

Praxishilfen und Musterformulierungen

Handbuch für Online-Händler

Praxishilfen und französische
sowie deutsche Musterformulierungen
für Onlinehändler

TRUSTED SHOPS GmbH
Subbelrather Str. 15c
50823 Köln
Deutschland



+41 43 5081562
sales@trustedshops.ch

www.trustedshops.ch/shopbetreiber

Einführung

Der Online-Handel hat sich zu einem unentbehrlichen Absatzkanal entwickelt und eröffnet sowohl Herstellern als auch Händlern eine Vielzahl neuer Absatz- und Werbemöglichkeiten und Wachstumschancen. Allerdings ist er aber auch geprägt von rechtlichen und praktischen Unsicherheiten und Fallstricken. Insbesondere kleinere und mittelgrosse Händler sind mit der Beachtung und Umsetzung der besonderen Anforderungen etwa des Daten- sowie des Konsumentenschutzes zum Teil überfordert. Auch Gesetzesänderungen wie etwa im Bereich des Daten- und Konsumentenschutz erfordern ständige Aufmerksamkeit und Anpassungen, die nicht immer ohne Weiteres sofort zu leisten sind.

Das vorliegende Handbuch soll dabei helfen, diese Herausforderungen leichter annehmen und bewältigen zu können und einem juristischen Laien die rechtssichere Gestaltung des Kaufprozesses im Online-Shop vom Impressum über die Datenschutzerklärung, Produktbeschreibung, Kundendatenerhebung, Bestellseite, Informationsseiten und AGB bis zur E-Mail-Bestätigung zu ermöglichen. Der Schwerpunkt liegt dabei nicht auf der Erläuterung der gesetzlichen Bestimmungen oder Vertiefung wissenschaftlicher Streitfragen, sondern auf Beispielformulierungen mit weiterführenden Hinweisen und Hintergrundinformationen.

Im Kapitel „Grundlagenwissen“ werden wichtige Begriffe erklärt, die Sie kennen müssen. Das Kapitel „Musterformulierungen“ enthält eine Vielzahl von Formulierungsvorschlägen für den Einsatz im Online-Shop. Im Kapitel „Nach der Bestellung“ erhalten Sie Tipps für typische Problemsituationen nach der Bestellung, z.B., wenn es Lieferschwierigkeiten gibt oder der Kunde beschädigte Waren zurückschickt. Wichtige Gesetze haben wir im Anhang für Sie zusammengestellt.

Es liegt auf der Hand, dass in diesem Handbuch für Online-Händler nicht alle möglichen Geschäftsmodelle behandelt werden können. Die Ausführungen und Beispieltexte sind für den Verkauf von Waren an Konsumenten mit Wohnsitz in der Schweiz bestimmt und geeignet. Weder die Lektüre des vorliegenden Handbuches noch die Verwendung der darin enthaltenen Beispieltexte ersetzen eine rechtliche Beratung oder die Auseinandersetzung und eigene Arbeit mit den einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen. Sämtliche Muster dienen nur als Checkliste und müssen stets im Einzelfall auf ihre konkrete Eignung überprüft und meist angepasst werden (insbesondere die <[markierten]> Passagen). Dazu ist in der Regel der Beizug einer spezialisierten Rechtsberatung notwendig oder zumindest empfehlenswert, um sicherzustellen, dass Ihre individuellen Bedürfnisse optimal umgesetzt werden.

Die Anmerkungen zu den Grundmustern sollten immer gelesen werden, auch dann, wenn eine Variante zum Grundmuster verwendet wird. Für die Vollständigkeit, Richtigkeit und Aktualität der Beispieltexte kann keine Haftung übernommen werden.

Zürich im März 2015

Die Verfasser

Inhalt

Einführung	3
Inhalt	4
Die Shopbetreiber-Checkliste	9
Grundlagenwissen	10
1 Kundenkreis, Liefergebiet und Vertriebsform	10
1.1 Geschäftskunden oder Privatkunden?.....	10
Grenzüberschreitende Online-Shops	11
M1 Begrenzung des Kundenkreises	11
1.2 Schweiz, EU oder weltweit?.....	11
1.2.1 Unerwünschte Auslandslieferungen vermeiden.....	11
Liefergebiet begrenzen oder informieren	11
Zölle und Gebühren bei Lieferungen ins Ausland	12
M2 Begrenzung des Liefergebiets	12
1.2.2 Risiken bei Vertrieb ins Ausland	12
Rechtswahl	13
1.3 Verkauf, Dienstleistung, Vermittlung.....	13
2 Rechtliche Texte	13
2.1 Informationen	14
Widerrufs- und Rücknahmepflichten	14
Informationspflichten auch bei Bestellungen per E-Mail, Telefon oder Fax	15
2.2 Vereinbarungen	15
2.3 Einwilligungen	15
Keine E-Mail-Werbung ohne Einverständnis.....	15
Double-Opt-In ist sicherstes Verfahren	16
2.4 Hinweise im Bestellverlauf	16
2.5 Allgemeine Informationsseiten im Speziellen	16
M3 Links auf allen Seiten	16
3 Rechtsverstöße und Abmahnungen	17
3.1 Marken- und Urheberrecht.....	18
3.1.1 Meta Tags.....	18
3.1.2 Google AdWords	19
3.2 Wettbewerbsrecht	19
Wann verstossen AGB gegen das UWG?	19
3.3 Abmahnungen.....	20
3.3.1 Gefahr der Abmahnung	20
Abmahnungen aus Deutschland	20
3.3.2 Was ist eine Abmahnung?	20
3.3.3 Wann ist eine Abmahnung berechtigt?	21
3.3.4 Reaktionsmöglichkeiten	21
3.3.5 Häufige Abmahnungsgründe	22
3.3.6 Problematische AGB-Klauseln nach deutschem Recht	22
Musterformulierungen	24
1 Impressum	24
Postfachanschrift genügt nicht	24
Kontaktformular allein genügt nicht	24
Kein Langes Scrollen oder unklare Begriffe.....	25
Impressumpflicht für Angebote auf Online-Auktionsplattformen?	25
Richtig firmieren und nicht über die Unternehmensgrösse irreführen	26
Unwirksame Haftungsausschlüsse	26
1.1 Hinweise zu den Impressumsmustern.....	27
1.2 Impressum Einzelfirma (Einzelunternehmer).....	27
M4 Impressum Einzelfirma	27
1.3 Impressum einfache Gesellschaft.....	27
M5 Impressum Einfache Gesellschaft	27
1.4 Impressum Kollektivgesellschaft.....	28
M6 Impressum Kollektivgesellschaft	28
1.5 Impressum Kommanditgesellschaft.....	28
M7 Impressum Kommanditgesellschaft	28

1.6	Impressum Kommanditaktiengesellschaft	28
	M8 Impressum Kommanditaktiengesellschaft	29
1.7	Impressum Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)	29
	M9 Impressum GmbH	29
1.8	Impressum Aktiengesellschaft (AG).....	29
	M10 Impressum AG	29
2	Datenschutzerklärung	30
2.1	Allgemeines	30
2.1.1	Grundsätze	30
2.1.2	Übermittlung ohne Einwilligung	31
2.1.3	Umfassende Information nötig	32
2.1.4	Einwilligung erforderlich	32
	Ausdrückliche Einwilligung	33
	Speicherung von IP-Adressen	33
2.1.5	Information durch Verlinkung	34
2.1.6	Wichtige Inhalte	34
	Vorsicht bei Scoring-Verfahren	35
	Bonitätsprüfung je nach Zahlungsart	35
2.1.7	Cookies und Web-Analyse Tools	36
2.1.8	Und was passiert bei Verstößen?	36
2.2	Hinweis zu den Datenschutzerklärungen.....	37
2.3	Einfache Datenschutzerklärung	37
	Datenschutzhinweise sind keine AGB	37
	M11 Einfache Datenschutzerklärung	37
2.4	Erweiterte Datenschutzerklärung	38
	Bei Newslettern über Verwendung zu Werbezwecken aufklären	38
	M12 Erweiterte Datenschutzerklärung mit Kundenregistrierung und Newsletter	38
2.5	Optionale Erweiterungen der Datenschutzerklärung	39
	M13 Verschlüsselung personenbezogener Daten, Datensicherheit	39
	Wiederholung von Einwilligungstexten in der Datenschutzerklärung.....	40
	M14 Widerruf von Einwilligungen	40
	M15 Hinweis auf die Durchführung von Bonitätsprüfungen	41
	M16 Datenbearbeitung ausserhalb der Schweiz	42
	M17 Hinweis auf die Übermittlung von Negativdaten	42
2.6	Datenschutzerklärung eBay	43
	M18 Datenschutzerklärung eBay	43
3	Datenerhebung und Zahlung	44
3.1	Prinzip der Datensparsamkeit bzw. Datenvermeidung	44
	M19 Pflichtangaben und freiwillige Angaben.	45
3.2	Registrierung	45
	M20 Registrierung	45
	M21 Verwendung von Cookies	46
3.3	Newsletteranmeldung	46
	Vorliegen einer Einwilligung sollte beweisbar sein.....	46
	Newsletterwerbung ohne Einwilligung	47
	M22 Erlaubnis zur E-Mail-Werbung	47
3.4	Zahlungsarten und Zahlungsbedingungen	47
	Mindestens zwei Zahlungsarten empfehlenswert	47
	Rechtzeitig auf beschränkte Zahlungsmöglichkeiten hinweisen	48
	M23 Zahlungsbedingungen und Zahlungsinformationen	48
	M24 Einwilligung zur Speicherung von Bankdaten	48
	Besondere Schutzmassnahmen bei Speicherung von Kreditkartendaten	48
3.5	Bonitätsprüfung	48
	M25 Einwilligung zur Bonitätsprüfung	49
3.6	Bestellschrittinfo	49
	M26 Bestellschrittinfo: Dateneingabe und Auswahl der Zahlungsart	49
4	Warenangebot	50
4.1	Produktbeschreibungen	51
4.1.1	Geben Sie die wesentlichen Merkmale der Ware an	51
	Keine Verletzung von Urheberrechten	51
	M27 Wesentliche Merkmale der Ware	51
4.1.2	Testergebnisse	52
4.2	Allgemeine Vorgaben aus der Produktsicherheitsgesetzgebung	52
	Cassis-de-Dijon-Prinzip.....	52
4.2.1	„Allgemeine Sicherheitsanforderungen“ des PrSG	53
4.2.2	Sicherheitsanforderungen der Sektorerlasse	53
4.2.3	Verantwortliche Personen für die Einhaltung der Sicherheitsanforderungen	54

4.2.4	Nachweispflicht	54
	CE-Kennzeichnung	54
4.2.5	Nachmarktpflichten	55
4.3	Erweiterte Vorschriften bei bestimmten Produkten	55
4.3.1	Batterien	55
	M28 Hinweis nach ChemRRV	56
4.3.2	Bücher	57
4.3.3	Elektrogeräte	57
4.3.4	Energiekennzeichnung	58
	Verkaufsverbot für ineffiziente Elektrogeräte	60
4.3.5	Jugendschutz.....	60
	Verkauf von Produkten mit Altersfreigaben.....	61
4.3.6	Kosmetikprodukte	61
4.3.7	Lebensmittel	63
4.3.8	Textilien	64
4.3.9	Holzprodukte.....	64
4.3.10	Verpackungen.....	65
4.4	Preisangaben, Versandkosten und Zusatzkosten	65
	Keine Preisbekanntgabepflicht bei eBay-Auktionen.....	65
4.4.1	Detailpreise angeben	66
	Preisangaben bei allen Angeboten bestellbarer Waren	66
4.4.2	Hinweis auf Versandkosten	66
	Hinweis auf Versandkosten spätestens auf Produktdetailseiten	66
	M29 Preisangaben mit Hinweis zu MWST und Versandkosten	67
4.4.3	Verkostehinweis erst im Bestellprozess irreführend?.....	67
4.4.4	Preisvergleiche und Preisreduktionen	68
4.4.5	Angabe der Auslandversandkosten	68
4.4.6	Vorsicht bei Werbung in Preissuchmaschinen.....	68
4.4.7	Bei befristeten Angeboten: Dauer angeben	69
	M30 Gültigkeitsdauer des Angebots	69
4.4.8	Grundpreisangaben	69
4.4.9	Preisangaben bei Ratenzahlung.....	69
4.5	Lieferinformationen und Verfügbarkeit.....	69
4.5.1	Begrenzung des Liefergebiets	69
	M31 Begrenzung des Liefergebiets	70
4.5.2	Angabe der Lieferzeiten.....	70
	Lieferzeiten müssen auf Produktseite genannt werden	70
4.5.3	Keine Lieferzeit bedeutet: sofort lieferbar	70
	Lieferzeiten so genau wie möglich angeben	70
	Ungefähre Lieferzeiten möglich?.....	71
	M32 Angaben zu Lieferzeiten	71
4.5.4	Hinweis zu Warenvorrat.....	71
	M33 Hinweis auf den Warenvorrat	71
4.5.5	Bestellschritt-Info	71
	M34 Bestellschritt-Info: Produkte in den Warenkorb legen	72
5	Bestellseite	72
5.1	Korrekturmöglichkeiten	72
	M35 Hinweis zu Korrekturmöglichkeiten	73
5.2	Hinweis auf E-Mail-Werbung	73
	M36 Hinweis auf E-Mail Werbung	73
5.3	Einbeziehung von AGB	74
	AGB nicht zu lang, speicherbar und druckbar.....	74
	M37 Einbeziehung allgemeiner Geschäftsbedingungen (AGB)	74
5.4	Vertragsschluss	75
5.4.1	Verpflichtung zur Lieferung.....	75
5.4.2	Zahlungsaufforderung bedeutet Vertragsschluss	75
	Keine Zahlungsaufforderung in der Zugangsbestätigung	75
5.4.3	Drei Möglichkeiten, einen Vertrag zu schliessen	76
5.4.4	Preisirrtümer	76
5.4.5	Informieren Sie über die technischen Schritte des Vertragsschlusses	77
	M38 Informationen zum Vertragsschluss	77
6	Widerrufsrecht in der EU	78
6.1	Widerrufsrecht in der Schweiz und in der EU	79
	Vorsicht bei der Lieferung in andere Länder	79
6.2	Hinweis auf das Widerrufsrecht	79
	M39 Hinweis auf das Widerrufsrecht	79
6.3	Nichtbestehen und Erlöschen des Widerrufsrechts.....	79

6.3.1	Hinweis nur bei einschlägigem Sortiment	79
	M40 Hinweis auf Nichtbestehen bzw. Erlöschen des Widerrufsrechts	80
6.4	Wertersatz	80
6.5	Die gesetzlichen Musterbelehrungen in der EU.....	80
	M41 Widerrufsbelehrung für die einheitliche Lieferung von Waren	81
	M42 Widerrufsbelehrung für die getrennte Lieferung von mehreren Waren	82
6.5.1	Muster-Widerrufsformular	83
	M43 Muster-Widerrufsformular	83
7	AGB und Info	84
7.1	Informationspflichten im Schweizer Recht	84
7.1.1	Inhalt der Informationspflicht	84
7.1.2	Zeitpunkt der Information	85
7.1.3	Speicherung und Zugänglichkeit des Vertragstextes	85
	M44 Speicherung und Zugänglichkeit des Vertragstextes	86
7.2	Allgemeine Informationsseite	86
	Kein Widerspruch zwischen Informationsseite, AGB und E-Mail-Bestätigung.....	86
	M45 Kundeninformation	87
7.3	Einfache AGB	88
	AGB müssen nicht verwendet werden	88
	Weniger ist mehr	89
	AGB nicht zu lang, speicherbar oder druckbar	89
	AGB müssen klar und einfach formuliert werden.....	90
7.3.1	Konsumenten-Verträge und anwendbares Recht	90
7.3.2	Umtausch bei Mängeln und Falschlieferungen	90
	M46 Allgemeine Geschäftsbedingungen	90
7.3.3	AGB für eBay	92
	M47 Allgemeine Geschäftsbedingungen für eBay	92
8	E-Mail-Bestätigung	94
	Angaben zur Lieferzeit	94
8.1	Zugangsbestätigung	94
	„Versehentlicher“ Vertragsschluss durch E-Mail-Bestätigung	94
	M48 Zugangsbestätigung (keine Auftragsbestätigung)	95
8.2	Auftragsbestätigung	95
	M49 Auftragsbestätigung	95
	Nach der Bestellung	97
1	Preisirrtümer und Lieferschwierigkeiten	97
	Unverzögliche Erklärung	97
	Stornierung durch Sie, nicht den Kunden	97
2	Transportverlust und Transportschäden	98
3	Kosten der Rücksendung	99
4	Beschädigung, fehlende Teile und Gebrauchsspuren	99
5	Gewährleistung: Rechte Ihrer Kunden	99
	Sofortige Mängelprüfung und -rüge	100
	Garantie / Gewährleistung / Eigenschaftszusicherung	100
	Wichtige Gesetze	102
	Exemple de rédaction.....	116
	M1 Limitation de la clientèle	116
	M2 Limitation de la zone de livraison	116
	M3 Liens sur toutes les pages	116
	M4 Liens sur des pages d'information spécifiques	116
	M5 Mentions légales entreprise individuelle	116
	M6 Mentions légales société simple	117
	M7 Mentions légales société en nom collectif	117
	M8 Mentions légales société en commandite	117
	M9 Mentions légales société en commandite par actions	117
	M10 Mentions légales SARL	118
	M11 Mentions légales SA	118
	M12 Déclaration simple de protection de données	118
	M13 Déclaration de protection des données étendue avec inscription des clients et Newsletter	119
	M14 Cryptage des données personnelles, sécurité des données	120
	M15 Révocation d'un accord préalable	120
	M16 Précisions sur la réalisation de contrôles de solvabilité	121
	M17 Traitement des données en dehors de la Suisse	121
	M18 Précisions sur la transmission de données négatives	121

M19	Déclaration de protection des données d'eBay	122
M20	Données obligatoires et données facultatives.	123
M21	Inscription	123
M22	Utilisation de cookies	123
M23	Autorisation de publicité par e-mail	124
M24	Conditions et informations de paiement	124
M25	Autorisation d'enregistrement de données bancaires	124
M26	Autorisation de contrôle de solvabilité	124
M27	Infos sur la commande: saisie des données et choix du mode de paiement	125
M28	Principales caractéristiques de la marchandise	125
M29	Indication sur l'ORRChim	125
M30	Indication de prix avec précisions sur la TVA et les frais d'envoi	125
M31	Période de validité de l'offre	126
M32	Limite de la zone de livraison	126
M33	Données concernant les délais de livraison	126
M34	Indication sur le stock	126
M35	Infos sur la commande: mettre un produit dans le panier	126
M36	Indication concernant les possibilités de correction	127
M37	Indication concernant la publicité par e-mail	127
M38	Intégration des conditions générales de vente (CGV)	127
M39	Informations sur la conclusion du contrat	128
M40	Enregistrement et accessibilité du contrat	129
M41	Informations clients	129
M42	Conditions générales de vente	130
M43	Conditions générales de vente pour eBay	132
M44	Confirmation de réception (ne constitue pas une confirmation de commande)	133
M45	Confirmation de commande	134

Die Autoren	135
--------------------------	------------

4.1.2 Testergebnisse

Bei der Erwähnung von Testergebnissen müssen Sie in erster Linie darauf achten, dass die Ergebnisse sachlich und wahr dargestellt sind und sich auf das verkaufte Produkt beziehen. Darüber hinaus kann es den Käufer in die Irre führen, wenn mit einem nicht mehr aktuellen Test geworben wird, beispielsweise wenn mit dem gleichen Produkt neue Tests durchgeführt wurden, jedoch mit den alten Ergebnissen geworben wird. Besonders heikel ist zudem das Anbringen eigener Kommentare zu Testergebnissen. Denn dadurch kann der Konsument irregeführt werden, wenn sie nicht klar als eigene Kommentare gekennzeichnet sind. Wir empfehlen, immer klar zu bezeichnen, von wem und woher der Testbericht stammt, weshalb dessen Fundstelle anzugeben ist.

4.2 Allgemeine Vorgaben aus der Produktsicherheitsgesetzgebung

Seit Januar 2010 muss beim Inverkehrbringen von Produkten in der Schweiz das Produktesicherheitsgesetz (PrSG) beachtet werden. Mit den neuen Vorschriften wurde insbesondere eine Angleichung an das EU-Recht, namentlich an die Produktsicherheitsrichtlinie, angestrebt. Allerdings bestehen in einzelnen Bereichen noch immer wesentliche Unterschiede.

Das PrSG stellt nicht nur Pflichten für den Zeitpunkt des Inverkehrbringens auf, sondern verlangt in Form von sog. Nachmarktpflichten, dass die Sicherheit der Produkte auch nach dem Inverkehrbringen laufend beobachtet wird. Werden Vorgaben des PrSG verletzt, drohen Bussen bis zu CHF 40'000 oder bei Vorsatz sogar Freiheitsstrafen. Vor diesem Hintergrund und insbesondere auch im Hinblick auf die zivilrechtliche Produkthaftpflicht ist eine genaue Analyse der Produktsicherheitsgesetzgebung – auch für Händler – dringend zu empfehlen. Im Folgenden kann nur ein Überblick über die Eckpunkte der Regelungen verschafft werden.

Cassis-de-Dijon-Prinzip

Seit dem 1. Juli 2010 gilt auch in der Schweiz (einseitig) das sog. Cassis-de-Dijon-Prinzip. Dies hat zur Folge, dass Sie Ihre Produkte in der Schweiz verkaufen dürfen, auch wenn sie den schweizerischen technischen Vorschriften nicht entsprechen, sofern die Produkte den rechtlichen Vorgaben eines EU- bzw. EWR-Mitgliedstaats entsprechen. Von diesem Grundsatz sind jedoch zahlreiche Produkte ausgenommen (z.B. Arznei- und Lebensmittel, Fahrzeuge; vgl. dazu die [„Negativliste“ des SECO](#)). Zu beachten ist auch, dass die Informationen über Produkte, die nach dem Cassis-de-Dijon-Prinzip verkauft werden, in mindestens einer Amtssprache (Deutsch, Französisch oder Italienisch) verfasst sein müssen. Ausnahmsweise können die Produkte in einer anderen Sprache abgefasst sein, wenn damit genügend und unmissverständlich über das Produkt informiert wird. Sofern dies in einem (produkt-) spezifischen Erlass verlangt wird, müssen Warn- und Sicherheitshinweise (inkl. Anleitungen) aber in der Amtssprache oder in den Amtssprachen jenes Gebietes abgefasst werden, in dem das Produkt in Verkehr gebracht wird; beim Vertrieb in zweisprachige Regionen (Kanton Wallis, Kanton Freiburg, einzelne Regionen im Kanton Bern) müssen diese folglich **in beiden Amtssprachen** verfasst sein. Unter Umständen können auch entsprechende Symbole ausreichend sein, wenn dadurch eine genügende Information sichergestellt ist.

Das PrSG gilt grundsätzlich für alle verwendungsbereiten Produkte (vgl. Art. 2 Abs. 1 und 2 sowie in Bezug auf Gebrauchsgüter Art. 1 Abs. 4 PrSG). Allerdings gehen Spezialgesetze für bestimmte Produktarten (sog. Sektorerlasse) den Regelungen des PrSG vor (Art. 1 Abs. 3 PrSG). Dies ist dann der Fall, wenn darin technische Sicherheits- und Gesundheitsanforderungen in Bezug auf bestimmte Risiken oder Risikokategorien (z.B. mechanische oder thermische Risiken) aufgestellt werden. Für alle übrigen Risiken, die im einschlägigen Sektorerlass nicht geregelt sind, ist jedoch wiederum das PrSG massgebend. Zudem gelten insbesondere auch die Nachmarktpflichten des PrSG, falls in dem Sektorerlass entsprechende Vorgaben fehlen. Auch wenn für Ihre Produkte ein Sektorerlass vorhanden sein sollte, ist aufgrund der schwierigen und unklaren Abgrenzung zu empfehlen, sowohl die Vorgaben der für Sie massgebenden Spezialgesetze als auch diejenigen des PrSG einzuhalten.

Wichtige Sektorerlasse sind beispielsweise die Folgenden:

- Bundesgesetz über Lebensmittel und Gebrauchsgegenstände (LMG) sowie insb. die Lebensmittel- und Gebrauchsgegenständeverordnung (LGV), die Verordnung des EDI über Gegenstände für den Schleimhaut-, Haut- und Haarkontakt sowie über Kerzen, Streichhölzer, Feuerzeuge und Scherzartikel (Verordnung über Gegenstände für den Humankontakt), die Verordnung des EDI über Bedarfsgegenstände und die Verordnung des EDI über kosmetische Mittel (VKos)
- Verordnung über die Sicherheit von Spielzeug (Spielzeugverordnung, VSS)
- Verordnung über die Sicherheit von Maschinen (Maschinenverordnung, MaschV)
- Bundesgesetz über Arzneimittel und Medizinprodukte (HMG) sowie insb. die Medizinprodukteverordnung (MepV)
- Bundesgesetz über den Schutz vor gefährlichen Stoffen und Zubereitungen (Chemikaliengesetz, ChemG) sowie die Ausführungsverordnungen

4.2.1 „Allgemeine Sicherheitsanforderungen“ des PrSG

Da staatliche Produktzulassungen weitgehend abgeschafft wurden (Ausnahmen z.B. bei Heilmitteln oder Chemikalien), obliegt es grundsätzlich den Inverkehrbringern, mittels nachträglicher Stichprobenkontrollen nachzuweisen, dass die **Sicherheitsanforderungen** eingehalten wurden. Diese Anforderungen sind im PrSG neu so umschrieben, dass ein Produkte nur in Verkehr gebracht werden darf, wenn es bei normaler oder bei vernünftigerweise vorhersehbarer Verwendung die Sicherheit und die Gesundheit der Verwender und Dritter nicht oder nur geringfügig gefährdet.

Zur Konkretisierung dieser allgemeinen Sicherheitsdefinition sind im Gesetz besondere **Gefahrenumstände** aufgeführt, welche die Inverkehrbringer zu berücksichtigen haben. Insbesondere muss beachtet werden, dass ein Produkt auch von besonders gefährdeten Personenkreisen, (z.B. Kindern, Menschen mit Behinderungen oder älteren Menschen) verwendet wird, sofern dies vorhersehbar ist. Ein weiterer Umstand ist die **Gebrauchsdauer** eines Produkts. Fehlt bei einem Produkt ein eindeutiger Hinweis auf die Dauer, während der es gefahrlos gebraucht werden kann, wird auf dessen voraussichtliche Gebrauchsdauer abgestellt, sodass das Produkt während dieser (schwer bestimmbarer) Zeitdauer genügend sicher sein muss. Dies kann dazu führen, dass die Sicherheit des Produkts auch nach Ablauf der zehnjährigen Verjährungsfrist im Produkthaftpflichtrecht weiter zu gewährleisten ist. Folglich sollten insbesondere Hersteller von Gütern, die nicht zum vornherein eine erkennbar beschränkte Lebensdauer aufweisen (z.B. Werkzeug, Garten- oder Elektrogeräte, Velos etc.), auf ihren Produkten eine maximale Gebrauchsdauer angeben.

Darüber hinaus regelt das Gesetz auch die **Darbietung sowie Beschreibung von Produkten**. Insbesondere müssen die Aufmachung und Kennzeichnung, die Warn- und Sicherheitshinweise sowie die Gebrauchs- und Bedienungsanleitungen dem spezifischen Gefährdungspotenzial eines Produkts entsprechen. Auch Angaben oder Informationen in der Werbung oder PR-Kampagnen dürfen nicht ein falsches Bild des Gefahrenpotenzials vermitteln oder zu einem riskanten Gebrauch der Ware verleiten.

4.2.2 Sicherheitsanforderungen der Sektorerlasse

Die soeben beschriebenen „allgemeinen Sicherheitsanforderungen“ des PrSG sind grundsätzlich nur dann anwendbar, wenn der Bundesrat für das betreffende Produkt keine „grundlegenden Sicherheits- und Gesundheitsanforderungen“ in einem Sektorerlass festgelegt hat. Falls keine solchen Anforderungen festgelegt wurden, muss das Produkt gemäss Art. 5 Abs. 4 PrSG dem Stand des Wissens und der Technik entsprechen.

Bei den „**grundlegenden Sicherheits- und Gesundheitsanforderungen**“ handelt es sich um einen festen Begriff des EU-Rechts. Die einzelnen Anforderungen sind jeweils in den Anhängen der sektoriellen Produktsicherheitsrichtlinien festgehalten. Der Bundesrat hat bereits seit 1995 in zahlreichen sektoriellen Erlassen die in dem Sektorrecht der EU vorhandenen Anforderungen ins schweizerische

anfallen, bereits in den Detailpreis, der beim Produktangebot anzugeben ist, einbezogen werden. Wenn sich die Versandkosten aber z.B. je nach Versandort unterscheiden, ist eine Einrechnung in den Detailpreis beim Produktangebot nicht möglich, da sich die effektiven Versandkosten erst nach Eingabe der Lieferadresse feststellen lassen. In diesem Fall muss beim Produktangebot gut sichtbar darauf hingewiesen werden, dass Versandkosten zum Detailpreis hinzukommen können. An dieser Stelle muss zudem ein Link auf eine Versandkostenaufstellung angebracht werden, aus welcher die Einzelheiten der Versandkosten in die Länder, auf die sich Ihr Shop aktiv ausrichtet, sowie die Berechnungsgrundsätze für den Konsumenten klar ersichtlich werden, damit dieser die Höhe leicht errechnen kann.

In der Schweiz fehlen – anders als in Deutschland – besondere gesetzliche oder richterliche Vorgaben für die Preisbekanntgabe im Online-Handel. Dementsprechend ist auch nicht geklärt, zu welchem Zeitpunkt und in welcher Form der Hinweis auf mögliche (noch nicht im Einzelnen bestimmbar) Versandkosten zu erfolgen hat. In der juristischen Literatur wird eine Orientierung an den Grundsätzen der deutschen Rechtsprechung vorgeschlagen. Gemäss dem deutschen Bundesgerichtshof (BGH) reicht es aus, wenn sich die Versandkosten auf einer gesonderten Internetseite befinden, die noch vor Einleitung des Bestellvorgangs zwingend aufgerufen werden muss. Danach müsste der Hinweis auf die Versandkosten noch nicht zwingend bei jeder Preisangabe zu einem Produkt erfolgen. Der Hinweis auf der Produktdetailseite, von der aus das Produkt in den Warenkorb gelegt werden kann, würde demnach genügen. Ob dies die Schweizer Vollzugsbehörden und Gerichte auch so sehen, ist jedoch unklar. Vor diesem Hintergrund empfehlen wir Ihnen, den Hinweis auf eventuell anfallende Versandkosten bei jeder Preisangabe anzubringen. Dabei sollten Sie mit einem „sprechenden Link“ mit der Bezeichnung „Versandkosten“ auf eine Versandkosten-tabelle verweisen. Von einer blossen Erwähnung in den AGB oder der Verwendung eines „Sternchenhinweises“ ist abzuraten.

M29 Preisangaben mit Hinweis zu MWST und Versandkosten



Fussball XY Grösse 5

Matchfussball der Marke XY mit strapazierfähiger und wasserabweisender Oberfläche, gute Flug- und Spieleigenschaften, für alle Platzarten. Grösse 5. In Weiss und Grau erhältlich, Abbildung ähnlich.

49.00 Franken

ODER

45.00 Franken zzgl. Versandkosten: Kanton Zürich 4.00 Fr., Rest der Schweiz 7.00 Fr.

ODER

45 Franken zzgl. Versandkosten ([<Link auf die Versandkosten-tabelle>](#))

4.4.3 Versandkostenhinweis erst im Bestellprozess irreführend?

Wie oben erwähnt muss ab dem Zeitpunkt, ab welchem dem Kunden eine Leistung konkret angeboten wird, der Detailpreis angegeben werden. Dieser umfasst auch die Versandkosten, sofern diese in jedem Fall in gleicher Höhe anfallen. Daher verstösst es gegen die Preisbekanntgabeverordnung, wenn diese Versandkosten nicht bereits in einer Preisangabe enthalten sind, auch wenn sie im Verlauf des Bestellprozesses noch angegeben werden. Sofern die Versandkosten nicht in jedem Fall oder nicht in gleicher Höhe anfallen, kann ein Angebot als irreführend eingestuft werden, wenn bei der Preisangabe nicht bereits auf eventuelle Versandkosten hingewiesen wird. Dies kann auch dann der

Die Autoren

RA Lukas Bühlmann, LL.M.

Lukas Bühlmann ist seit 2001 als Anwalt zugelassen, verfügt über einen Nachdiplomabschluss (LL.M.) in Europäischem Wirtschaftsrecht des College of Europe in Brügge, Belgien und studierte an den Universitäten Lausanne und East Anglia, Norwich, England. Vor seinem Schritt in die Selbständigkeit 2005 arbeitete Lukas Bühlmann für eine der führenden Wirtschaftskanzleien in Zürich. Heute ist er Inhaber von Bühlmann Rechtsanwälte AG, einer auf E-Commerce, IT/Internet, Werbung und Zoll spezialisierten Wirtschaftskanzlei in Zürich.



Bühlmann Rechtsanwälte AG berät in- und ausländische Unternehmen in allen rechtlichen Fragen rund um den Vertrieb und die Bewerbung von Produkten oder die Erbringung von Dienstleistungen. Die Kanzlei ist erfahren in der Beratung von Unternehmen rund um die Ausgestaltung ihrer Internetpräsentationen, in der Prüfung von Online-Geschäfts- und Werbekonzepten und im Aufzeigen von Wegen zu deren rechtssicherer Ausgestaltung. Hierzu gehört regelmässig auch die Beratung in Bezug auf die Ausgestaltung internationaler Vertriebskonzepte und grenzüberschreitender Online-Marketingmassnahmen. Die Verbindung von E-Commerce- und Vertriebs-Know How mit zollrechtlicher Kompetenz ist gerade für Online-Shops in der Schweiz einzigartig. Ein Grossteil der Beratung beansprucht auch die Klärung von datenschutz- und medienrechtlichen Aspekten im Internet – sei es im Zusammenhang mit dem E-/M-Commerce oder mit den verschiedenen Formen von Online-Werbung. Schlussendlich berät die Kanzlei insbesondere Mandanten, die ihre Online-Angebote auf den gesamten deutschsprachigen Raum ausrichten.

Neben seiner beratenden Tätigkeit ist Lukas Bühlmann regelmässig als Autor und Referent im In- und Ausland engagiert. Jüngste Publikationen behandeln insbesondere den grenzüberschreitenden M-Commerce, Preiswerbung im Internet sowie die kartellrechtliche Zulässigkeit von Online-Vertriebs- und -Werbebeschränkungen.

Lukas Bühlmann ist unter anderem Vice-Chair des Product & Advertising Law Committee der International Bar Association (IBA), Mitglied der ITechLaw, der Handelskammer Deutschland-Schweiz sowie des Europäischen Forums für Aussenwirtschaft, Verbrauchssteuern und Zoll (EFA).

Das vorliegende Handbuch für Onlinehändler wäre ohne die Unterstützung des Teams von Bühlmann Rechtsanwälte AG nicht möglich gewesen. Speziell hervorzuheben ist die Mitarbeit von Michael Schüepp.

Michael Schüepp

Michael Schüepp (Bachelor of Science ZFH (Wirtschaftsrecht)) unterstützt Bühlmann Rechtsanwälte AG als juristischer Mitarbeiter in den Bereichen Verbraucherschutzrecht, Wettbewerbsrecht und Produktrecht. Dabei ist Herr Schüepp regelmässig und massgebend an den diversen Publikationen von Bühlmann Rechtsanwälte AG beteiligt, insbesondere in den Bereichen Vertrieb und Kartellrecht. Im August 2011 wurde ferner seine Monographie zum Automobilvertrieb im europäischen und schweizerischen Kartellrecht veröffentlicht. Michael Schüepp ist Student an der Universität Luzern im Masterstudium Wirtschaftsrecht und derzeit im Rahmen des innerschweizerischen Mobilitätsprogramms für ein Jahr an der Universität Lausanne. Sein Bachelorstudium absolvierte Herr Schüepp an der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften in Winterthur sowie an der Universität Paris Dauphine.

