

Februar 2018



Handbuch für Online-Händler

Mit neuem
Datenschutz-
recht

Praxishilfen zur richtigen Umsetzung der
gesetzlichen Vorgaben

Musterformulierungen für Ihren Shop

Abmahnungen und rechtliche Fallstricke vermeiden

Hoeren | Föhlisch | Rätze



Einführung

Der Online-Handel mit privaten Endverbrauchern ist durch eine **Fülle von rechtlichen Bestimmungen** stark reguliert. Die praktische Umsetzung dieser Vorschriften ist sehr kompliziert. Dazu kommt, dass diese Regelungen einem ständigen Wandel unterliegen und durch die Rechtsprechung immer weiter konkretisiert werden.

Das vorliegende Handbuch ist dazu gedacht, einem juristischen Laien die **rechts-sichere 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 den Beispielformulierungen mit weiterführenden Hinweisen und Hintergrundinformationen und Praxistipps.

In diesem Handbuch können nicht alle existierenden Geschäftsmodelle behandelt werden. Die Texte sind für den **Verkauf von Waren innerhalb der Bundesrepublik Deutschland an private Endkunden** konzipiert. Alle Texte ersetzen weder eine rechtliche Beratung noch die Auseinandersetzung und eigene Arbeit mit den einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen. **Sämtliche Muster dienen nur als Checkliste** und müssen stets **auf ihre konkrete Anwendbarkeit geprüft und angepasst** werden. Für eine Rechtsberatung, die Ihre individuellen Bedürfnisse berücksichtigt, können Sie sich gerne an unsere Experten wenden. **Für die Vollständigkeit, Richtigkeit und Aktualität der Muster kann keine Haftung übernommen werden.**

Tipp: Die besprochenen **Urteile** finden Sie auch strukturiert und durchsuchbar in unserem www.shopbetreiber-blog.de. Individuelle Rechtstexte (**Impressum, AGB, Widerrufsbelehrung und Datenschutzerklärung**) können Sie kostenlos unter shop.trustedshops.com/de/rechtstexte/ erstellen.

Münster und Köln im Februar 2018

Die Verfasser

I Inhalt

Einführung	3
I Inhalt	4
II Neuerungen dieser Auflage.....	10
III Die Checkliste für Online-Händler.....	12
IV Häufige Fehler und nicht bedachte Aspekte	14
V Grundlagenwissen.....	21
1 Kundenkreis, Liefergebiet und Vertriebsform	22
1.1 Firmenkunden oder Privatkunden	22
1.1.1 Verkauf an Gewerbetreibende	22
M1 Begrenzung des Kundenkreises	23
1.1.2 Vermischungen vermeiden	23
1.1.3 Klare Trennung empfehlenswert	23
1.2 Deutschland, EU oder weltweit	25
1.2.1 Unerwünschte Auslandslieferungen vermeiden.....	25
M2 Begrenzung des Liefergebietes	27
1.2.2 Verbraucherrechterichtlinie	27
1.2.3 Vollharmonisierung.....	28
1.3 Dienstleistung, Vermittlung, Reisen	28
2 Rechtliche Texte	31
2.1 Informationen	31
2.2 Vereinbarungen.....	32
2.3 Einwilligungen	32
2.4 Hinweise im Bestellverlauf.....	34
2.5 Allgemeine Informationsseiten	34
M3 Links auf allen Seiten	35
2.5.1 Wann ist ein Link sprechend?	35
3 Rechtsverstöße und Abmahnungen	37
3.1 Wettbewerbsrecht	37
3.2 Was ist eine Abmahnung?	38
3.2.1 Wer darf abmahnen?	40
3.2.2 Kosten der Abmahnung	40
3.2.3 Rechtsmissbrauch	41
3.3 Reaktionsmöglichkeiten	42
3.3.1 Uneingeschränkte Abgabe.....	43
3.3.2 Modifizierte Abgabe	43

3.3.3	Negative Feststellungsklage.....	43
3.3.4	Einstweilige Verfügung	43
3.4	Häufige Abmahngründe	44
3.5	Problematische AGB-Klauseln.....	45
VI	Musterformulierungen	48
1	Impressum.....	49
1.1	Allgemeines	49
1.1.1	Angabe des Vertretungsberechtigten	50
1.1.2	Telefonnummer im Impressum	51
1.1.3	Handelsregister und USt-IdNr.	54
1.1.4	Verfahren für den Umgang mit Beschwerden	54
1.1.5	Alternative Streitbeilegung.....	55
1.1.6	Sind Disclaimer sinnvoll?.....	56
1.2	Impressum Einzelunternehmen	56
	M4 Impressum Einzelunternehmen	56
1.3	Impressum eingetragener Einzelkaufmann	57
	M5 Impressum e.K.	57
1.4	Impressum Apotheker (e.K.).....	58
	M6 Impressum Apotheker (e.K.)	58
1.5	Impressum GbR.....	59
	M7 Impressum GbR	59
1.6	Impressum OHG.....	60
	M8 Impressum OHG	60
1.7	Impressum KG.....	60
	M9 Impressum KG	61
1.8	Impressum GmbH & Co KG	61
	M10 Impressum GmbH & Co KG	62
1.9	Impressum GmbH.....	62
	M11 Impressum GmbH	62
1.10	Impressum Unternehmergesellschaft.....	63
	M12 Impressum UG (haftungsbeschränkt)	63
1.11	Impressum Aktiengesellschaft.....	64
	M13 Impressum AG	64
1.12	Impressum englische Limited	65
	M14 Impressum Ltd.	65
2	Datenschutz.....	67
2.1	Allgemeines	67
2.1.1	Zweckbindungsgrundsatz.....	67
2.1.2	Datenvermeidung	68
	M15 Pflichtangaben und freiwillige Angaben	68
2.1.3	Umfassende Dokumentationspflichten	69
2.1.4	Umfassende Information erforderlich.....	69
2.1.5	Einwilligung erforderlich.....	70

2.2	Datenerhebung	71
2.2.1	Registrierung	71
2.2.2	Newsletteranmeldung	71
	M16 Erlaubnis zur E-Mail-Werbung	73
2.2.3	Bonitätsprüfung.....	74
	M17 Einwilligung zur Bonitätsprüfung	75
2.3	Inhalte der Datenschutzerklärung	75
2.3.1	Bonitätsprüfung.....	77
2.3.2	Cookies.....	77
	Beispiele.....	78
2.3.3	Web-Analyse-Tools.....	79
2.3.4	Rechtsfolgen bei Verstößen	80
2.4	Muster für die Datenschutzerklärung	81
2.4.1	Basis-Muster	81
	M18 Basis Datenschutzerklärung mit Kundenregistrierung und Newsletter	81
2.4.2	Optionale Erweiterungen für die Datenschutzerklärung	84
	M19 Verschlüsselung personenbezogener Daten	85
	M20 Einsatz von Google (Universal) Analytics zur Webanalyse	85
	M21 Hinweis auf die Durchführung von Bonitätsprüfungen	86
	M22 Wdhg. von Einwilligungen in der Datenschutzerklärung	87
3	Warenangebot	89
3.1	Produktbeschreibung.....	90
3.1.1	Die wesentlichen Merkmale der Ware.....	90
	M23 Wesentliche Merkmale der Ware	91
3.1.2	Testergebnisse und Siegel.....	92
3.1.3	Batterien	92
	M24 Hinweis nach Batteriegesetz	93
3.1.4	Bücher	94
3.1.5	CE-Kennzeichnung	94
3.1.6	Elektrogeräte	94
3.1.7	Energiekennzeichnung.....	95
3.1.8	Jugendschutz	96
3.1.9	Kosmetikprodukte	97
3.1.10	Lebensmittel	97
3.1.11	Textilien	98
3.1.12	Motorenöle.....	98
3.1.13	Verpackungen	99
3.2	Preisangaben, Versandkosten und Zusatzkosten	99
3.2.1	Gesamtpreise angeben.....	99
3.2.2	Hinweis auf MwSt. und Versandkosten.....	100
	M25 Preisangaben mit Hinweis zu MwSt. und Versandkosten	101
3.2.3	Optional versicherter Versand und Preisvergleiche	102
3.2.4	Angabe der Auslandsversandkosten	102

3.2.5	Werbung in Preissuchmaschinen	102
3.2.6	Bei befristeten Angeboten Dauer angeben	103
	M26 Gültigkeitsdauer des Angebotes	103
3.2.7	Grundpreisangaben	103
3.2.8	Ab-Preise	104
3.3	Lieferinformationen	104
3.3.1	Begrenzung des Liefergebietes	104
	M27 Lieferbeschränkungen	104
3.3.2	Angabe eines Liefertermins	104
	M28 Angaben zu Lieferzeiten	106
4	Zahlungsbedingungen	106
4.1	Hinweis auf Zahlungsarten im Warenkorb	107
4.2	Kosten der Zahlungsart	107
	M29 Hinweis auf Nachnahmegebühr	108
4.3	Weitere Zahlungsbedingungen	108
	M30 Zahlungsbedingungen und Zahlungsinformationen	108
5	Bestellseite	110
	M31 Musterbestellseite nach der Button-Lösung	111
5.1	Korrekturmöglichkeiten	113
5.2	Hinweis auf E-Mail-Werbung	114
	M32 Hinweis auf E-Mail-Werbung	114
5.3	Widerrufsrecht	114
5.4	Einbeziehung von AGB	115
	M33 Einbeziehung Allgemeiner Geschäftsbedingungen	115
5.5	Vertragsschluss	115
5.5.1	Verpflichtung zu Lieferung	115
5.5.2	Verschiedene Möglichkeiten, einen Vertrag zu schließen	116
5.5.3	Zahlungsaufforderung bedeutet Vertragsschluss	117
5.5.4	Preisirrtümer	117
5.5.5	Informieren Sie über die technischen Schritte des Vertragsschlusses	118
	M34 Informationen zum Vertragsschluss	118
6	Widerrufsrecht	121
6.1	Verbraucherrechterichtlinie	121
6.2	Hinweis auf das Widerrufsrecht	122
	M35 Hinweis auf das Widerrufsrecht und Einwilligung zum Beginn von Dienstleistungen	123
6.2.1	Zeitpunkte der Information und Belehrung	124
6.2.2	Konsequenzen bei fehlerhafter Belehrung	124
6.3	Nichtbestehen und Erlöschen des Widerrufsrechts	125
6.3.1	Hinweis nur bei einschlägigem Sortiment	125
	M36 Hinweis auf Nichtbestehen des Widerrufsrechts	125
6.3.3	Erlöschen bei Dienstleistungen	132

	M37 Bestätigung zum Erlöschen des Widerrufsrechtes bei Dienstleistungen	133
6.3.4	Erlöschen bei digitalen Inhalten	133
	M38 Bestätigung zum Erlöschen des Widerrufsrechtes bei digitalen Inhalten	133
6.4	Wertersatz	134
6.4.1	Wertersatz bei Waren	134
6.4.2	Wertersatz bei Dienstleistungen	135
6.4.3	Wertersatz bei digitalen Inhalten	136
6.5	Die Muster im EGBGB	136
6.5.1	Sollen die Muster verwendet werden?	136
6.5.2	Text der Musterwiderrufsbelehrung	136
	M39 Gesetzliches Muster für die Widerrufsbelehrung	136
6.5.3	Angepasste Musterwiderrufsbelehrungen für Warenlieferungen	140
	M40 Widerrufsbelehrung für die einheitliche Lieferung von Waren	141
	M41 Widerrufsbelehrung für die getrennte Lieferung von mehreren Waren	142
	M42 Widerrufsbelehrung für die getrennte Lieferung von einer Ware	143
6.5.4	Angepasste Musterwiderrufsbelehrung für Abo-Verträge	144
	M43 Widerrufsbelehrung für Abo-Verträge	145
6.5.5	Angepasste Muster-Widerrufsbelehrung für die Lieferung von Speditionsware	146
	M44 Widerrufsbelehrung für die Lieferung von Speditions-Waren	147
6.5.6	Angepasste Musterwiderrufsbelehrung für Dienstleistungen	147
	M45 Widerrufsbelehrung für die Erbringung von Dienstleistungen	148
6.5.7	Muster-Widerrufsformular	149
	M46 Muster-Widerrufsformular	149
6.6	Häufige Fehler beim Widerrufsrecht	150
7	AGB und Infos	153
7.1	Informationspflichten im Fernabsatz und E-Commerce	153
7.1.1	Zeitpunkt der Informationserteilung	153
7.1.2	Inhalt der Informationspflichten im Fernabsatz und E-Commerce	155
7.1.3	Speicherung und Zugänglichkeit des Vertragstextes	155
	M47 Speicherung und Zugänglichkeit des Vertragstextes	156
7.2	Gesetzliche Informationen ohne AGB	156
	M48 Kundeninformationen	157
7.3	Einfache AGB mit Kundeninformationen	161

	M49 Allgemeine Geschäftsbedingungen mit Kundeninformationen	163
7.4	Erweiterte AGB mit Kundeninformationen	167
	M50 Allgemeine Geschäftsbedingungen mit Kundeninformationen	168
8	E-Mail-Bestätigung	174
8.1	Zugangsbestätigung	174
	M51 Zugangsbestätigung (keine Auftragsbestätigung)	174
8.2	Auftragsbestätigung mit Widerrufsbelehrung	176
	M52 Auftragsbestätigung	177
8.3	Auftragsbestätigung mit AGB	179
	M53 Auftragsbestätigung	179
8.3.1	Angaben auf Geschäftsbriefen	180
VII Nach der Bestellung		182
1	Preisirrtümer und Lieferschwierigkeiten	183
2	Transportverlust und Transportschäden	184
3	Ausübung des Widerrufsrechtes	185
4	Kaufpreiserstattung, Hin- und Rücksendekosten	185
5	Beschädigungen, fehlende Teile und Gebrauchsspuren	186
6	Gewährleistung: Rechte Ihrer Kunden	187
7	Kundenbewertungen	190
7.1	Bewertungsaufforderung per E-Mail	190
7.2	Löschung von Negativbewertungen?	191
VIII Wichtige Gesetze		194
IX Autoren		243
	Prof. Dr. Thomas Hoeren	243
	Dr. Carsten Föhlisch	243
	Dipl.-Wirtschaftsjurist Martin Rätze	244

werden und führt zu einer Verlängerung der Rückgabefrist für den Kunden. Bitte überprüfen Sie Ihre Formulierungen auf Widersprüche.

- Bitte überprüfen Sie, ob in Ihrem Portfolio Artikel enthalten sind, bei denen das **Widerrufsrecht nicht besteht** und weisen Sie in diesem Fall hierauf hin. Die Ausnahmen sind in § 312g Abs. 2 BGB abschließend geregelt, d. h. können nicht beliebig erweitert werden, wenn die Rücknahme der Ware wirtschaftlich unzumutbar erscheint. Lassen Sie sich im Zweifel unbedingt rechtsanwaltlich beraten, ob ein Produkt ausgenommen werden kann oder nicht, um Abmahnungen oder Fristverlängerungen zu vermeiden.
- Wenn Ihre Kunden die **Rücksendekosten** übernehmen sollen, müssen sie hierüber z. B. im Rahmen der Widerrufsbelehrung informiert werden.
- Wenn der Kunde die Rücksendekosten nicht tragen muss (z. B. weil Sie sich bereiterklärt haben, diese zu übernehmen oder den Kunden nicht über die Kostentragungspflicht informiert haben), darf er die Ware nach überwiegender Meinung unfrei oder per Nachnahme zurück schicken. Das hat das OLG Hamburg bestätigt und die Klausel „**Unfreie Rücksendungen werden nicht angenommen**“ für unzulässig erklärt.
- Von dem Kunden darf kein **Wertersatz für die Nutzung** der Ware während der Widerrufsfrist, in Rechnung gestellt werden. Einen Anspruch auf Wertersatz für einen Wertverlust der Ware haben Sie nur dann, wenn dieser Wertverlust auf einen Umgang mit den Waren zurückzuführen ist, der zur **Prüfung der Beschaffenheit, der Eigenschaften und der Funktionsfähigkeit** der Waren nicht notwendig war und wenn der Verbraucher korrekt über sein Widerrufsrecht unterrichtet wurde.
- Wenn Sie Änderungen an dem **gesetzlichen Muster** (Anlage 1 zu Art. 246a EGBGB) zum Widerrufsrecht vornehmen, haben Sie keine Rechtssicherheit nach Art. 246a § 1 Abs. 2 S. 2 EGBGB mehr. Mit Überführung der Musterbelehrungen in das EGBGB steht dieses nun im Rang eines formellen Gesetzes und kann daher von den Instanzgerichten nicht mehr als unwirksam angesehen werden. Daher sollte unbedingt dieses Muster verwendet werden.

takt“ und „**Impressum**“). Gleiches gilt bei eBay für die Verweiskette „**mich**“ und „**Impressum**“ (KG Berlin). Ebenfalls nicht ausreichend ist die Aufnahme dieser Informationen lediglich in die AGB. Auch sollte der Verbraucher nicht mehr als zwei Links klicken oder über mehrere Seiten scrollen müssen, um das Impressum zu finden (OLG Brandenburg).

Übrigens: Die Pflicht zum Bereitstellen eines Impressums gilt nicht im eigenen Online-Shop, sondern für alle Online-Auftritte, die einem geschäftlichen Zweck dienen. Dazu zählen u.a. Angebote auf Plattformen wie eBay oder mobile.de (OLG Düsseldorf), auch Facebook-Fanpages (OLG Düsseldorf, LG Aschaffenburg, LG Frankfurt) oder gewerbliche Profile auf XING (LG Stuttgart). Die Impressumspflicht gilt auch dann, wenn eine Website vor langer Zeit (womöglich gar aus Versehen) online gestellt wurde und danach in Vergessenheit geriet (LG Essen).

Unvollständige, unpräzise oder fehlende Angaben können abgemahnt werden, da dies einen Wettbewerbsverstoß darstellt. Darüber hinaus – was jedoch nur sehr selten vorkommen – kann ein fehlerhaftes Impressum mit einem Bußgeld geahndet werden (§ 16 TMG). Abmahngefährdet ist es auch, wenn man im Impressum **veraltete Angaben** vorhält (LG Leipzig).

1.1.1 Angabe des Vertretungsberechtigten

Nach deutschem Recht ist bei juristischen Personen ein Vertretungsberechtigter zu nennen. Dieser muss auch klar als Vertretungsberechtigter benannt werden. Die Bezeichnung „**verantwortlich**“ beispielsweise reicht nicht aus. Vertretungsberechtigt ist, wer für die Firma nach außen rechtlich verbindlich handelt (z.B. Geschäftsführer). Nicht zu den Vertretungsberechtigten gehören Urlaubsvertretung, Ehepartner oder volljährige Kinder. Die fehlende Angabe des Vertretungsberechtigten kann wettbewerbsrechtlich mittlerweile aber als Bagatelle einzustufen sein, da es an einer entsprechenden Grundlage im europäischen Recht fehlt (KG Berlin, OLG Düsseldorf).

Vorname muss unbedingt vollständig genannt werden

Ein Verstoß gegen die Anbieterkennzeichnungspflicht liegt auch schon vor, wenn der **Vorname fehlt oder abgekürzt** wird (LG Berlin, bestätigt durch KG Berlin, zuletzt auch das OLG Düsseldorf).

Gewerbetreibende ohne Handelsregistereintrag müssen im Geschäftsverkehr immer mit Vor- und Zunamen auftreten. Bei der GbR ist der vollständige **Vor- und Zuname** von mindestens einem vertretungsberechtigten Gesellschafter zu nen-

nen. Neben den Namen dürfen auch **Branchenbezeichnungen** (z.B. „Muster-Shop“) verwendet werden, diese sind aber nicht Bestandteil des Unternehmensnamens. Durch Zusätze zum Namen darf nicht der Eindruck entstehen, dass das Unternehmen im Handelsregister eingetragen ist. Zudem darf keine Verwechslungsgefahr zu anderen Unternehmen aus der gleichen Branche bestehen. Der Systematik des HGB nach kann nur ein eingetragener Kaufmann oder eine Handelsgesellschaft eine Firma i.S.d. § 17 HGB führen. Daher ist beim nicht eingetragenen Einzelgewerbetreibenden der Zusatz „Firma“ irreführend i.S.d. §§ 3, 5 Abs. 1 Nr. 3 UWG. Es wird der Eindruck erweckt, es handele sich um eine im Register eingetragene Firma. Deshalb darf der Einzelgewerbetreibende stets nur mit Vor- und Zunamen und einer Geschäfts- bzw. Branchenbezeichnung auftreten. Der Zusatz „Geschäftsführer“ ist als Irreführung über die Unternehmensgröße ebenfalls wettbewerbswidrig i.S.d. §§ 3, 5 Abs. 1 Nr. 3 UWG (OLG München). Im Unternehmen des Einzelgewerbetreibenden gibt es nämlich nicht wie bei der GmbH einen Geschäftsführer im rechtlichen Sinne. Daher handelt es sich bei diesem Zusatz (sogar beim eingetragenen Kaufmann) um eine Irreführung über die Größe des Unternehmens.

1.1.2 Telefonnummer im Impressum

Eine ausdrückliche Pflicht zur Angabe der Telefonnummer ist in § 5 Abs. 1 TMG, in dem die wesentlichen Impressumspflichten festgelegt sind, nicht geregelt. Allerdings müssen Sie als Online-Händler gemäß Art. 246a § 1 Abs. 1 Nr. 2 EGBGB eine Telefonnummer nennen. Dies kann – muss aber nicht – im Impressum erfolgen. Allerdings geht diese deutsche Vorschrift über die Vorgaben der Verbraucherrechtlinie hinaus, sodass Online-Händler nicht verpflichtet sind, eine Telefonnummer anzugeben, sofern ein anderer Weg (neben der E-Mail-Adresse) zur schnellen und unmittelbaren Kommunikation gegeben ist, wie z.B. eine Chatfunktion oder Rückrufoption (OLG Köln). Dieses Verfahren wird aber weitergeführt. Der BGH hat dem EuGH entsprechende Fragen zur Klärung vorgelegt. Eine Entscheidung des EuGH zu der Sache liegt noch nicht vor. Für Dienstleistungserbringer ist die Angabe einer Telefonnummer bereits seit 17.05.2010 gemäß § 2 Abs. 1 Nr. 2 DL-InfoV vorgeschrieben.

Handelt es sich bei dem angegebenen Telekommunikationsmittel um einen **Mehrwertdienst**, müssen zusätzlich die Anforderungen des § 66a TKG berücksichtigt werden. Außerdem dürfen derartige Nummern **nicht im Impressum verwendet werden**, sofern diese Telefonnummer und die E-Mail-Adresse die einzigen beiden Wege zur direkten Kontaktaufnahme sind (BGH, OLG Frankfurt). Der Preis ist gut lesbar, deutlich sichtbar und in unmittelbarem Zusammenhang mit

der Rufnummer anzugeben. Der **unmittelbare Zusammenhang** ist nach Ansicht des LG Frankfurt a.M. dann nicht mehr gewährleistet, wenn sich zwar an der Telefonnummer ein Sternchen befindet, dieses aber erst am Ende der Internetseite aufgelöst wird, wobei das Gericht nicht unterscheidet, über wie viele Seiten gescrollt werden muss. Soweit für Anrufe aus den Mobilfunknetzen Preise gelten, die von den Preisen für Anrufe aus den Festnetzen abweichen, sind der Festnetzpreis sowie der Mobilfunkhöchstpreis anzugeben. Bei Telefax-Diensten ist zusätzlich die Zahl der zu übermittelnden Seiten anzugeben. Bei Datendiensten ist zusätzlich, soweit möglich, der Umfang der zu übermittelnden Daten anzugeben, wenn für die Höhe des Preises für den Endnutzer maßgeblich ist.

Die Bundesnetzagentur hat die Preise für die „Service-Dienste“ (0180-Nummern) festgesetzt. Diese Preise sind bei Verwendung einer solchen Nummer zu nennen. Anzugeben ist dabei der Brutto-Preis. In Verbindung mit der Preisangabenverordnung ist im Fernabsatz darüber hinaus darauf hinzuweisen, dass der Preis die Umsatzsteuer enthält (LG München I). Damit ergibt sich die folgende Preisübersicht bei 0180-Nummer (gemäß Verfügung Nr. 19/2009 vom 03.06.2009 (Amtsblatt Bundesnetzagentur 10/2009), Verfügung Nr. 26/2009 vom 29.07.2009 (Amtsblatt Bundesnetzagentur 14/2009) sowie Verfügung Nr. 49/2012 Amtsblatt 15/2012 vom 08.08.2012):

Nummern-teilbereich	Festnetzpreis ct/min	Festnetzpreis ct/Anruf	Mobilfunkhöchstpreis
0180 - 1	3,9	-	42 ct/min
0180 - 2	-	6	42 ct/min
0180 - 3	9	-	42 ct/min
0180 - 4	-	20	42 ct/min
0180 - 5	14	-	42 ct/min
0180 - 6		20	60 ct/Anruf
0180 - 7	30 sec frei, danach 14	-	30 sec frei; 42 ct/min

Der Kostenhinweis für eine 0180-5 Nummer lautet dementsprechend: **14 ct/min inkl. MwSt. aus dem deutschen Festnetz, Mobilfunkhöchstpreis: 42 ct/min inkl. MwSt.**

Eine **kostenpflichtige Hotline** darf neben der E-Mail-Adresse allerdings **nicht der einzige Weg der Kontaktaufnahmemöglichkeit** sein. Die Angabe einer solchen

Telefonnummer ist nur zulässig, wenn dem Verbraucher noch weitere Möglichkeiten, der schnellen elektronischen Kontaktaufnahme zur Verfügung stehen (EuGH).

Postfachanschrift genügt nicht

Die Angabe von Straße, Hausnummer, Postleitzahl und Ort ist unbedingt erforderlich, eine **Postfachadresse genügt nicht** (LG München I, LG Traunstein).

Kontaktformular genügt nicht

Das LG Essen entschied, dass auch ein **Kontaktformular anstelle der E-Mail-Adresse** im Impressum **nicht** den Pflichten des § 5 Abs. 1 Nr. 2 TMG **genügt**. Vielmehr müsse auch eine E-Mail-Adresse genannt werden. Dieser Auffassung schloss sich das KG Berlin an. Neben der E-Mail-Adresse muss auch eine Telefonnummer genannt werden.

Mail-to-Funktion genügt nicht

Auch der Hinweis im Impressum „Ich freue mich auf E-Mails“, welcher mit einer Mail-to-Funktion verlinkt war, genügt nicht den Anforderungen des § 5 TMG (OLG Naumburg). Hintergrund ist, dass nicht jeder Nutzer etwas mit dieser Mail-to-Funktion anfangen kann, da diese nur zum Tragen kommt, wenn ein E-Mail-Programm wie z. B. Outlook genutzt wird.

Nur E-Mail-Adresse reicht nicht

Gibt ein Unternehmer ausschließlich seine postalische Anschrift und seine E-Mail-Adresse im Impressum an, so ist dies ebenfalls nicht ausreichend, wie das LG Bamberg entschieden hat. Denn das Gesetz verpflichte den Unternehmer einen **weiteren Kommunikationsweg** zur Verfügung zu stellen, auf welchem **innerhalb von 60 Minuten auf Anfragen des Verbrauchers** geantwortet werden könne. Diese Pflicht ist erfüllt, wenn man die Telefonnummer (Pflichtinformation!) angibt.

Kein toter Briefkasten

Hinter der im Impressum angegebenen E-Mail-Adresse darf sich **kein sog. „toter Briefkasten“** verstecken (LG Berlin, LG Koblenz). Das bedeutet, dass bei Eintreffen einer Mail keine automatisierte Antwortmail versendet werden darf, die dem Anfragenden mitteilt, dass E-Mails nicht gelesen oder bearbeitet werden,

Nach höchstrichterlicher Rechtsprechung gibt es unter gewissen Voraussetzungen die Möglichkeit, die Auftragsbestätigung bei **falschen Preisauszeichnungen** wegen Irrtums anzufechten. Es ist aber zu beachten, dass es sich dabei nur um **Druck- oder Schreibfehler** oder **technisch bedingte Übermittlungsfehler** handeln darf. **Kalkulationsirrtümer** sind unbeachtlich. Bei einem „versehentlichen“ Vertragsschluss muss die **Anfechtung unverzüglich** erfolgen, d. h. sofort nach Bemerkung des Irrtums. Eine Anfechtung erst nach **drei Wochen** ist auf jeden Fall **zu spät** (LG Bonn). Die Anfechtung muss **klar erklärt** werden, d. h. Sie müssen Ihre Erklärung anfechten, **falsch** wäre es z. B., nur dem **Kunden Stornierung** der Bestellung anzubieten. Will der Kunde einen solchen Fehler aber unbillig ausnutzen, kann hier der Einwand des Rechtsmissbrauchs entgegenstehen (AG Dortmund).

5.5.5 Informieren Sie über die technischen Schritte des Vertragsschlusses

Sie müssen den Kunden über „die **einzelnen technischen Schritte**, die zu einem Vertragsschluss führen“ (Art. 246c Nr. 1 EGBGB) unterrichten. Hierzu müssen Sie in laiengerechter Sprache über die Schritte informieren, die zum Vertragsschluss führen. Dabei sind vor allem Angaben darüber erforderlich, durch welche Erklärung der Kunde eine vertragliche Bindung eingeht (also eine Bestellung abgibt) und durch welche Handlung von Ihnen (z.B. elektronische Bestätigung, Warenauslieferung) der Vertrag zustande kommen soll. Handelt es sich beim Angebot in Ihrem Shop nicht um ein verbindliches Vertragsangebot, sondern lediglich um eine invitatio ad offerendum, müssen Sie auch hierüber aufklären (OLG Hamm).

Achten Sie unbedingt darauf, dass keine Widersprüche zwischen den Informationen zum Vertragsschluss auf der Bestellseite, in den AGB und in der E-Mail-Bestätigung vorhanden sind.

M34 Informationen zum Vertragsschluss

Bitte geben Sie Ihre Daten ein. Die Pflichtangaben sind mit einem * gekennzeichnet. Hier erhalten Sie weitere Informationen zum Datenschutz <Link auf Datenschutzerklärung> Eine Registrierung ist nicht erforderlich. Ihre Daten werden verschlüsselt übertragen. Nach Eingabe Ihrer Daten und Auswahl der Zahlungsart gelangen Sie zur Bestellseite, auf der Sie Ihre Eingaben nochmals überprüfen können, bevor Sie Ihre Bestellung verbindlich absenden können.

Wenn Sie das gewünschte Produkt gefunden haben, können Sie dieses unverbindlich durch Anklicken des Buttons [in den Warenkorb] in den Warenkorb legen. Den Inhalt des Warenkorbs können Sie jederzeit durch Anklicken des But-

tons [Warenkorb] unverbindlich ansehen. Die Produkte können Sie jederzeit durch Anklicken des Buttons [Löschen] wieder aus dem Warenkorb entfernen. Wenn Sie die Produkte im Warenkorb kaufen wollen, klicken Sie den Button [zur Kasse].

Durch Anklicken des Buttons [Kaufen / zahlungspflichtig bestellen] geben Sie eine verbindliche Bestellung ab, welche wir durch Versand der Bestell-Bestätigungs-Mail annehmen.

ODER

Mit Klicken des Buttons [Kaufen / zahlungspflichtig bestellen] wird Ihre Bestellung verbindlich. Weitere Informationen zum Vertragsschluss erhalten Sie in unseren Allgemeinen Geschäftsbedingungen <Link auf AGB>.

ODER

Durch Anklicken des Buttons [Kaufen / zahlungspflichtig bestellen] geben Sie eine verbindliche Bestellung der oben aufgelisteten Waren ab. Die Auftragsbestätigung erhalten Sie per E-Mail unmittelbar nach dem Absenden der Bestellung. Damit ist der Kaufvertrag geschlossen.

IN AGB / KUNDENINFORMATIONEN

Die Darstellung der Produkte im Online-Shop stellt kein rechtlich bindendes Angebot, sondern einen unverbindlichen Online-Katalog dar. Durch Anklicken des Buttons [Kaufen / zahlungspflichtig bestellen] geben Sie eine verbindliche Bestellung der im Warenkorb enthaltenen Waren ab. Die Bestätigung des Zugangs Ihrer Bestellung erfolgt zusammen mit der Annahme der Bestellung unmittelbar nach dem Absenden durch automatisierte E-Mail. Mit dieser E-Mail-Bestätigung ist der Kaufvertrag zustande gekommen.

ODER

Die Darstellung der Produkte im Online-Shop stellt kein rechtlich bindendes Angebot, sondern einen unverbindlichen Online-Katalog dar. Durch Anklicken des Buttons [Kaufen / zahlungspflichtig bestellen] geben Sie eine verbindliche Bestellung der im Warenkorb enthaltenen Waren ab. Die Bestätigung des Zugangs der Bestellung erfolgt durch automatisierte E-Mail unmittelbar nach dem Absenden der Bestellung und stellt noch keine Vertragsannahme dar. Wir können Ihre Bestellung durch Versand einer separaten Auftragsbestätigung per E-Mail oder durch Auslieferung der Ware innerhalb von zwei Tagen annehmen.

ODER

Datenschutz

Mit Einstellung der Produkte in den Online-Shop geben wir ein verbindliches Angebot zum Vertragsschluss über diese Artikel ab. Der Vertrag kommt zustande, indem Sie durch Anklicken des Buttons [Kaufen / zahlungspflichtig bestellen] das Angebot über die im Warenkorb enthaltenen Waren annehmen. Unmittelbar nach dem Absenden der Bestellung erhalten Sie noch einmal eine Bestätigung per E-Mail.

6. Widerrufsrecht

Rechtsquellen: §§ 312d, 312f, 312g, 355ff. BGB, Art. 246a EGBGB

Kernstück der Verbraucherschutzgesetze für den Online-Handel ist neben den umfangreichen Informationspflichten das 14tägige **Widerrufsrecht** (§ 312g BGB). Information und Belehrung sind aus verschiedenen Gründen **sehr wichtig**.

- **Klare und verständliche Information** über das Widerrufsrecht (inkl. Bedingungen, Fristen und Verfahren für die Ausübung sowie das **Muster-Widerrufsformular**) auf der Website
- Information über das Widerrufsrecht **vor Abgabe der Bestellung** auf Bestellseite inkl. Verlinkung auf die ausführliche Belehrung
- Verwendung der aktuellen gesetzlichen Musterbelehrung (empfohlen)
- Widerrufsbelehrung **nicht als Grafik** und keine kleinen Scrollboxen verwenden
- Hinweis auf das Nichtbestehen bzw. Erlöschen
- Differenzierung zwischen einer Belehrung für die **Lieferung von Waren** und einer Belehrung für die **Erbringung von Dienstleistungen**
- **Keine Beschränkung des Widerrufsrechts** auf originalverpackte oder unbenutzte Ware und kein Ausschluss unfreier Rücksendungen
- Keine Abwälzung der **Transportgefahr** auf den Verbraucher

6.1 Verbraucherrechterichtlinie

Am 8. Oktober 2008 legte die EU-Kommission einen Vorschlag für eine Richtlinie über die Rechte der Verbraucher vor. Nach über drei Jahren der Diskussion und ständigen Änderungen am Richtlinientext wurde schließlich am 22. November 2011 im Amtsblatt der Union veröffentlicht. Mit dieser Richtlinie soll erstmals grenzüberschreitender Online-Handel in der EU möglich werden. Vereinheitlicht werden die Informationspflichten und das Widerrufsrecht im Fernabsatz.

Änderungen beim Widerrufsrecht zum **13. Juni 2014** im Überblick:

- Europaweit 14-tägige Widerrufsfrist und Musterbelehrung
- Kosten der Rücksendung trägt der Verbraucher

Wasser, Strom und Gas sind nicht vom Widerrufsrecht ausgenommen

Verträge über die Lieferung von Wasser, Gas oder Strom sind nicht vom Widerrufsrecht ausgenommen, allerdings erlischt das Widerrufsrecht zur Lieferung von Wasser, Gas und Strom wie bei Dienstleistungen.

Bahntickets und Eintrittskarten

Ausgeschlossen ist das Widerrufsrecht bei Geschäften wie der **Vermittlung von Eintrittskarten** (AG München) oder dem Verkauf von **Bahntickets** (OLG Frankfurt). Nach neuem Recht findet auf diese Verträge zwar Fernabsatzrecht Anwendung, ein Widerrufsrecht besteht allerdings nicht (§ 312g Abs. 2 Nr. 9 BGB).

Ausschluss des Widerrufsrechtes beim Verkauf von Cognac?

Das AG Potsdam und das LG Potsdam haben entschieden, dass Cognac, der bereits 80 Jahre alt ist, nicht unter die Ausnahme „**schnell verderblich**“ fällt. Das LG Potsdam entschied darüber hinaus, dass bei der Frage, ob eine Ware schnell verderblich ist, immer da-rauf ankommt, ob die Ware innerhalb der regelmäßigen **Widerrufsfrist von 14 Tagen** verderben würde, auch wenn sich die Frist wegen einer unterbliebenen oder fehlerhaften Widerrufsbelehrung verlängert.

Online-Kurse

Kurse, die online durchgeführt werden, fallen nicht unter die Ausnahme des § 312g Abs. 2 Nr. 9 BGB, wenn es an einer Verpflichtung zur Leistungserbringung zu einem bestimmten Zeitpunkt oder innerhalb eines genau angegebenen Zeitraums fehlt (OLG Hamm).

Lebende Bäume

Wurzelnackte lebende Bäume sind keine schnell verderblichen Waren im Sinne des § 312 g Abs. 2 Nr. 2 BGB (OLG Celle). Dies gilt auch, wenn der Verbraucher die Bäume nicht bestimmungsgemäß behandelt – also eingepflanzt – hat, so dass sie absterben.

Konfiguriertes Sofa

Ein Sofa, welches der Verbraucher zweifarbig gestalten und dabei aus jeweils 17 Farben auswählen und zusätzlich noch eine spiegelverkehrte Variante bestellen kann (mithin **578 Kombinationsvarianten**), erfüllt die Kriterien für eine Kundenspezifikation und ist daher vom Widerrufsrecht ausgenommen (LG Düssel-

dorf). Dies gilt aber nicht pauschal für jede Konfiguration. Vielmehr muss das vom Verbraucher konfigurierte Produkt auf seine **Individualität** geprüft werden. Erstellt sich der Kunde beispielsweise ein Sofa in der Hauptfarbe Weiß und der Nebenfarbe Schwarz fehlt es an einer solchen Individualisierung, da dieses Produkt ohne Probleme an andere Verbraucher abgegeben werden kann (AG Dortmund).

Goldbarren

Verträge zur Lieferung von Goldbarren unterliegen dann dem Widerrufsrecht, wenn der Unternehmer diese **über einen längeren Zeitraum zu einem festen Preis angeboten** hat, obwohl in der gleichen Zeit der Goldpreis erheblich schwankte. Ein solches Verhalten des Händlers mache deutlich, dass der gebildete Preis nicht von Schwankungen auf dem Finanzmarkt abhängt, weswegen er sich auch nicht auf diese Ausnahme berufen könne (AG Borken).

Komplettträder

Das Aufziehen ausgewählter **Reifen auf die Felgen** führt nicht zum Ausschluss des Widerrufsrechts wegen Kundenspezifikation (LG Hannover, AG Marienberg).

Medizinprodukte

Kauft ein Verbraucher ein Medizinprodukt in einem Online-Shop, für das auch nach einer Rücksendung eine wenn auch nur beschränkte **Wiederverkäuflichkeit** besteht, besteht für dieses Produkt ein Widerrufsrecht (AG Köln). In dem Fall ging es um einen Stent, der in die Nase eingeführt werden kann. Das Gericht entschied, dass dieses dem Widerrufsrecht unterliege, da auch Ärzte das Produkt nach einer Sterilisation wiederverwenden würden.

Abholung der Ware

Wird der Kaufvertrag online geschlossen, z.B. über eBay, die Ware dann aber im Zuge der Abwicklung des Vertrages in einem stationären Ladengeschäft des Händlers abgeholt, so steht dem Verbraucher dennoch ein Widerrufsrecht zu, da es sich um einen Fernabsatzvertrag handelt (AG Charlottenburg).

Erotikartikel

Erotikartikel, deren Verpackung geöffnet wurde, sind Waren, die aus Gründen des **Gesundheitsschutzes und der Hygiene** nicht zur Rücksendung geeignet sind, und sind deshalb vom Widerrufsrecht ausgeschlossen (OLG Hamm).

Toilettensitze

Toilettensitze sind **nicht aus Gründen der Hygiene oder des Gesundheitsschutzes von der Rückgabe ausgeschlossen**, sofern deren vorhandene Versiegelung nach der Lieferung vom Verbraucher entfernt wurde. Dies folge daraus, dass Toilettensitze mit einfachen Mitteln wieder gereinigt und desinfiziert werden können (LG Düsseldorf).

Matratzen

Aktuell ungeklärt ist die Frage, ob beim Kauf von Matratzen ein Widerrufsrecht besteht oder nicht. Das LG Berlin und das LG Mainz bejahten dies. Derzeit ist ein **Verfahren beim BGH** zu dieser Frage anhängig. Der BGH hat seine rechtlichen Fragen jedoch dem **EuGH vorgelegt**, sodass auf eine abschließende Antwort in der Sache noch gewartet werden muss.

Bei dem Hinweis auf Nichtbestehen des Widerrufsrechts ist auf Vollständigkeit zu achten. So hat das LG Hamburg entschieden, dass eine Klausel, wonach das Widerrufsrecht bei Lieferung von Audio- und Videoaufzeichnungen generell nicht bestehe, unzutreffend ist.

6.3.3 Erlöschen bei Dienstleistungen

Bei **Dienstleistungen** (z. B. Internetzugang, Mobilfunkverträge) **erlischt das Widerrufsrecht vorzeitig**, wenn der Unternehmer die Dienstleistung vollständig erbracht hat und mit der Ausführung erst begonnen hat, nachdem der Verbraucher dazu seine ausdrückliche Zustimmung gegeben hat und gleichzeitig seine Kenntnis davon bestätigt hat, dass er sein Widerrufsrecht bei vollständiger Vertragserfüllung durch den Unternehmer verliert (§ 356 Abs. 4 BGB). Das Widerrufsrecht bei Dienstleistungen erlischt also nicht vorzeitig, wenn der Händler den Verbraucher nicht über diese Rechtsfolge aufklärt. Außerdem ist der Händler für das **Vorliegen der ausdrücklichen Zustimmung** zum Beginn der Ausführung der Dienstleistung vor Ablauf der Widerrufsfrist darlegungs- und beweispflichtig (AG Hamburg-Wandsbeck). Ein solcher **Text zum Ankreuzen** ist ausreichend, damit das Widerrufsrecht erlischt, wenn der Unternehmer die Dienstleistung vollständig erbracht hat (AG Neumarkt).

M37 Bestätigung zum Erlöschen des Widerrufsrechtes bei Dienstleistungen

SIE DÜRFEN DIESEN PASSUS NUR AUFNEHMEN, WENN SIE AUCH DIENSTLEISTUNGEN ANBIETEN, BEI DENEN EIN VORZEITIGES ERLÖSCHEN IN FRAGE KOMMT.

Besondere Hinweise

[] Ich bin einverstanden und verlange ausdrücklich, dass Sie vor Ende der Widerrufsfrist mit der Ausführung der beauftragten Dienstleistung beginnen. Mir ist bekannt, dass ich bei vollständiger Vertragserfüllung durch Sie mein Widerrufsrecht verliere.

6.3.4 Erlöschen bei digitalen Inhalten

Bei Verträgen über die Lieferung von nicht auf einem körperlichen Datenträger befindlichen **digitalen Inhalten** (z. B. Download, E-Book, virtuelles Spielgeld) **erlischt das Widerrufsrecht vorzeitig**, wenn der Unternehmer mit der Ausführung des Vertrages begonnen hat, nachdem der Verbraucher ausdrücklich zugestimmt hat, dass der Unternehmer mit der Ausführung des Vertrages vor Ablauf der Widerrufsfrist beginnt und seine Kenntnis davon bestätigt hat, dass er durch seine Zustimmung mit Beginn der Ausführung des Vertrages sein Widerrufsrecht verliert. Diese Zustimmung darf nicht auf der Bestellseite erfolgen, sondern muss zeitlich nach dem Vertragsschluss erfolgen (LG Karlsruhe). Dies ist bisher eine Einzelmeinung und sollte eher kritisch gesehen werden. Nach unserer Auffassung ist auch das Einholen der Zustimmung mittels separater Checkbox auf der Bestellseite möglich.

M38 Bestätigung zum Erlöschen des Widerrufsrechtes bei digitalen Inhalten

SIE DÜRFEN DIESEN PASSUS NUR AUFNEHMEN, WENN SIE AUCH DIGITALE INHALTE ANBIETEN, DIE NICHT AUF EINEM KÖRPERLICHEN DATENTRÄGER GELIEFERT WERDEN, BEI DENEN EIN VORZEITIGES ERLÖSCHEN IN FRAGE KOMMT.

Besondere Hinweise

[] Ich stimme ausdrücklich zu, dass Sie vor Ablauf der Widerrufsfrist mit der Ausführung des Vertrages beginnen. Mir ist bekannt, dass ich durch diese Zustimmung mit Beginn der Ausführung des Vertrages mein Widerrufsrecht verliere.

IX Autoren

Prof. Dr. Thomas Hoeren



Von April 1996 bis Dezember 2011 Richter am OLG Düsseldorf. Seit April 1997 Universitätsprofessor an der Juristischen Fakultät der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. Seit 1998 Mitherausgeber der Zeitschrift "Multimedia und Recht". Seit Juni 2000: WIPO, Domain Name Panelist und Schiedsrichter für die Vergabe von .eu-Domains. 2004 Research Fellow am Oxford Internet Institut/Balliol College. Mitglied des Fachausschusses Kommunikation der deutschen UNESCO Kommission. Mitglied der Arbeitsgruppe "Neue Medien" der Hochschulrektorenkonferenz. Mitglied des Fachausschusses für Urheber- und Verlagsrecht der deutschen Vereinigung für gewerblichen Rechtsschutz. Forschungsschwerpunkte: EDV-Recht, Rechtsinformatik, Banken- und Versicherungsrecht, Wettbewerbs- und Kartellrecht, Internationales Wirtschaftsrecht. (www.uni-muenster.de/Jura.itm/hoeren)

Dr. Carsten Föhlich



Rechtsanwalt, Bereichsleiter Recht und Prokurist der Trusted Shops GmbH sowie Of Counsel der Kanzlei Wilde Beuger Solmecke. Seit mehr als sieben Jahren im E-Commerce-Recht tätig. Er ist u.a. Vorsitzender des Gutachterausschusses für Wettbewerbsfragen, Mitglied im DIHK-Rechtsausschuss und stv. Vorsitzender der Einigungsstelle für Wettbewerbsstreitigkeiten der IHK zu Köln. Autor u.a. von „Das Widerrufsrecht im Onlinehandel“, „Verbraucherschutz im Internet“ (Hdb. Multimedia-Recht), „Das neue Verbrauchervertragsrecht“, „Widerrufsrecht“ (Hdb. Verbraucherrecht) und „Verbraucherrechte“ (E-Commerce-Rechtshandbuch). Dr. Föhlich war Sachverständiger im Rechtsausschuss des Deutschen Bundestages zum Gesetz zur Verbesserung des Verbraucherschutzes bei besonderen Vertriebsformen („Button-Lösung“) 2012 und zum Gesetz zur Neuordnung der Vorschriften des Widerrufs- und Rückgaberechts 2009 und zur Harmonisierung des Online-Kaufrechts (2016). Er ist Lehrbeauftragter für IT-Recht der Universität Münster.

Dipl.-Wirtschaftsjurist Martin Rätze



Teamleiter Legal Experts der Trusted Shops GmbH. Diplom-Wirtschaftsjurist und seit Oktober 2008 Mitarbeiter in der Rechtsabteilung bei Trusted Shops. Er studierte Deutsches und Europäisches Wirtschaftsrecht an den Universitäten Siegen und Athen. Er ist Autor im www.shopbetreiber-blog.de und berichtet regelmäßig über die aktuelle Rechtsprechung zum E-Commerce und ist Verfasser der Leitsätze zum E-Commerce-Recht in der Zeitschrift Verbraucher und Recht (VuR) sowie Autor in der Digitalisierung

und Recht beim IWW. Martin Rätze ist Referent bei verschiedenen Industrie- und Handelskammern zum Thema "Online-Recht". Weitere Veröffentlichungen: Verbraucherschutz im E-Commerce in Handel im Netz (Hrsg. Solmecke, im Juli 2014); Abmahnkosten wegen falscher Impressumsangaben (MMR 2012, 240); Vorgaben zur Beschriftung des Bestell-Buttons im Online-Handel (VuR 2013, 474), Anforderungen an die Telefonnummer im Impressum (VuR 2014, 189), Anforderungen an die Angabe einer Telefonnummer im Impressum eines Online-Shops (VuR 2015, 25), Zur Beschriftung eines Bestell-Buttons im Online-Handel (VuR 2015, 26), Zum Ausschluss des Widerrufsrechtes wegen Kundenspezifikation (VuR 2015, 63), Mehrwertdienstenummer im Impressum (VuR 2016, 387), Wertersatz nach Widerruf im Online-Kauf (MMR 2017, 111).

eTrusted ist Europas Vertrauensmarke im E-Commerce.



Sie haben Fragen zu den Trusted Shops Vertrauenslösungen oder zu den Rechtsprodukten und der Rechtsberatung von Trusted Experts? Unser Team hilft Ihnen gerne weiter.

 +49 221 77536-7490

shop@trustedshops.com