecht von vornherein nicht besteht. Dies ist etwa bei der Lieferung von vorgefertigter Ware, für deren Herstellung die individuellen Wünsche oder persönlichen Bedürfnisse der Kunden maßgeblich ist, der Fall. Unter diese Ausnahme fallen beispielsweise Maßanzüge und Fotobücher. Auch bei der Lieferung von schnell verderblicher Ware, wie Lebensmitteln oder Schnittblumen steht den Kunden kein Widerrufsrecht zu.

In anderen Fällen erlischt das Widerrufsrecht bei Eintritt einer bestimmten Bedingung. So erlischt das Widerrufsrecht bei der Lieferung von Waren, die aus hygienischen oder gesundheitlichen Gründen versiegelt sind, wenn das Siegel gebrochen wurde. Gleiches gilt für Ton- und Videoaufnahmen oder Computersoftware, wenn diese in einer versiegelten Packung geliefert wurde. Wichtig ist, dass die Verpackung der Ware für die Kunden jeweils deutlich als Versiegelung erkennbar ist. Eine bloße Klarsichtfolie reicht hier insoweit nicht aus.

Auch wenn die in Ihrem Online-Shop angebotenen Waren unter eine der Ausnahmen fallen, müssen Sie die Kunden trotzdem hinsichtlich des Widerrufsrechts belehren. In diesem Fall eben über das Nichtbestehen eines Widerrufsrechts und die Gründe oder Bedingungen hierfür.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Allgemeine Geschäftsbedingungen, kurz AGB, sind nach der gesetzlichen Definition alle für eine Vielzahl von Verträgen vorformulierten Vertragsbedingungen, die eine Vertragspartei der anderen Vertragspartei bei Abschluss eines Vertrags stellt. Die AGB sind also der Rahmen des Vertrages, den Sie als Shop-Betreiber mit Ihren Kunden abschließen. Im Gegensatz zu individuell ausgehandelten Vertragsbedingungen, können Sie die AGB einmal vorformulieren und dann mit allen Kunden Ihres Shops verwenden.

Grundsätzlich benötigt ein Online-Shop nicht zwingend AGB. Denn alle wesentlichen Punkte der Vertragsdurchführung und insbesondere die Gewährleistung sind insoweit bereits gesetzlich geregelt. Da diese Regelungen dem Verbraucherschutz dienen, ist darüber hinaus im B2C-Bereich ein Abweichen von den gesetzlichen Bestimmungen schon gar nicht möglich.

Allerdings sprechen einige Gründe dafür, dennoch AGB für den Online-Shop zu verwenden. So können in den AGB viele Pflichtinformationen aus dem Fernabsatzrecht ihren Platz finden. Außerdem kann der zwar recht schmale aber dennoch durchaus vorhandene gesetzliche Spielraum zur Vereinbarung von Sonderregelungen genutzt werden. Hierbei kann es sich etwa um ein Rückgaberecht für die Kunden oder einen Haftungsausschluss handeln.

Damit die AGB Wirksamkeit erlangen, müssen aber einige Voraussetzungen erfüllt sein.

Keine unangemessene Benachteiligung der Kunden

Für die AGB im Online-Shop gelten selbstverständlich die gleichen Regelungen wie für analoge AGB. So müssen die AGB klar und verständlich sein und die Kunden dürfen durch sie nicht unangemessen benachteiligt werden. Die AGB müssen beispielsweise gut lesbar, sprachlich und inhaltlich klar und sinnvoll gegliedert sein. Außerdem dürfen sie nicht zu lang sein. Auch die verschiedenen Verbote bestimmter Klauseln finden Anwendung.

Zur Verständlichkeit der AGB gehören auch die Sprachen, auf denen die AGB zur Verfügung gestellt werden. Grundsätzlich sollten AGB in den Sprachen angeboten werden, die für den Online-Shop verfügbar sind. Bieten Sie z.B. auch eine englische Sprachausgabe des Shops an, sollten auch die AGB in englischer Sprache dargestellt werden können. Sollten Sie die AGB nicht in allen Sprachen haben, die in Ihrem Online-Shop gewählt werden können, müssen Sie die Kunden unbedingt vor Vertragsschluss über die verfügbaren Sprachen informieren. Sonst sind die AGB unwirksam!

PRAXIS-TIPP

Wenn Sie AGB für Ihren Shop verwenden wollen, hüten Sie sich davor, diese von einer anderen Website zu kopieren und unbesehen zu übernehmen. AGB sollten immer auf die konkreten Bedürfnisse und den jeweiligen Shop angepasst werden. Lassen Sie sich hierzu im Zweifel anwaltlich beraten.

Diese Anforderungen an AGB sind recht komplex und stark von der Rechtsprechung geprägt. Eine rechtswidrige Regelung führt nicht nur dazu, dass die gesamte Klausel unanwendbar ist. Die Verwendung von unzulässigen AGB-Klauseln kann außerdem durch andere Shop-Betreiber kostenpflichtig angemahnt werden.

Wirksame Einbeziehung der AGB

Für die Wirksamkeit von AGB ist es außerdem erforderlich, dass sie überhaupt in den Vertrag einbezogen werden.

Erstens braucht es dafür einen ausdrücklichen Hinweis auf die Geltung der AGB bei Vertragsschluss. Hier ist besondere Vorsicht geboten, denn es muss sichergestellt sein, dass die Kunden selbst bei durchschnittlicher Aufmerksamkeit und nur flüchtiger Betrachtung des Angebots, auf die AGB aufmerksam gemacht werden. Ein kleingedruckter oder anderweitig unauffälliger oder gar versteckter Hinweis reicht daher nicht aus. Es genügt auch nicht, den Hinweis irgendwo im Online-Shop zu platzieren, sodass die Kunden nur aus Zufall darauf stoßen. Stattdessen sollten Sie den Hinweis gut sichtbar in der Bestellübersicht platzieren.

Zweitens müssen die Kunden die Möglichkeit haben, den Inhalt der AGB zur Kenntnis zu nehmen. Seit der „Zwei-Klick-Entscheidung“ des BGH ist klar: Es genügt den Anforderungen, wenn im Hinweis auf die Geltung der AGB ihr Inhalt verlinkt wird. Der Link muss direkt zu einer Seite führen, auf der die AGB eingesehen, gespeichert und ausgedruckt werden können.

Drittens muss der jeweilige Kunde mit der Geltung der AGB einverstanden sein. In der Praxis ist es verbreitet, die Kunden vor der Abgabe der Bestellung die Kenntnisnahme der AGB durch einen Klick auf eine Checkbox bestätigen zu lassen. Tatsächlich ist diese Checkbox aber nicht zwingend erforderlich. Soweit ein deutlich sichtbarer Hinweis mit Verlinkung auf die AGB im Bestellvorgang platziert wird, ist dies zu einer wirksamen Einbeziehung der AGB völlig ausreichend. In diesem Fall erklärt der Kunde allein durch Abschicken der Bestellung sein Einverständnis mit den AGB.

Allerdings können durch die Verwendung einer AGB-Checkbox im Falle eines Streits mit einem Kunden Diskussionen über die ausreichende Eindeutigkeit des Hinweises auf die AGB vermieden werden.

Informations- und Kennzeichnungspflichten

Bei Verträgen, die über einen Online-Shop abgeschlossen werden, gilt das sog. Fernabsatzrecht. Dieses Fernabsatzrecht enthält Regelungen, welche die Verbraucher bei der Vornahme von Distanzgeschäften besonders schützen sollen (wenn Sie es selbst nachlesen wollen, finden Sie in folgenden Gesetzen die entsprechenden Regelungen § 312d Abs.1 BGB in Verbindung mit Art. 246a EGBGB und § 312i Abs. 1 S. 1 Nr. 2 BGB in Verbindung mit Art. 246c EGBGB).

Zu beachtende Informationspflichten

Im B2C-Onlinehandel müssen Kunden vor einem Vertragsschluss eine ganze Reihe von Informationen zur Verfügung gestellt werden. Lassen Sie sich davon nicht einschüchtern – viele dieser Informationen werden Sie für die Darstellung in Ihrem Online-Shop ohnehin vorgesehen haben. Andere finden nicht in allen Fällen Anwendung. Trotzdem will der Gesetzgeber sicherstellen, dass wirklich jede einschlägige Informationspflicht erfüllt wird, damit Kunden eine vernünftige und informierte Entscheidung über den Erwerb einer Ware treffen können. In Ihrem Online-Shop sollten sich daher Informationen zu den folgenden Punkten finden:

Die wesentlichen Eigenschaften der Waren

Auf der Angebotsseite muss die Ware möglichst übersichtlich beschrieben werden. Kunden sollten dabei alle Merkmale erfahren, die für die Kaufentscheidung vernünftigerweise berücksichtigt werden.

Ihre Identität und eine Kontaktadresse

Kunden sollen erkennen können, mit wem der Vertrag geschlossen wird. Dazu gehören auch die Anschrift, die Telefonnummer und gegebenenfalls die Telefaxnummer und E-Mail-Adresse. Der Kunde soll eine Möglichkeit zur direkten Kommunikation mit dem Vertragspartner haben. Diese Pflicht ist bereits durch das Führen eines vollständigen Impressums erfüllt.

Ein Impressum muss gem. § 5 Telemediengesetz auf jeder Website enthalten sein. Bei einem Online-Shop muss das Impressum regelmäßig die folgenden Informationen enthalten:

- Ihr Name oder der Name Ihres Unternehmens;
- die Adresse unter der Sie niedergelassen sind;
- eine E-Mail-Adresse;
- bei juristischen Personen zusätzlich die Rechtsform und die Vertretungsberechtigten;

PRAXIS-TIPP

Die Informationspflichten lassen sich grundsätzlich auch ohne die Hilfe eines Anwalts umsetzen. Sollten Sie aber dennoch unsicher sein, ob Ihr Shop den gesetzlichen Anforderungen genügt, bietet sich ein anwaltlicher Check an.

- Ggf. das Register, in das sie eingetragen sind und die entsprechende Registernummer;
- Wenn vorhanden, die Angabe der Umsatzsteueridentifikationsnummer oder Wirtschafts-Identifikationsnummer.

Der Preis der Waren

Sie müssen Ihre Kunden über den Gesamtpreis der Waren einschließlich aller Steuern, Abgaben, Versandkosten und andere zusätzliche Kosten informieren. Wenn Sie sich an die Vorgaben der PAngV halten (siehe unten), erfüllen Sie auch diese Pflicht bereits.

In Fällen, in denen der Preis auf Grund der Beschaffenheit der Waren vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden kann, müssen die Kunden über die Art der Preisberechnung informiert werden. Die Fracht-, Liefer- oder Versandkosten und sonstige Kosten können von einem Verbraucher nur verlangt werden, wenn dieser ordnungsgemäß über die Kosten informiert wurde. Wenn die zusätzlichen Fracht-, Liefer- oder Versandkosten vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden können, muss lediglich auf die Tatsache, dass solche zusätzlichen Kosten anfallen können, hingewiesen werden.

Verfügbare Zahlungsmittel und Lieferbeschränkungen

Angaben zu verfügbaren Zahlungsmitteln und Lieferbeschränkungen müssen spätestens bei Beginn des Bestellvorgangs gemacht werden. Somit müssen Sie Ihren Kunden die in Ihrem Online-Shop verfügbaren Zahlungsarten und ggf. Lieferbeschränkungen (zum Beispiel, wenn in ein bestimmtes Land nicht geliefert werden kann), genau wie die Informationen zu Versandkosten und Umsatzsteuer, vor Einlage der Waren in den Warenkorb mitteilen.

Zusätzlich muss dem Kunden der Liefertermin mitgeteilt werden. Dabei reicht es aus, wenn eine Spanne von mehreren Tagen angegeben wird. Der letzte angegebene Tag muss dabei aber zwingend der letzte Tag sein, an dem eine fristgemäße Lieferung möglich ist. Auch sog. ca.-Fristen sind zulässig. So darf etwa die Angabe „Lieferung in ca. 6 Tagen“ verwendet werden. Die Spanne mit Formulierungen wie „in der Regel“ oder „voraussichtlich“ bloß als Richtwert anzugeben, genügt den Anforderungen dagegen nicht

Beschwerde- und Rechtsbehelfsverfahren

Wenn Sie Ihren Kunden ein besonderes Verfahren zum Umgang mit Beschwerden, z.B. eine eigene Anlaufstelle anbieten, müssen Sie die

Kunden über diesen Umstand informieren.

Sie müssen die Kunden außerdem darüber informieren, ob Sie einem außergerichtlichen Beschwerde- und Rechtsbehelfsverfahren, das Ihre Kunden nutzen können, unterworfen sind. In diesem Fall muss außerdem eine Information über die Zugangsbedingungen zu diesem Verfahren erfolgen.

Ein Beispiel für ein solches Verfahren ist die Europäische Plattform zur Online-Streitbeilegung. Nehmen Sie an diesem Verfahren teil, müssen Sie den Kunden darüber informieren und einen klickbaren Link zur Plattform einbinden. Der Hinweis kann wie folgt formuliert werden:

„Nach geltendem Recht sind wir verpflichtet, Verbraucher auf die Existenz der Europäischen Online-Streitbeilegungs-Plattform hinzuweisen, die für die Beilegung von Streitigkeiten genutzt werden kann, ohne dass ein Gericht eingeschaltet werden muss. Für die Einrichtung der Plattform ist die Europäische Kommission zuständig. Die Europäische Online-Streitbeilegungs-Plattform ist hier zu finden: <http://ec.europa.eu/odr>.“

Sie müssen auf Ihrer Website und ggf. in Ihren AGB zusätzlich angeben, inwieweit Sie verpflichtet sind oder sich verpflichtet haben, eine Stelle für außergerichtliche Streitbeilegung zu nutzen. Sofern eine solche Stelle nicht genutzt wird, kann der folgende Text in das Impressum und die AGB eingefügt werden:

„Hinweis zu § 36 VSBG: Wir nehmen an einem Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle nicht teil und sind dazu auch nicht verpflichtet.“

Das Bestehen und die Bedingungen von Kundendienst und Kundendienstleistungen

Sofern Sie einen Kundendienst, Kundendienstleistungen, müssen Sie Ihre Kunden über diesen Umstand und außerdem die Bedingungen zur Inanspruchnahme informieren. Wenn in Ihrem Online-Shop mehrere Sprachen verfügbar sind, Ihr Kundendienst aber nur auf Deutsch verfügbar ist, müssen Sie ausdrücklich darauf hinweisen.

Sprachen

Sie müssen Ihre Kunden über die Sprachen, die für den Vertragsschluss zur Verfügung stehen, informieren. Dies lässt sich mit

einer Sprachauswahl für den Online-Shop bewerkstelligen, etwa durch Verwendung entsprechender Länderflaggen. Keine gesonderte Information ist erforderlich, wenn die Website und damit der Vertragsschluss nur in einer Sprache angeboten werden. Wenn Sie mehrere Sprachen in Ihrem Online-Shop anbieten, müssen Sie auch die AGB in dieser Sprache zur Verfügung stellen.

Verhaltenskodizes

Wenn Sie sich bestimmten Verhaltenskodizes unterworfen haben, müssen Sie Ihre Kunden über diese informieren. Damit sind Vorschriften oder Richtlinien gemeint, auf deren Einhaltung sich mehrere Unternehmen freiwillig verpflichtet haben. Solche Regelwerke werden insbesondere durch Wirtschaftsverbände oder andere Interessensvertretungen aufgestellt.

Wenn ein elektronischer Zugang zu diesen Regelwerken besteht, müssen Sie Ihre Kunden auch über diese Möglichkeit informieren. Dies kann in praktikabler Weise über eine Verlinkung erfolgen. Prüfen Sie daher regelmäßig Ihre Verbandsmitgliedschaften und aktualisieren Sie entsprechend die Verlinkungen zu den anwendbaren Regelwerken.

Die einzelnen technischen Schritte, die zu einem Vertragsschluss führen können

Im Online-Handel müssen Kunden darüber unterrichtet werden, welche technischen Schritte zum Vertragsschluss führen. Die Kunden sollen wissen, durch welche Handlungen sie sich vertraglich binden und ob seitens des Unternehmers weitere Schritte für einen Abschluss des Geschäfts notwendig sind. Die Angaben könne in den AGB untergebracht werden. Außerdem ist eine gesonderte Information auf einer entsprechend überschriebenen Unterseite möglich. Zusätzlich kann eine grafische Darstellung der einzelnen Bestellschritte in den Bestellprozess integriert werden.

Widerrufsrecht

Auch über das Bestehen des Widerrufsrechts müssen Ihre Kunden bereits vor Vertragsschluss belehrt werden. Die Widerrufsbelehrung und das Muster-Widerrufsformular sind daher in den Online-Shop einzubinden. Dazu kann, wie bei Datenschutzerklärung und Impressum, ein entsprechend überschriebener Link verwendet werden, der von jeder Unterseite erreichbar ist.

Das Bestehen eines gesetzlichen Mängelhaftungsrechts

Sie müssen Ihre Kunden darüber belehren, ob ein gesetzliches Mängelhaftungsrecht besteht. Dies meint die im Vertragsrecht des BGB enthaltenen Bestimmungen, in denen die Rechte des Käufers im Fall einer mangelhaft erworbenen Sache geregelt sind. Es genügt, wenn Sie einen entsprechenden Hinweis in die AGB aufnehmen. Da ein Abweichen von den gesetzlichen Regelungen zur Gewährleistung im B2C-Segment nur sehr beschränkt möglich ist, reicht hier zumeist ein einfacher Hinweis aus.

Dieser Hinweis auf das Bestehen des gesetzlichen Mängelhaftungsrechts kann wie folgt formuliert werden:

„Ihre Ansprüche auf Gewährleistung im Fall von Mängeln ergeben sich aus den gesetzlichen Bestimmungen“.

Garantien

Auch wenn Sie Ihren Kunden Garantien einräumen, muss eine gesonderte Information über diese Garantien und die Bedingungen der Inanspruchnahme erfolgen. Eine Garantie liegt vor, wenn über das gesetzliche Gewährleistungsrecht hinaus, für den Fall eines Mangels der verkauften Sache oder künftiger Schäden, weitere Leistungen versprochen werden. Hiervon sind auch angebotene Instandhaltungs- und Reparaturleistungen umfasst.

Neben Garantien, die Sie selbst gewähren, sollte grundsätzlich auch eine Information über Garantien, die durch den Hersteller einer Ware gewährt werden, erfolgen.

Die Rechtsprechung zu dieser Thematik ist allerdings nicht eindeutig. Das Oberlandesgericht Nürnberg hat mit einem aktuellen Urteil entschieden, dass diese Voraussetzungen jedenfalls dann nicht erfüllt sind, wenn rudimentäre Garantiebedingungen nur in den AGB erwähnt werden und zudem auf eine Drittseite verwiesen wird. Das Oberlandesgerichts Celle hat hingegen jüngst entschieden, das Online-Händler über Hersteller-Garantien nicht informieren müssen, wenn sie damit nicht werben und diese auch im Verkaufstext nicht erwähnen.

WEBSITE

Das Urteil des OLG Nürnberg ist hier abrufbar:
<https://t1p.de/qm2k>

WEBSITE

Das Urteil des OLG Celle ist hier abrufbar:
<https://t1p.de/xekl>

Vertragstext

Ihre Kunden müssen darüber in Kenntnis gesetzt werden, ob der Vertragstext nach dem Vertragsschluss von Ihnen gespeichert wird und ob er dem Kunden zugänglich ist. Diese beiden Anforderungen

können verschieden ausgestaltet werden. Sie können den Vertragstext daher speichern, ohne eine weitere Möglichkeit des Zugangs für Ihre Kunden bereitzuhalten. Diese Information über den Vertragstext können auch in den AGB enthalten sein.

Für die Übermittlung dieser vorvertraglichen Informationen gelten dabei grundsätzlich keine bestimmten Formvorgaben. Die Informationen müssen aber in einer Weise vermittelt werden, die für das verwendete Medium, also für eine Website angemessen ist. Es muss dabei für Kunden ohne weiteres möglich sein, die Informationen zur Kenntnis zu nehmen.

Angabe von Preisen

Die Preisangabenverordnung (PAngV) schreibt vor, dass derjenige, der entgeltlich Waren oder Leistungen anbietet, den Gesamtpreis anzugeben hat, also inklusive Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile. Das Stichwort zur Einhaltung der Preisangabenverordnung lautet Transparenz. Der Kunde soll genau wissen, wie viel Geld er am Ende zu zahlen hat.

Der Kunde muss im Online-Shop zusätzlich die anfallenden Versandkosten sowie die Information, dass die Umsatzsteuer im Preis enthalten ist, erfahren. Es bietet sich an, die Preisinformationen direkt auf der Angebotsseite darzustellen. Es genügt den gesetzlichen Anforderungen jedoch ebenfalls, wenn vor Einlage in den Warenkorb ein Pop-Up mit den Informationen erscheint oder sie entsprechend verlinkt sind. Es kommt nur darauf an, dass der Kunde die Ware nicht in den Warenkorb legen kann, ohne auf die Versandkosten und die Umsatzsteuer aufmerksam gemacht worden zu sein.

Eine besondere Regelung gilt für den Verkauf von Ware, die in Fertigpackungen, offenen Packungen oder als Verkaufseinheiten ohne Umhüllung nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche angeboten werden. Hier muss zusätzlich zum Gesamtpreis der sog. Grundpreis angegeben werden. Dieser Grundpreis meint den Preis je Mengeneinheit, einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile. Der Grundpreis ist dabei wie folgt anzugeben:

- Grundsätzlich ist die anzugebende Mengeneinheit 1 Kilogramm, 1 Liter, 1 Kubikmeter, 1 Meter oder 1 Quadratmeter der Ware.
- Bei Waren, deren Nenngewicht oder Nennvolumen üblicherweise 250 Gramm oder Milliliter nicht übersteigt, dürfen als Mengeneinheit für den Grundpreis 100 Gramm oder Milliliter verwendet werden.

Bei Waren, bei denen das Abtropfgewicht anzugeben ist, ist der Grundpreis auf das angegebene Abtropfgewicht zu beziehen.

Die Angabe sollte in unmittelbarer Nähe zum Gesamtpreis erfolgen. Das bedeutet, dass es dem Kunden ermöglicht werden muss den Gesamtpreis und den Grundpreis mit einem Blick zu erfassen. Entscheidend ist hier, dass die Angabe für die Kunden klar erkennbar ist.

Checkliste: Informations- und Kennzeichnungspflichten im Online-Shop

Die Kund*innen erhalten Informationen zu

- den wesentlichen Eigenschaften der Ware
- Identität und Kontaktadresse des Händlers
- dem Preis der Waren
- verfügbaren Zahlungsmittel und Lieferbeschränkungen
- vorhandenen Beschwerde und Rechtsbehelfsverfahren
- einem vorhandenen Kundendienst und Kundendienstleistungen
- der Sprachen die für einen Vertragsschluss zur Verfügung stehen
- anwendbaren Verhaltenskodizes
- den einzelnen technischen Schritten, die zu einem Vertragsschluss führen
- dem Widerrufsrecht
- dem Bestehen eines gesetzlichen Mängelhaftungsrechts
- gewährten Garantien
- der Speicherung und Zugänglichkeit des Vertragstextes

Gestaltung des Checkouts

Wenn Ihre Kunden den Warenkorb befüllt haben, kann die Bestellung fast schon abgeschickt werden. Doch Achtung! Noch ist es nicht soweit. Das Fernabsatzrecht beinhaltet eine Reihe weiterer Vorgaben, die bei der Gestaltung des Bestellvorgangs beachtet werden müssen.

Möglichkeit zur Berichtigung von Eingabefeldern

Dem Kunden muss eine Gelegenheit zur Erkennung und Berichtigung von Eingabefeldern gegeben werden. Dies wird üblicherweise mit einer Bestellübersicht am Ende des Checkouts bewerkstelligt. Diese Pflicht müssen Sie auch dann erfüllen, wenn Sie sich ausschließlich im B2B-Bereich bewegen!

Hinweis auf AGB

Spätestens jetzt muss der Kunde auf die AGB hingewiesen werden. Eine Verlinkung zum vollständigen Text der AGB ist Pflicht. Außerdem sollte der Kunde durch das Setzen eines Häkchens in einer entsprechenden Checkbox bestätigen, dass er die AGB zur Kenntnis genommen hat und mit ihnen einverstanden ist.

Hervorhebung wesentlicher Details der Bestellung

In dieser Bestellübersicht sollte der Kunde nun erneut und hervorgehoben folgende Informationen sehen:

- die wesentlichen Eigenschaften der Ware,
- den Gesamtpreis sowie zusätzliche Kosten,
- gegebenenfalls den Gesamtpreis pro Abrechnungszeitraum,
- gegebenenfalls die Laufzeit des Vertrages und
- gegebenenfalls die Mindestdauer der Verpflichtung.

Probleme für Shop-Betreiber verursacht vor allem der erste Punkt. Es ist schwierig alle wesentlichen Eigenschaften der bestellten Produkte in die Bestellübersicht zu quetschen. Welche Eigenschaften wesentlich und damit in der Bestellübersicht unverzichtbar sind, ist vom Einzelfall abhängig. Grundsätzlich gilt: „mehr ist mehr“!

Diese Informationen müssen „unmittelbar“ bevor der Kunde seine Bestellung abgibt gegeben werden. Das bedeutet, dass diese Informationen zwingend in der Bestellübersicht wiederholt werden müssen und der Button zum Abschluss der Bestellung direkt unter oder neben den Informationen platziert sein muss.

Die Button-Lösung

Abgeschlossen wird der Kauf nach Ansicht der Bestellübersicht durch das Klicken auf den Bestellbutton. Selbst das Aussehen dieses Buttons ist gesetzlich vorgeschrieben. Er muss gut lesbar mit den Worten „zahlungspflichtig bestellen“ beschriftet sein.

Ebenfalls akzeptiert werden die Formulierungen „zahlungspflichtig Vertrag abschließen“ und „Kaufen“. Auf Auktionsplattformen sind darüber hinaus die Formulierungen „Gebot abgeben“ und „Gebot bestätigen“ erlaubt. Nicht erlaubt sind Formulierungen, wie „Anmeldung“, „Bestellen“, „Weiter“, „Bestellung abgeben“, „Jetzt verbindlich bestellen“ oder „Jetzt gratis testen – danach kostenpflichtig“.

Hier ist besondere Vorsicht geboten, denn wenn der Bestellbutton nicht ordnungsgemäß gestaltet ist, kommt kein Kaufvertrag zustande und der Kunde ist nicht zur Zahlung verpflichtet.

Versendung einer Bestellbestätigung

Zunächst muss die Bestellung per E-Mail unverzüglich bestätigt werden. Das muss je nach Formulierung noch keine verbindliche Annahme des Vertrages mit dem Kunden sein – kann es aber. Beim Verkauf von Waren ist spätestens die Versandbestätigung die verbindliche Vertragsannahme.

Abrufmöglichkeit von Vertragsbestimmungen und AGB

Egal ob der Vertrag nun mit der Bestellbestätigung oder erst mit der Versandbestätigung verbindlich geschlossen wird – beides ist zulässig – muss es dem Kunden bei Vertragsschluss ermöglicht werden, die Vertragsbestimmungen und die AGB abzurufen und zu speichern. Falls Sie eine Registrierung in Ihrem Online-Shop für Ihre Kunden anbieten, können diese Texte z.B. im Account des Kunden hinterlegt werden. Alternativ genügt auch eine Übersendung per Mail mit der Bestell- oder Versandbestätigung – je nach Zeitpunkt des Vertragsschlusses – den Anforderungen.

Bestätigung des Vertrags

Zu guter Letzt ist eine Vertragsbestätigung erforderlich. Diese ist spätestens bei Lieferung der Ware fällig. Sie muss auf einem „dauerhaften Datenträger“ (also im Account des Kunden, per E-Mail oder auf Papier) erfolgen. Neben den Vertragsbestimmungen muss die Vertragsbestätigung auch erneut die bereits vor dem Vertragsschluss mitgeteilten Informationen und die Widerrufsbelehrung enthalten.

Die Vertragsbestätigung muss zwingend nach Vertragsschluss erfolgen. Erfolgt der Vertragsschluss erst durch die Versandbestätigung, ist die

Vertragsbestätigung also erst danach zu übermitteln. Diese genaue Reihenfolge soll dem Kunden die Dokumentation seiner vertraglichen Rechte und Pflichten ermöglichen.

Checkliste: Gestaltung des Checkouts im Online-Shop

- Es besteht eine Möglichkeit zur Berichtigung von Eingabefehlern
- Verlinkter Hinweis auf AGB ist vorhanden
- Wesentlicher Details der Bestellung sind hervorgehoben
- Der Bestellbutton ist ordnungsgemäß überschrieben
- Bestellbestätigung wird versendet
- Abrufmöglichkeit von Vertragsbestimmungen und AGB ist vorhanden
- Es erfolgt eine ordnungsgemäße Vertragsbestätigung

Aktuelle Entscheidungen im E-Commerce

Reichweite der Informationspflicht des Unternehmers bei Fernabsatzverträgen in Bezug auf eine Herstellergarantie

[OLG Celle, Urteil vom 26.03.2020, Az. 13 U 73/19](#)

Bei einem Fernabsatzvertrag ist der Unternehmer nicht verpflichtet, den Verbraucher über eine vom Hersteller des Produktes gewährten Garantie zu informieren, wenn der Unternehmer weder in einem Angebot noch in sonstiger Weise vor der Abgabe der Erklärung des Verbrauchers eine Herstellergarantie erwähnt hat.

Gebrauchsanweisung muss in deutscher Sprache erfolgen

[LG Essen, Urteil vom 11.03.2020, Az. 44 O 40/19](#)

Das Produktsicherheitsgesetz gibt vor, dass Produkten eine deutschsprachige Anleitung beizufügen ist, die sich auf das konkret verkaufte Produkt bezieht.

Händler haften nicht für Kundenbewertungen auf Online-Handelsplattformen

[BGH, Urteil vom 20.02.2020, Az. I ZR 193/18](#)

Den Anbieter eines auf der Online-Handelsplattform Amazon angebotenen Produkts trifft für nicht von ihm veranlasste Kundenbewertungen keine wettbewerbsrechtliche Haftung, wenn er sich diese Bewertungen nicht zu eigen macht.

Pflicht zur Akzeptanz von Lastschriftzahlungen von Konten in einem anderen SEPA-Mitgliedstaat

[BGH, Urteil vom 06.02.2020, Az. I ZR 93/18](#)

Ein Zahlungsempfänger, der Lastschriften zum Geldeinzug verwendet, darf einem in Deutschland wohnhaften Verbraucher nicht vorgeben, in welchem Mitgliedstaat er sein grundsätzlich für Lastschriften erreichbares Zahlungskonto zu führen hat und darf Lastschriftzahlungen von einem Konto in einem anderen SEPA-Mitgliedstaat grundsätzlich nicht ablehnen.

Intransparente Bewerbung einer Produktgarantie bei einem eBay-Sofortkaufangebot

[OLG Nürnberg, Endurteil v. 10.12.2019, Az. 3 U 1021/19](#)

Wenn ein Produkt auf der Handelsplattform eBay zum Sofortkauf

angeboten wird, und ein Garantieverprechen abgegeben wird, so genügt dies nicht den Transparenzanforderungen, wenn ein sog. Link zu den Garantiebedingungen gesetzt wird und dieser Link nicht in klarer und eindeutiger Weise bezeichnet und nicht in einen ebenfalls klaren inhaltlichen Kontext eingebettet ist.

Amazon Checkout: Verlinkung im Warenkorb für wesentliche Warenmerkmale nicht ausreichend

[BGH, Beschluss vom 28.11.2019, Az. Az.: I ZR 43/19](#)

Eine Gestaltung des Checkouts, die im Warenkorb nur einen Link auf Produktdetails enthält genügt nicht den gesetzlichen Vorgaben genügt, da es dabei am erforderlichen zeitlichen und räumlich-funktionalen Zusammenhang zwischen den Pflichtangaben und dem Bestell-Button fehlt.

Informationspflicht eines Online-Händlers in Bezug auf eine Herstellergarantie bei Verlinkung

[OLG Hamm, Urteil vom 26.11.2019, Az.: I-4 U 22/19](#)

Ein Online-Händler muss auch dann über Inhalt und Umfang einer Garantie informieren, wenn er auf eine Bedienungsanleitung des Herstellers verlinkt, in der eine Garantie erwähnt wird, auch wenn er nicht mit dieser Garantie wirbt.

Ausgewählte Leistungen der Datenschutzkanzlei

Beratung für Ihren Online-Shop

Wir unterstützen Shop-Betreiber beim rechtlichen Setup ihres Online-Handels. Ein rechtlich geprüfter Shop sorgt für einen guten Auftritt und schiebt Abmahnungen wegen falscher Preisangaben, lückenhafter Produktkennzeichnungen, fehlerhafter Widerrufsbelehrungen und Datenschutzhinweisen oder einem unvollständigen Impressum einen Riegel vor. Zusammen gehen wir Ihr Online-Business durch und besprechen die rechtlichen Fallstricke, um Sie abzusichern und vor Abmahnungen zu schützen. Nach dem rechtliche Check Ihres Shops erhalten Sie anwaltlich geprüfte Rechtstexte. Selbstverständlich beraten wir Sie auch bei der konkreten Umsetzung und Einbindung.

Neben der Beratung im E-Commerce-Recht beraten wir Sie zu Rechtsfragen rund um Datenschutz, Onlineangebote, Social Media-Plattformen und Marketingmaßnahmen sowie im Vertriebskartellrecht.

Externer Datenschutzbeauftragter

Die Juristinnen und Juristen der Datenschutzkanzlei sind bundesweit als TÜV-zertifizierte Datenschutzbeauftragte für Unternehmen und Organisationen mit klassischen und neuen Geschäftsmodellen tätig. Wenn Sie eine persönliche Beratung genauso schätzen, wie belastbare Aussagen und ein tiefes Verständnis für Ihre Geschäftsprozesse, dann sind Sie bei uns genau richtig.

E-Learnings und Webinare

In der Datenschutzkanzlei Academy stehen Verständlichkeit und Praxisnähe an erster Stelle. Recht muss nämlich nicht zäh und trocken sein. Wir haben Spaß an der Weitergabe unseres Wissens und bieten Unternehmen ein flexibles Schulungsprogramm für ihre Beschäftigten. Über unser Schulungsportal machen wir kleine und große Teams dank moderner E-Learnings in kurzer Zeit Datenschutz-fit. Aktuelle Themen und „Dauerbrenner“ rund um Datenschutz und Onlinerecht nehmen wir in unseren Live-Webinaren in den Fokus.

Sprechen Sie uns an

Telefon +49. 40. 228 69 11 40
E-Mail legal@datenschutzkanzlei.de
Web [datenschutzkanzlei.de/kontakt/](https://www.datenschutzkanzlei.de/kontakt/)

WEBSITE

Informationen zu unseren Leistungen im E-Commerce finden Sie online unter:
<https://www.datenschutzkanzlei.de/rechtsberatung/ecommerce/>

WEBSITE

Mehr Infos zum externen Datenschutzbeauftragten finden Sie online unter:
<https://www.datenschutzkanzlei.de/datenschutzbeauftragter>

WEBSITE

Unser Academy-Angebot finden Sie online unter:
<https://www.datenschutzkanzlei.de/academy/>