

## **Ist Ihr Online-Shop rechtssicher?**

**Teil I:  
IHK Koblenz, Mittwoch 03. Februar 2010**

Allgemeine Anforderungen an Ihren Online-Shop

Grundlegende Rechtsvorschriften

Vertragsabschluss im Internet

Verbraucherschutz beim Onlinehandel

**vorgelegt  
- unter Hinweis auf urheberrechtliche Bestimmungen -  
von**

**Dr. Michael Fromm  
Rechtsanwalt, Fachanwalt für Steuerrecht,  
Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz**

## I.

### Allgemeine Anforderungen an Ihren Online-Shop

"Wer nicht wirbt, der stirbt", lautet ein altbekanntes Sprichwort. Wer hier als Unternehmer nicht „en vogue“ ist, wird im Markt regelmäßig weniger wahrgenommen, als die Konkurrenz. Das Internet ist eine der „zeitgemäßen“ Präsentationsplattformen.

Nachdem das Internet früher vielfach tatsächlich nur zu Werbezwecken verwendet worden ist, etwa um die eigenen Leistungen des Unternehmens oder seine Waren einer breiten Allgemeinheit per "Mausklick" zu präsentieren, bieten Unternehmen heute zunehmend auch den Handel über das Internet an. Hierbei geht es nicht nur darum, über die eigenen Homepages Onlinegeschäfte zu ermöglichen, sondern vielfach wird auf allgemein gängige Marktplätze, wie z.B. Ebay, zurückgegriffen, um interessierten Kunden die Waren und Dienstleistungen zu offerieren.

Oftmals ist den Unternehmern aber nicht bekannt, welche rechtlichen Grenzen im Internet zu beachten sind. Hier kommt nämlich eine Fülle von Gesetzen zum tragen, die nahezu allesamt auslegungsbedürftige und damit nicht gerade klare Regelungen enthalten. So ist es kein Wunder, dass das Internetrecht von einer fast unüberschaubaren Vielzahl von Gerichtsentscheidungen geprägt ist, die zumindest in ihren Grundaussagen jedem Internethändler bekannt sein sollten.

Mit dem nachfolgenden Beitrag sollen die wichtigsten Rechtsvorschriften aufgezeigt sowie Grundlagen des Vertragsabschlusses im Internet und des Verbraucherschutzes im Onlinehandel dargestellt werden.

#### A. Grundlegende Rechtsvorschriften

Wer einen Auftritt im Internet plant, muss wissen, dass er dadurch automatisch zum **Diansteanbieter** im Sinne des **Telemediengesetzes (TMG)** wird. Mit dem TMG sind im Jahr 2007 die nahezu identischen Vorschriften aus dem Mediendienste-Staatsvertrag (MDStV) und dem Teledienstegesetz (TDG) vereint worden, die ursprünglich zwischen Mediendienst- und Telediensteanbietern unterschieden hatten.

Auch wenn diese Unterscheidung schon damals in der Praxis kaum Relevanz entfaltete (da jeder Website-Betreiber mindestens unter den Begriff der Teledienste fiel), hat der Gesetzgeber durch die Vereinheitlichung doch zu einer Erleichterung beigetragen, da nun jedenfalls in dieser Hinsicht keine Wortakrobatik mehr gefordert wird, sondern vielmehr eine generelle Regelung der Anforderungen an Telemedien existiert. Unter Telemedien fallen danach

*alle elektronischen Informations- und Kommunikationsdienste, soweit sie nicht Telekommunikationsdienste, telekommunikationsgestützte Dienste oder Rundfunk sind, § 1 TMG. Dies gilt sowohl für private als auch öffentliche Diensteanbieter.*

Hierbei ist es irrelevant, ob für die Nutzung der Seite oder der hierauf angebotenen Dienste ein Entgelt erhoben wird oder nicht. Selbst private Websites fallen regelmäßig unter das TMG, was aber nicht gleichbedeutend damit ist, privaten Websites gleiche Pflichten aufzuerlegen, wie gewerblich genutzten Websites.

<p><b>Merke:</b> Praktisch jeder Online-Auftritt ist eine Telemedium, so dass die Vorschriften des TMG zu beachten sind.</p>
--

Das TMG enthält einige Regelungen zur Onlinewerbung, die über die Fallgruppe des Rechtsbruchs auch Tür und Tor für wettbewerbsrechtliche Maßnahmen gegen den Werbenden eröffnen. Das gilt auch für ausländische Unternehmen, sofern sie den deutschen Markt über das Internet erreichen wollen.

So sind bei geschäftsmäßigen Angeboten Diensteanbieter nach § 5 TMG verpflichtet, bestimmte Angaben über sich in ein **Impressum** aufzunehmen. Dieses muss **leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar** sein, was nach der Rechtsprechung noch gewährleistet ist, wenn das Impressum von jeder Seite des Webauftritts über maximal 2 Links zu erreichen ist. Allerdings muss der Link zum Impressum auch aussagekräftig sein. Es reicht beispielsweise nicht, den Link in einer so genannten Aufzählung zu verstecken oder aber ihn mit Worten zu beschreiben, die niemand als "Identitätsangabe" wahrnehmen würde. Zulässig ist es aber, wenn der User über ein "Kontakt"-Feld zu einem Link gelangt, der dann unmittelbar zum Impressum führt (BGH-Urteil vom 20.07.2006 - I ZR 228/03).

Das Impressum muss zunächst den vollständigen Namen und die Anschrift des Diensteanbieters nennen. Bei Personenvereinigungen sind der Name und die Anschrift des Vertretungsberechtigten sowie die Rechtsform anzugeben (einschließlich Handelsregister und Registernummer, gegebenenfalls auch Liquidationshinweise). Mitglieder von Berufskammern (z.B. Rechtsanwälte und Steuerberater) haben die Kammer und die Berufsbezeichnung anzugeben. Sie haben auch auf berufsrechtliche Regelungen zu verweisen, was - nach entsprechender Benennung der Gesetzes- oder Satzungsbezeichnung - auch per Link geschehen kann. Das Angebot von Diensten im Rahmen einer Tätigkeit, die der behördlichen Zulassung bedarf, erfordert die Angabe der zuständigen Aufsichtsbehörde, wobei vorsorglich sogar deren Postanschrift angegeben werden sollte. Auch müssen Angaben vorgehalten werden, die eine schnelle elektronische Kontaktaufnahme und unmittelbare Kommunikation mit dem Anbieter ermöglichen, einschließlich der Adresse der elektronischen Post. Das heißt also, dass zwingend die E-Mail-Adresse und eine weitere Kontaktmöglichkeit anzugeben sind. Sinnvoll ist beispielsweise die Angabe einer Telefonnummer.

Schließlich sind Umsatzsteueridentifikationsnummer, wenn vorhanden, bzw. alternativ die Wirtschaftsidentifikationsnummer anzugeben.

Zu beachten ist, dass ein Verstoß gegen die Impressumspflicht zwingend auch Unterlassungsansprüche nach dem Wettbewerbsrecht begründet. Denn alle europarechtlich vorgegebenen Informationspflichten werden wettbewerbsrechtlich als wesentlich, ihre Verletzung als unlauter behandelt.

Neben der Impressumspflicht des § 5 TMG stellt das Internetrecht besondere Anforderungen an die so genannte „kommerzielle Kommunikation“. Hierunter versteht man

*„jede Form der Kommunikation in Telemedien, die der direkten oder indirekten Förderung des Absatzes von Waren, Dienstleistungen oder des Erscheinungsbildes eines Unternehmens, einer sonstigen Organisation oder einer natürlichen Person dient, die eine Tätigkeit im Handel, Gewerbe oder Handwerk oder einen freien Beruf ausübt.“*

Die kommerzielle Kommunikation ist also die „nächste Stufe“ nach dem bloßen Internetauftritt, wie in § 5 TMG geregelt. Das kommerzielle Interesse muss bei § 6 TMG im Vordergrund stehen, wobei bereits das inhaltliche Angebot eines elektronischen Informations- und Kommunikationsdienstes ausreicht. Das, was § 6 TMG in concreto regelt, ist bereits aus dem deutschen Wettbewerbsrecht bekannt. § 6 TMG erfordert, dass der Anbieter klar identifizierbar ist und hierbei auch erkennbar wird, dass sein Internetauftritt der kommerziellen Kommunikation dient. Angebote müssen transparent sein. Die Teilnahmebedingungen von Preisausschreiben und Gewinnspielen müssen bestimmt genug herausgestellt werden usw. (Transparenzgebot).

An diese rechtlichen Vorgaben des TMG sollte sich gleichfalls jeder Diensteanbieter halten: Es geht nicht nur darum, dass Verstöße gegen das TMG mit Ordnungsgeldern bis zu 50 T € strafbewehrt sind, sondern auch der Wettbewerb und die Verbraucherschutzverbände werden ein genaues Auge darauf werfen, ob die europarechtlichen Vorgaben zur Anbieterkennzeichnung beim Internetauftritt eines Unternehmens eingehalten werden.

Ist dies nicht der Fall, drohen Abmahnungen und gerichtliche Schritte, wobei selbst eine sofortige Reaktion auf eine Abmahnung zumeist nicht verhindern kann, dass das betroffene Unternehmen mit hohen Abmahnkosten belastet wird.

Zu den grundlegenden Rechtsvorschriften des Internets gehören auch die Vorschriften des Datenschutzes. Das betrifft zum einen die datenschutzrechtliche Einwilligung, etwa in E-Mail-Werbung, zum anderen aber auch die Behandlung der Daten der Nutzer als solche. Zu beachten ist hierbei vor allen Dingen die **Unterrichtungspflicht** gemäß § 33 Abs. 1 **Bundesdatenschutzgesetz (BDSG)**. Hiernach muss der Betroffene einer Speicherung personenbezogener Daten von der Speicherung als solcher, der Art der Daten, der Zweckbestimmung der Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung und der Identität der verantwortlichen Stelle benachrichtigt werden, wenn die Speicherung, ohne seine Kenntnis erfolgt. Werden personenbezogene Daten geschäftsmäßig zum Zweck der Übermittlung an Dritte ohne Kenntnis des Betroffenen gespeichert, ist dieser auch von der erstmaligen Übermittlung und der Art der übermittelten Daten zu benachrichtigen.

Zwar gibt es auch einige Ausnahmen von der Benachrichtigungspflicht (etwa, wenn der Betroffene auf andere Weise Kenntnis von der Speicherung oder Übermittlung seiner Daten erlangt hat), jedoch empfiehlt es sich gerade bei Internetauftritten, die zu einer Datenspeicherung führen können, eine **eigene Seite „Datenschutzerklärung“** mitaufzunehmen, die über Art, Umfang und Zweck der Datenverarbeitung, entsprechende Widerspruchs- und Widerrufsrechte sowie Auskunfts- und Berichtigungsrechte etc. informiert.

Auch das TMG sieht übrigens datenschutzrechtliche Pflichten des Diensteanbieters vor. So hat der Diensteanbieter nach § 13 TMG den Nutzer zu Beginn des Nutzungsvorgangs u.a. über Art, Umfang und Zweck der Erhebung und Verwendung personenbezogener Daten in allgemein verständlicher Form zu unterrichten, sofern eine solche Unterrichtung nicht bereits anderweitig erfolgt ist. Der Inhalt der Unterrichtung muss für den Nutzer jeder Zeit abrufbar sein.

**Merke:** Der Diensteanbieter hat auch die Regelungen des Datenschutzrechts zu beachten. Sinnvollerweise wird der Nutzer zentral in einer gesonderter Datenschutzerklärung über Art, Umfang und Zweck der Erhebung, Verarbeitung und Nutzung seiner personenbezogenen Daten unterrichtet, welche von jeder Seite aus unter gut gekennzeichneten Links erreichbar sein sollte.

Neben der Unterrichtung ist auf die **Einwilligung** hinzuweisen. Diese ist immer dann erforderlich, wenn das Gesetz ein Handeln ohne Einwilligung nicht ausdrücklich erlaubt; ist die Datenverarbeitung z.B. als Teil der Abwicklung eines Online-Einkaufs notwendig, kommt aber eine gesetzliche Ausnahme nach § 28 Abs. 1 Nr. 1 BDSG in Betracht. Die Einwilligung, die präzise den Zweck der Verarbeitung benennen muss, kann bei Telediensten elektronisch erteilt werden, muss dann aber protokolliert werden und für den Kunden jederzeit abrufbar sein. Sie muss zudem jederzeit widerrufen werden können. Hierzu sind gesonderte Texte im Bestellverlauf erforderlich, die in der Datenschutzerklärung wiederholt werden sollten.

Bei Verstößen gegen datenschutzrechtliche Vorschriften drohen staatliche Sanktionen in Form von **Bußgeldern bis zu 300.000,00 €** bis hin zum Entzug der Gewerbeerlaubnis oder Freiheitsstrafen. Daneben besteht auch immer das Risiko, von Verbraucherverbänden abgemahnt und gerichtlich verfolgt zu werden. Allein schon deshalb sollte dem Datenschutzaspekt besonderes Augenmerk gewidmet werden, um hier nicht böse Überraschungen zu erleben.

## **B. Vertragsschluss im Internet**

Nun ist der Unternehmer im Internet präsent und hat auch alle datenschutz- und europarechtlichen Vorgaben für den Internetauftritt beachtet. Das ist aber nur der erste Schritt. Denn das Ziel des Unternehmers ist doch, über das Internet eine möglichst große Anzahl an potentiellen Kunden anzusprechen und Geschäfte über das Internet abzuwickeln.

Hierzu sind die Normen des **Bürgerlichen Gesetzbuches (BGB)** zu beachten, in dem die europarechtlich vorgegebene E-Commerce-Richtlinie aus dem Jahre 1998 umgesetzt worden ist. § 312 e BGB beispielsweise erlegt dem Anbieter elektronischer Geschäfte bestimmte Pflichten auf, die sowohl im Bereich „Business-to-Business“ (B2B), als auch im Bereich „Business-to-Consumer“ (B2C) zu beachten sind.

Handelt es sich bei dem Internetangebot um so genannte Fernabsatzverträge (die **nicht** auf das Internet beschränkt sind!), hat der Unternehmer zusätzlich die §§ 312 b und 312 c BGB zu beachten, die allerdings nur den Bereich „Business-to-Consumer“ betreffen.

Man merkt also, dass selbst das Gesetz unterscheidet, wer Zielgruppe des Online-Anbieters ist. Hierbei sind die Möglichkeiten, bestimmte Risiken auf den Vertragspartner abzuwälzen, im B2B-Bereich deutlich vielfältiger. Im B2C -Bereich hingegen obliegen dem Unternehmer zahlreiche Pflichten, deren Einhaltung er sinnvollerweise anstreben sollte. Denn sonst drohen auch hier Abmahnungen und sonstige Rechtsnachteile.

Um alle Möglichkeiten auszuschöpfen und die Pflichten zu wahren, empfiehlt es sich oftmals, eine Trennung von Geschäfts- und Privatkundenbereichen vorzunehmen. Das kann durch Begrenzung des Kundenkreises geschehen, aber auch durch die entsprechende Ausgestaltung des Angebots. Nur wird immer zu beachten sein, dass den Unternehmer letztlich die Nachweispflicht dafür trifft, wer Zielgruppe seines Angebots sein sollte.

Der Pflichtenkatalog in **§ 312 e BGB** sieht unter anderem vor, dass der Anbieter seinen Kunden Mittel zur Korrektur von Eingabefehlern zur Verfügung stellen muss, dass er ihnen eine Empfangsbestätigung zusenden muss und dass Vertragsbestimmungen mittels Allgemeiner Geschäftsbedingungen deutlich und klar verständlich hervorgehoben werden, abrufbar und abspeicherbar sind. Zudem verweist § 312 e BGB auf die **Verordnung über Informations- und Nachweispflichten nach bürgerlichem Recht (BGB-InfoV)**, die weitere Anforderungen an den Onlinegeschäftverkehr stellt (z.B. Überblick über die technischen Schritte des Vertragsabschlusses etc.). Ein genauer Blick auf die Vorgaben des Gesetzgeber lohnt sich in jedem Fall.

Anwendbar ist § 312 e BGB (ebenso wie § 312 b und § 312 c BGB) aber nur, wenn es sich beim Anbieter tatsächlich **um einen Unternehmer** handelt, wie er in § 14 BGB definiert ist. Bedient sich der Unternehmer zum Zwecke des Abschlusses eines Vertrages über die Lieferung von Waren oder über die Erbringung von Dienstleistungen eines Telemediendienstes, sind die Vorgaben des Bürgerlichen Gesetzbuchs, wie dargestellt, zu beachten. Entscheidend hierbei ist ein **planvolles und dauerhaftes Tätigwerden**, wobei es auf die Absicht, Gewinne zu erzielen, nicht ankommt (Einzelfallwürdigung). Ist jemand Ebay-Power-Seller, gilt er als Unternehmer und kann allenfalls versuchen, diesen Anscheinsbeweis durch geeignete Umstände zu widerlegen. Kein Unternehmer hingegen ist der Student, der ab und an einmal seine alten Lehrbücher über Ebay verkauft.

Wichtig zu wissen ist beim Geschäftsverkehr auch, wie der Vertragsschluss im Internet rechtlich abläuft. Erfolgt das Angebot über den „normalen“ Internet-Shop, stellt die Website mit den hierauf befindlichen Angeboten lediglich eine „Einladung zur Abgabe eines Angebots“ (so genannte invitatio ad offerendum) dar, auf die hin **der Kunde** das verbindliche Angebot abgibt, nämlich seine Bestellung tätigt (ähnlich einer Bestellung aufgrund eines Prospekts). Der Unternehmer kann diese Bestellung durch Bestätigungsmail oder Auftragsbestätigung bzw. Auslieferung der Ware annehmen, wodurch der Kaufvertrag zustande gekommen ist.

Bei Ebay hingegen sind die Rollen vertauscht: Nach herrschender Auffassung gibt der Versteigerer ein Angebot an eine ungewisse Personenzahl ab, welches unter der Voraussetzung „Höchstgebot“ und „Zeitablauf“ durch Gebot des Bieters angenommen wird. Diese Unterscheidung hat in vielerlei Hinsicht Bedeutung:

Im „Normalfall“ des Onlineangebots wird nämlich jeder Unternehmer bereits sehr genau darauf zu achten haben, dass seine Waren im Internet auch korrekt ausgezeichnet sind, damit es nicht vorschnell bei einem Angebot des Kunden zu einer Bestätigungsmail kommt (etwa über ein automatisiertes Verfahren), die so gar nicht hätte abgegeben werden sollen (interessant hierzu: AG Fürth, Urteil vom 03.07.2008, wonach Quelle zur Lieferung zweier Fernseher à 199,00 € verurteilt wurde, obwohl diese mit 1.999,00 € im Internet hätten angesetzt werden sollen, was versehentlich unterblieb).

Sinnvoll ist es, sich vorsorglich in einer automatisierten Bestätigungsmail erst einmal noch vorzubehalten, die Bestellung des Kunden eingehend zu prüfen und erst sodann verbindlich das Angebot anzunehmen.

Bei Ebay-Angeboten versteht sich von selbst, dass der Verkäufer gegebenenfalls über ein Mindestangebot sicherzustellen hat, dass er im Rahmen einer Auktion nicht Verluste macht. Denn, wie gesagt, entscheidet hier der Kunde durch sein Höchstgebot, wann der Vertrag zustande kommt, was nach dem LG Koblenz selbst bei vorzeitigem Abbruch der Auktion gilt (Urteil vom 18.03.2009, 10 O 250/08).

Doch auch bei den Verbrauchergeschäften kommen den verschiedenen „Arten“ des Vertragsschlusses unterschiedliche Auswirkungen zu, was sogleich näher dargestellt werden wird.

Zunächst ist noch kurz darauf einzugehen, welchen Inhalt der Vertrag denn hat. Natürlich geht es im Onlinehandel darum, dem Käufer eine Ware oder Dienstleistung zu verkaufen. Das Produkt selbst und sein Preis sowie die Zahlungsweise gehören hierbei zu den essentiellen Vertragskomponenten. Regelmäßig aber wird in so genannten **Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB)** der Vertrag zugunsten des Unternehmers „angepasst“, was zugleich Probleme mit sich bringen kann. Denn allgemeine Geschäftsbeziehungen unterliegen, wenn sie denn wirksam in den Vertrag einbezogen worden sind, einer richterlichen Inhaltskontrolle.

*Exkurs: Gerade die Preisangabe wird von den Verbraucherschutzverbänden und zweifelhaften Wettbewerbern genau unter die Lupe genommen. Während die frühere, strenge Rechtssprechung einiger Oberlandesgerichte es als unzulässig erachtete, dass Liefer- bzw. Versandkosten erst durch einen „Klick“ erreicht werden konnten, hat der Bundesgerichtshof mit Urteil vom 04.10.2007 (Az.: I ZR 143/04) die Pflicht zum Hinweis auf Mehrwertsteuer und Versand gelockert:*

*Ausgehend vom interneterfahrenen Verbraucher reiche es auch, wenn Umsatzsteuer und Liefer- und Versandkosten **alsbald sowie leicht erkennbar und gut wahrnehmbar auf einer gesonderten Seite angeben** würden, die der Internetnutzer bei näherer Befassung mit dem Angebot **noch vor Einleitung des Bestellvorgangs** aufrufen müsse (so auch OLG Hamm, Urteil vom 02.07.2009, 4 U 73/09). Das müsse selbst dann gewährleistet sein, wenn ein Händler über so genannte Preissuchmaschinen werbe (BGH, Urteil vom 16.07.2009, Az.: I ZR 140/07).*

*Der Grundpreis eines Produkts hingegen muss nach dem Bundesgerichtshof (Urteil vom 26.02.2009, Az.: I ZR 163/06) bereits in unmittelbarer Nähe des Endpreises angegeben werden. Beide Preise müssen auf einen Blick wahrgenommen werden können (anders für Ebay-Auktionen: Landgericht Hof, Urteil vom 26.01.2007, Az.: 24 O 12/07).*

Allgemeine Geschäftsbedingungen bei Bestellungen über das Internet werden bereits dann einbezogen, wenn sie auf der Bestellseite über einen gut sichtbaren Link aufgerufen und ausgedruckt werden können. AGB müssen bei Vertragsschluss speicherbar sein und bis zur vollständigen Erfüllung des Vertrages in Textform mitgeteilt werden, sonst riskiert der Unternehmer die Verlängerung der Widerrufsfrist auf 6 Monate. Sind in den AGB des Unternehmers sogar unwirksame Klauseln vorhanden, wird auch hier wieder eine wettbewerbsrechtliche Abmahnung riskiert, einmal unabhängig davon gesehen, dass dadurch unter Umständen die gesamten AGB in Frage gestellt werden könnten.

Typische unwirksame Klauseln im Onlinehandel betreffen beispielsweise Lieferzeiten (z.B.: Lieferzeit in der Regel), Liefervorbehalte, Retoure nur in Originalverpackung, Nichtannahme unfreier Rücksendungen oder Strafporto, Rügefristen, Gerichtsstandvereinbarungen usw. Sehr streng ist die Rechtsprechung hierbei im Verbraucherhandel. Aber auch im B2B-Rechtsverkehr besteht die Möglichkeit einer Inhaltskontrolle durch die Rechtsprechung.

3. Gerade beim Geschäftsverkehr mit Verbrauchern kommen auch weitere Informations- und verbraucherfreundliche Pflichten hinzu, die der Unternehmer zu beachten hat.

Die Verträge, die über das Internet geschlossen werden, sind (neben weiteren Vertragsvarianten, z.B. Vertrag über Telefon) so genannte **Fernabsatzverträge** im Sinne des § 312 b BGB, wenn sie zwischen einem Unternehmer und einem Verbraucher geschlossen worden sind. Die Verbrauchereigenschaft richtet sich hierbei danach, welchem Bereich (privat oder unternehmerisch) das Handeln eindeutig und zweifelsfrei zugeordnet werden kann (vgl. hierzu BGH, Urteil vom 30.09.2009).

§§ 312 b ff, BGB begründen sodann für die Fernabsatzgeschäfte besondere Informationspflichten. Nach § 312 c Abs. 1 BGB besteht eine **vorvertragliche** Informationspflicht, die die Anforderungen erfasst, wie sie in der BGB-InfoV niedergelegt sind („flüchtige Information“). Auszugsweise sind das folgende Informationen über:

- die wesentlichen Eigenschaften der angebotenen Ware oder Dienstleistung,
- den Zeitpunkt des Zustandekommens des Vertrages,
- die anfallenden Versandkosten,
- den Endpreis einschließlich Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile,
- Widerrufs- und Rückgaberechte usw. usw.

Oftmals sind diese Informationspflichten zugleich klar und verständlich, zum Teil auch **hervorgehoben** (deutlich gestaltet!) in AGB enthalten, wogegen vom Grundsatz her nichts einzuwenden ist. Aber auch die AGB unterliegen besonderen Anforderungen, wie oben gezeigt. Und es muss gewährleistet sein, dass die Informationen **vor** Abgabe der Vertragserklärung des Kunden erfolgt, z.B. auf der Bestellseite.

§ 312 c Abs. 2 BGB i.V.m. § 355 BGB regelt darüber hinaus die Informationspflichten **bei oder nach Vertragsabschluss**, die dem Verbraucher als dauerhafte Information, und zwar **in Textform** zur Verfügung gestellt werden müssen.

Auch hier ist besonderes Augenmerk auf die **Widerrufsbelehrung** zu legen, da Fehler hierbei dazu führen, dass die Widerrufsfrist (grundsätzlich 2 Wochen bzw. einen Monat, je nach Fallgestaltung) erst sehr viel später oder überhaupt nicht in Gang gesetzt wird. Der Kunde könnte also auch noch nach Monaten die gekaufte Ware zurückgeben, ohne dass hiergegen ernstzunehmende Abwehrmöglichkeiten bestehen.

**Merke:** Wer im Internet auftritt, muss informieren: Informationen zum Betreiber und Verkäufer, zum Datenschutz, zum Produkt, zur Zahlungsart und zum Zahlungszeitpunkt, zur Lieferung, zum Bestellvorgang und zu Widerrufs- bzw. Rückgaberechten sind ein Muss für den Internethändler.

Die Widerrufsbelehrung kann (und sollte) nach dem in der BGB-InfoV enthaltenen amtlichen „Muster“ erstellt werden, welches seit dem 01.04.2008 gilt. Dieses Muster gilt im Regelfall als ordnungsgemäße Belehrung. Zu beachten ist hierbei aber, dass auch tatsächlich auf die **aktuelle** BGB-InfoV zurückgegriffen wird, da die Altfassung (also ein gesetzgeberisches Werk!) einige Fehler enthielt, die Gerichte zum Anlass nahmen, die Belehrung als rechtswidrig anzusehen.

**Merke:** Das „neue“ BMJ-Muster für die Widerrufsbelehrung (gültig seit 01.04.2008) ist für die Verwendung auf der Internetseite im Regelfall geeignet. Änderungen am Muster erfolgen auf eigene Gefahr!

Begrüßenswert ist, dass ab **11. Juni 2010** ein Muster einer Widerrufsbelehrung auch im Gesetz selbst verankert werden wird. Damit bekommt das Widerrufsmuster endlich Gesetzesrang und kann somit insgesamt nicht mehr durch die Gerichte verworfen werden, was aktuell theoretisch noch denkbar wäre. Es empfiehlt sich, spätestens ab diesem Zeitpunkt strikt dem Muster zu entsprechen, da dann erst recht jegliche Abweichung hiervon das Risiko birgt, die Folgen einer fehlerhaften Widerrufsbelehrung tragen zu müssen.

An dieser Stelle ist aber auch zu erwähnen, dass es zahlreiche Ausnahmen gibt, in denen bei Lieferungen von Waren und Dienstleistungen keine Widerrufsmöglichkeit besteht (z.B. individualisierte oder nicht zur Rücksendung geeignete Ware, Lieferung von Zeitschriften etc.). Das Gesetz sieht auch Sachverhalte vor, in denen das Widerrufsrecht erlischt, insbesondere, wenn der Vertrag auf ausdrücklichen Wunsch des Verbrauchers bereits vollständig erfüllt ist, bevor der Verbraucher sein Widerrufsrecht ausgeübt hat.

Hier ist allerdings auf eine Neuregelung des § 312 d Abs. 3 BGB hinzuweisen, wonach dies nur dann gilt, wenn die vertragliche Erfüllung **von beiden Vertragsparteien** erfolgt ist, was die Verbraucher vor den als „Vertragsfallen“ bekannten Dauerschuldverhältnissen (z.B. Lebenserwartungsangeboten, kostenpflichtigen Routenplanern etc.) schützen soll. Hierauf muss aber auch der seriöse Unternehmer bei seinen Angeboten (beispielsweise Mobilfunkverträgen) achten und mindestens die Widerrufsbelehrung und die Bestellabläufe an die neue Gesetzeslage anpassen.

Das Gros der Waren und Dienstleistungen aber wird vom „normalen“ Widerrufsrecht erfasst.

In all diesen Fällen, in denen eine Widerrufsbelehrung erforderlich ist, ist dem Verbraucher eine **deutlich gestaltete Belehrung** über sein Widerrufsrecht **in Textform** mitzuteilen, die auch **Namen und Anschrift** desjenigen enthält, gegenüber dem der Widerruf schriftlich zu erklären ist und die einen **Hinweis auf den Fristbeginn** enthält. Die Erklärung muss zur dauerhaften Wiedergabe in Schriftzeichen geeignet sein, damit Manipulierungsmöglichkeiten ausgeschlossen sind.

Macht der Unternehmer Fehler im Zusammenhang mit der Widerrufsinformation und -Belehrung, riskiert er nicht nur Abmahnungen (mit den hiermit verbundenen Kosten), sondern vor allen Dingen eine Verlängerung der Widerrufsfrist auf 6 Monate (Fehler bei einer der ca. 30 Pflichtinformationen!) bis hin zur Widerrufsmöglichkeit auf unbestimmte (!) Zeit (wenn die Widerrufsbelehrung z.B. gänzlich fehlt).

Bei der Widerrufsbelehrung wird übrigens auch wieder ein Unterschied zwischen Ebay-Auktionsverkäufen und normalen Online-Angeboten deutlich: Denn die dauerhafte Widerrufsbelehrung (in Textform) muss spätestens „bei“ Vertragsschluss vorliegen, um die „normale“ 2-Wochenfrist zum Widerruf in Gang zu setzen. Wird die Belehrung erst **nach** Vertragsschluss mitgeteilt, beträgt die Frist abweichend hiervon **einen Monat**, was bei Ebay-Auktionsangeboten regelmäßig der Fall sein wird:

Denn hier kommt der Vertrag durch das Höchstgebot des Kunden zustande, so dass die zwingend erst im Anschluss hieran erfolgende Widerrufsbelehrung in Textform, etwa bei Zusendung der Ware, **nach** Vertragsschluss zugeht. Das wird man zu beachten haben, wenn man an Auktionen im Internet teilnimmt. Und das muss, darauf sei nochmals hingewiesen, natürlich auch in der Widerrufsbelehrung selbst berücksichtigt werden, die anderenfalls fehlerhaft ist und die Widerrufsfrist womöglich gar nicht erst in Gang setzt.

**Merke:** Ein aktuelles Gesetz vom 29.07.2009 sieht **ab dem 11.06.2010** vor, dass Online-Shops und Ebay-Händler gleichgestellt werden. Ab dann wird unter anderem auch bei Ebay eine 14-tägige Widerrufsfrist gelten, wenn die Widerrufsbelehrung in Textform **unverzüglich nach Vertragsschluss** erfolgt!

Hat der Verbraucher zu Recht den Widerruf seiner Willenserklärung ausgesprochen, kann er grundsätzlich auf Kosten des Unternehmers die Rücksendung der Ware veranlassen. Allenfalls bei Waren, die einen Betrag von 40,00 € nicht übersteigen oder in Fällen, in denen der Verbraucher im Zeitpunkt des Widerrufs den Kaufpreis noch nicht gezahlt hat, kann **vertraglich vereinbart** werden, dass der Käufer diese Kosten der Rücksendung trägt (§ 357 Abs. 2 Satz 3 BGB). Hierauf sollte der Unternehmer achten: Mindestens in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen sollten dem Käufer dann die Kosten der Rücksendung auferlegt werden, was in nicht seltenen Fällen alleine Grund genug für den Verbraucher sein wird, sich die Rücksendung einer eher „unbedeutenden“ oder noch nicht bezahlten Ware zweimal zu überlegen. Auf den Kosten für die Hinsendung der Ware hingegen bleibt der Unternehmer nach dem Gesetz stets sitzen.

Anzumerken ist schließlich, dass die im deutschen Gesetz ebenfalls unternehmerfreundliche Regelung, vom Verbraucher bei **entsprechender Belehrung** nach Ausübung des Widerrufs **Wertersatz** für die bestimmungsgemäße Ingebrauchnahme der Ware (ausgenommen: Prüfung der Ware) zu verlangen, zwischenzeitlich europarechtlich auf dem Prüfstand war. Der Europäische Gerichtshof hat mit Urteil vom 03.09.2009 klargestellt, dass ein genereller Wertersatz bei bestimmungsgemäßer Ingebrauchnahme, auch im Falle der fristgerechten Ausübung des Widerrufs, europarechtlich nicht in Betracht kommen kann.

Wertersatz gibt es nach Ansicht des EuGH nur dann, wenn die Nutzung der Ware missbräuchlich oder unter Verstoß gegen Treu und Glauben erfolgt ist, eine unsinnige und unternehmerfeindliche Auslegung der entsprechenden Richtlinie. Hierauf wird man sich allerdings (nicht zuletzt in Anbetracht der bevorstehenden Fußball WM 2010!) einstellen müssen. Die entsprechende Anpassung der Widerrufsbelehrung ist in Anbetracht der oben gezeigten Risiken sicher ebenfalls angebracht, auch wenn hiermit die „kostenfreie Nutzung“, z.B. von Großbild-Fernsehern, salonfähig gemacht werden dürfte.

Der Vollständigkeit halber soll abschließend kurz auf die Alternative zum Widerrufsrecht, nämlich das **Rückgaberecht im Fernabsatz** eingegangen werden. Von dieser Regelung erfasst sind Kaufverträge im Sinne des § 433 ff. BGB. Wählt der Unternehmer vertraglich (z.B. in den AGB) statt des Widerrufs ein Rückgaberecht, muss er auch hierüber deutlich belehren und dem Verbraucher das Rückgaberecht in Textform (z.B. per E-Mail) einräumen. Sonst kann das Widerrufsrecht wieder aufleben, freilich mangels insoweit korrekter Belehrung ohne Fristbeginn.

Die Frist des Rückgaberechts beginnt nicht vor Erhalt der Ware, entspricht im Übrigen aber der Widerrufsfrist. Die Ausübung des Rechts erfolgt durch rechtzeitige Rücksendung der Ware, deren Kosten hier aber in jedem Fall der Unternehmer trägt (also auch bei Waren unter 40,00 € Wert).

Außerdem kommt der Unternehmer bei Vereinbarung eines Rückgaberechts nicht in den Genuss der oben bereits erwähnten Regelung des § 357 Abs. 2 Satz 3 BGB, wonach der Verbraucher die Rücksendekosten zu tragen hat, wenn er bei Widerruf seiner Bestellung die Gegenleistung (also den Kaufpreis) noch nicht erbracht haben sollte (interessante Gestaltungsmöglichkeit bei Rechnungskauf).

Das Rückgaberecht dürfte somit lediglich in solchen Fällen günstiger sein, in denen überwiegend Waren über 40,00 € verkauft werden, und zwar ohne Rechnungskauf, etwa bei Vorkassegeschäften. Dann sollte über eine Aufnahme des Rückgaberechts, statt eines Widerrufsrechts, in den AGB (oder sonst im Rahmen des Vertragsschlusses) nachgedacht werden, was dem Unternehmer immerhin den Vorteil einer schnellen Warenrücksendung verschafft.

## **B. - Gewerblicher Rechtsschutz und Onlinehandel**

1. Wettbewerbsrecht
2. Urheberrecht
3. Markenrecht
4. Domainrecht

## **C. - Sonstige Haftungsfallen und Verfahrenshinweise**

(Ergänzendes Skript zur Veranstaltung am 31.08.2010 folgt)