

August 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



I Inhalt

Einführung.....	3
I Inhalt.....	4
II. Neuerungen dieser Auflage.....	11
III Die Checkliste für Online-Händler	14
IV Häufige Fehler und nicht bedachte Aspekte	16
V Grundlagen- wissen.....	22
1. Kundenkreis, Liefergebiet und Vertriebsform	23
1.1 Firmenkunden oder Privatkunden	23
1.1.1 Verkauf an Gewerbetreibende.....	23
M1 Begrenzung des Kundenkreises	24
1.1.2 Vermischungen vermeiden.....	24
1.1.3 Klare Trennung empfehlenswert.....	24
1.2 Deutschland, EU oder weltweit	26
1.2.1 Unerwünschte Auslandslieferungen vermeiden.....	26
M2 Begrenzung des Liefergebietes	28
1.2.2 Verbraucherrechterichtlinie	29
1.2.3 Vollharmonisierung	29
1.3 Dienstleistung, Vermittlung, Reisen	30
2. Rechtliche Texte	32
2.1 Informationen	32
2.2 Vereinbarungen.....	33
2.3 Einwilligungen.....	33
2.4 Hinweise im Bestellverlauf	35
2.5 Allgemeine Informationsseiten	35
M3 Links auf allen Seiten	36
2.5.1 Wann ist ein Link sprechend?	36
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	43
3.3.1	Uneingeschränkte Abgabe	43
3.3.2	Modifizierte Abgabe	44
3.3.3	Negative Feststellungsklage	44
3.3.4	Einstweilige Verfügung	44
3.4	Häufige Abmahngründe	44
3.5	Problematische AGB-Klauseln	46

VI Muster formulierungen49

1. Impressum50

1.1	Allgemeines	50
1.1.1	Angabe des Vertretungsberechtigten	51
1.1.2	Telefonnummer im Impressum	52
1.1.3	Handelsregister und USt-IdNr.	55
1.1.4	Verfahren für den Umgang mit Beschwerden	55
1.1.5	Alternative Streitbeilegung	56
1.1.6	Sind Disclaimer sinnvoll?	57
1.2	Impressum Einzelunternehmen	57
M4	Impressum Einzelunternehmen	57
1.3	Impressum eingetragener Einzelkaufmann	58
M5	Impressum e.K.	58
1.4	Impressum Apotheker (e.K.)	59
M6	Impressum Apotheker (e.K.)	59
1.5	Impressum GbR	60
M7	Impressum GbR	60
1.6	Impressum OHG	61
M8	Impressum OHG	61
1.7	Impressum KG	61
M9	Impressum KG	62
1.8	Impressum GmbH & Co KG	62
M10	Impressum GmbH & Co KG	62
1.9	Impressum GmbH	63

M11	Impressum GmbH	63
1.10	Impressum Unternehmergeellschaft.....	64
M12	Impressum UG (haftungsbeschränkt)	64
1.11	Impressum Aktiengesellschaft	65
M13	Impressum AG	65
1.12	Impressum englische Limited	66
M14	Impressum Ltd.	66
2.	Datenschutz.....	68
2.1	Allgemeines	68
2.1.1	Zweckbindungsgrundsatz	68
2.1.2	Datenvermeidung	69
M15	Pflichtangaben und freiwillige Angaben	69
2.1.3	Umfassende Dokumentationspflichten	70
2.1.4	Umfassende Information erforderlich	70
2.1.5	Einwilligung erforderlich	71
2.2	Datenerhebung	72
2.2.1	Registrierung.....	72
2.2.2	E-Mail-Werbung.....	72
M16	Erlaubnis zur E-Mail-Werbung	75
2.2.3	Bonitätsprüfung	75
M17	Einwilligung zur Bonitätsprüfung.....	76
2.3	Inhalte der Datenschutzerklärung	77
2.3.1	Bonitätsprüfung.....	78
2.3.2	Cookies	79
2.3.3	Web-Analyse-Tools	80
2.3.4	Rechtsfolgen bei Verstößen.....	82
2.4	Muster für die Datenschutzerklärung.....	82
2.4.1	Basis-Muster.....	82
M18	Basis Datenschutzerklärung mit Kundenregistrierung und Newsletter	83
2.4.2	Optionale Erweiterungen für die Datenschutzerklärung	85
M19	Verschlüsselung personenbezogener Daten.....	86
M20	Einsatz von Google (Universal) Analytics zur Webanalyse	86
M21	Hinweis auf die Durchführung von Bonitätsprüfungen	88
M22	Wiederholung von Einwilligungen in der Datenschutzerklärung..	88
3.	Warenangebot	90
3.1	Produktbeschreibung	91

3.1.1	Die wesentlichen Merkmale der Ware	91
M23	Wesentliche Merkmale der Ware	93
3.1.2	Testergebnisse und Siegel	93
3.1.3	Batterien	93
M24	Hinweis nach Batteriegesetz.....	94
3.1.4	Bücher.....	95
3.1.5	CE-Kennzeichnung	95
3.1.6	Elektrogeräte.....	96
3.1.7	Energiekennzeichnung	96
3.1.8	Jugendschutz	97
3.1.9	Kosmetikprodukte	98
3.1.10	Lebensmittel.....	99
3.1.11	Textilien	99
3.1.12	Motorenöle	100
3.1.13	Verpackungen.....	100
3.2	Preisangaben, Versandkosten und Zusatzkosten	100
3.2.1	Gesamtpreise angeben	100
3.2.2	Hinweis auf MwSt. und Versandkosten	101
M25	Preisangaben mit Hinweis zu MwSt. und Versandkosten	102
3.2.3	Optional versicherter Versand und Preisvergleiche.....	103
3.2.4	Angabe der Auslandsversandkosten	103
3.2.5	Werbung in Preissuchmaschinen	104
3.2.6	Bei befristeten Angeboten Dauer angeben	104
M26	Gültigkeitsdauer des Angebotes.....	104
3.2.7	Grundpreisangaben	104
3.2.8	Ab-Preise.....	105
3.3	Lieferinformationen	105
3.3.1	Begrenzung des Liefergebietes.....	105
M27	Lieferbeschränkungen	106
3.3.2	Angabe eines Liefertermins	106
M28	Angaben zu Lieferzeiten.....	107
4.	Zahlungsbedingungen.....	108
4.1	Hinweis auf Zahlungsarten im Warenkorb	108
4.2	Kosten der Zahlungsart.....	109
M29	Hinweis auf Nachnahmegebühr	109
4.3	Weitere Zahlungsbedingungen.....	110
M30	Zahlungsbedingungen und Zahlungsinformationen.....	110
5.	Bestellseite	111

M31	Musterbestellseite nach der Button-Lösung.....	112
5.1	Korrekturmöglichkeiten	114
5.2	Hinweis auf E-Mail-Werbung.....	115
M32	Hinweis auf E-Mail-Werbung.....	115
5.3	Widerrufsrecht	115
5.4	Einbeziehung von AGB	116
M33	Einbeziehung Allgemeiner Geschäftsbedingungen	116
5.5	Vertragsschluss	116
5.5.1	Verpflichtung zu Lieferung.....	116
5.5.2	Verschiedene Möglichkeiten, einen Vertrag zu schließen	117
5.5.3	Zahlungsaufforderung bedeutet Vertragsschluss	118
5.5.4	Preisirrtümer	118
5.5.5	Informieren Sie über die technischen Schritte des Vertragsschlusses.....	119
M34	Informationen zum Vertragsschluss	119
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	126
6.3.3	Erlöschen bei Dienstleistungen	133
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	134
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.....	137
M39	Gesetzliches Muster für die Widerrufsbelehrung	137
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	144
6.5.4	Angepasste Musterwiderrufsbelehrung für Abo-Verträge	145
M43	Widerrufsbelehrung für Abo-Verträge	145
6.5.5	Angepasste Muster-Widerrufsbelehrung für die Lieferung von Speditiousware	146
M44	Widerrufsbelehrung für die Lieferung von Speditious-Waren	147
6.5.6	Angepasste Musterwiderrufsbelehrung für Dienstleistungen	148
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	154
7.1	Informationspflichten im Fernabsatz und E-Commerce.....	154
7.1.1	Zeitpunkt der Informationserteilung.....	154
7.1.2	Inhalt der Informationspflichten im Fernabsatz und E-Commerce	156
7.1.3	Speicherung und Zugänglichkeit des Vertragstextes	156
M47	Speicherung und Zugänglichkeit des Vertragstextes	157
7.2	Gesetzliche Informationen ohne AGB.....	157
M48	Kundeninformationen.....	158
7.3	Einfache AGB mit Kundeninformationen	162
M49	Allgemeine Geschäftsbedingungen mit Kundeninformationen .	164
7.4	Erweiterte AGB mit Kundeninformationen	168
M50	Allgemeine Geschäftsbedingungen mit Kundeninformationen .	169
8.	E-Mail-Bestätigung	175
8.1	Zugangsbestätigung	175
M51	Zugangsbestätigung (keine Auftragsbestätigung)	175
8.2	Auftragsbestätigung mit Widerrufsbelehrung.....	177
M52	Auftragsbestätigung.....	178
8.3	Auftragsbestätigung mit AGB.....	180
M53	Auftragsbestätigung.....	180
8.3.1	Angaben auf Geschäftsbriefen.....	181

VII Nach der Bestellung	183
1. Preisirrtümer und Lieferschwierigkeiten.....	184
2. Transportverlust und Transportschäden	185
3. Ausübung des Widerrufsrechtes	186
4. Kaufpreiserstattung, Hin- und Rücksendekosten	186
5. Beschädigungen, fehlende Teile und Gebrauchsspuren	187
6. Gewährleistung: Rechte Ihrer Kunden	188
7. Kundenbewertungen	191
7.1 Bewertungsaufforderung per E-Mail	191
7.2 Löschung von Negativbewertungen?	192
VIII Wichtige Gesetze	195
IX Autoren.....	244
Prof. Dr. Thomas Hoeren.....	244
Dr. Carsten Föhlisch	244

III Die Checkliste für Online-Händler

Die folgenden Punkte sollten Sie in Bezug auf Ihren Shop allesamt erfüllen:

- ✓ **Anbieterkennzeichnung** (Impressum) vollständig (Vor- und Zuname, vollständige Anschrift, ggf. Handelsregisternummer und weitere Angaben)
- ✓ **Anbieterkennzeichnung** auf jeder Seite des Shops deutlich verlinkt
- ✓ **Datenschutzerklärung** vollständig (z.B. auch Hinweis auf Newsletter-Versand, Bonitätsprüfung, Cookies, Tracking etc.)
- ✓ **Datenschutzerklärung** auf jeder Seite des Shops deutlich verlinkt
- ✓ **Datenschutzrechtliche Einwilligungen** nachweisbar eingeholt („Double-Opt-In“) und protokolliert
- ✓ **Datensicherheit** gewährleistet (SSL-Verschlüsselung bei Übertragung von Zahlungsdaten)
- ✓ **Produktbeschreibung** vollständig (wesentliche Merkmale der Ware, weitere Kennzeichnungspflichten bei Textilien, Haushaltselektronik etc.)
- ✓ **Produktabbildungen** rechtlich einwandfrei (z.B. keine Verletzung von Urheberrechten durch Übernahme fremder Fotos ohne Genehmigung)
- ✓ **Preisangaben** vollständig und korrekt (z.B. Grundpreisangaben bei bestimmten Produkten, keine Gegenüberstellung mit veralteten UVP)
- ✓ **Versandkosten** und Zusatzkosten vollständig genannt (Versandkosten für alle belieferten Länder, für alle Produktgruppen und -gewichte, evtl. Nachnahmegebühren etc.)
- ✓ **Versandkosten** vor Einleitung des Bestellvorgangs deutlich verlinkt (z.B. Link neben dem Produktpreis auf der Produktdetailseite) oder explizit genannt (bei einheitlicher Pauschale)
- ✓ **Liefertermine** korrekt genannt (möglichst präzise Angaben auf der Produktseite)
- ✓ **Bestellvorgang** transparent ausgestaltet (Darstellung einzelner Schritte, Korrekturmöglichkeiten)

- ✓ **Button-Lösung** klare und verständliche Bestellzusammenfassung, hervorgehobene Pflichtinformationen und korrekte Button-Beschriftung
- ✓ **Zahlungsmöglichkeiten** und **Lieferbeschränkungen** vollständig vor Einleitung des Bestellprozesses genannt
- ✓ **Widerrufsbelehrung** korrekt (Verwendung des gesetzlichen Belehrungsmusters aus dem EG-BGB, keine eigenmächtigen Änderungen)
- ✓ **Widerrufsrecht** auf der Bestellseite deutlich verlinkt (z.B. Link namens „Widerrufsrecht“ oberhalb des Bestell-Buttons)
- ✓ **Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)** rechtlich korrekt (so wenig Klauseln wie möglich, keine ungeprüfte Übernahme aus fremden Shops)
- ✓ **Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)** wirksam einbezogen (z.B. Link auf AGB oberhalb des Bestell-Buttons, AGB-Dokument in HTML leicht lesbar)
- ✓ **Vertragsschluss** korrekt und transparent (Information des Kunden über die technischen Schritte zum Vertragsschluss, widerspruchsfreie Formulierungen in Shop und E-Mail-Bestätigung)
- ✓ **E-Mail-Bestätigung** unverzüglich nach Eingang der Bestellung verschickt (z.B. Auto-Mail)
- ✓ **E-Mail-Bestätigung** vollständig (Pflichtangaben u.a. Produktmerkmale, Preis, Versandkosten, Anbieterkennzeichnung, Widerrufsbelehrung)
- ✓ **Lieferung mit rechtlichen Informationen** auf einem dauerhaften Datenträger (z.B. vollständige AGB, Widerrufsbelehrung, Anbieterkennzeichnung)

IV Häufige Fehler und nicht bedachte Aspekte

Online-Händler sind mit einer Vielzahl schwer überschaubarer rechtlicher Anforderungen konfrontiert. Verstöße gegen gesetzliche Bestimmungen können negative Konsequenzen wie z. B. ein Bußgeld (§ 16 TMG), eine Abmahnung durch einen Konkurrenten, Verbände, Verbraucher- oder Wettbewerbszentralen (§§ 8, 12 Abs. 1 UWG) oder eine Verlängerung des Widerrufsrechtes auf maximal ein Jahr und 14 Tage (§ 356 Abs. 3 BGB) haben.

Im Zusammenhang mit der Prüfung von mehr als 20.000 Online-Shops fallen uns häufig typische rechtliche Fehler auf, die in der Vergangenheit bereits Gegenstand von Abmahnungen oder Gerichtsentscheidungen waren. Diese haben wir nachfolgend zusammen mit Links auf wichtige gesetzliche Bestimmungen für Sie zusammengestellt.

Durch die gewissenhafte Abarbeitung der nachfolgenden Punkte können unnötige Fehler vermieden und die Rechtssicherheit des Shops deutlich verbessert werden.

Anbieterkennzeichnung

§ 312d Abs. 1 BGB, Artikel 246a § 1 Abs. 1 EGBGB, § 5 TMG, § 55 RfStV, Art. 14 ODR-VO.

- Handelt der Unternehmer im Auftrag eines anderen, müssen die Anschrift und Identität des Unternehmers in dessen Auftrag er handelt, zusätzlich angegeben werden (§ 312d Abs. 1 BGB i.V.m. Art. 246a § 1 Abs. 1 Nr. 2 EGBGB).
- **Gewerbetreibende ohne Handelsregistereintrag** müssen im Geschäftsverkehr immer mit Vor- und Zunamen auftreten und dürfen nicht unter einem Fantasienamen firmieren. Auch die Bezeichnung „Firma“ oder „Geschäftsführer“ ist irreführend, da Vertragspartner des Kunden die natürliche Person ist (Irreführung über die Unternehmensgröße, §§ 3, 5 Abs. 1 Nr. 3 UWG).
- Bei der GbR ist der Name mindestens eines **vertretungsberechtigten Gesellschafters** aufzuführen.
- Im **Impressum** muss, sofern vorhanden, die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer genannt werden (§ 5 Abs. 1 Nr. 6 TMG). Die Steuernummer gehört hingegen nicht ins Impressum.

- Alle Online-Händler müssen auf ihrer Website einen Link auf die von der EU-Kommission bereitgestellte **OS-Plattform** einstellen.

Datenschutz und Datensicherheit

DSGVO, §§ 11 bis 15 TMG, § 7 Abs. 3 UWG.

- **Datenschutzhinweise sind keine AGB.** Der Kunde wird solche Hinweise nicht unter dieser Bezeichnung erwarten. Bitte fügen Sie deshalb einen ständig verfügbaren und aussagekräftigen Link namens „Datenschutz“ auf die Datenschutzerklärung in den Shop ein.
- Häufig findet sich in der **Datenschutzerklärung** der Hinweis, dass die Kundendaten ausschließlich zur Abwicklung des Kaufvertrages genutzt werden. Dies ist unzutreffend, wenn ein **Newsletter** abonniert werden kann. Denn dann wird die E-Mail-Adresse auch zu Marketing- und Werbezwecken genutzt. Dies muss in der Datenschutzerklärung zum Ausdruck kommen.
- Eine **Bonitätsprüfung** darf ohne Einwilligung nur bei berechtigtem Interesse durchgeführt werden, z.B. wenn Sie in Vorleistung treten. Dann muss hierüber in der Datenschutzerklärung informiert werden. Besteht kein berechtigtes Interesse (z.B. Lieferung gegen Vorkasse), ist eine ausdrückliche Einwilligung (Opt-In) des Kunden erforderlich.
- Die obligatorische Abfrage eines realen Namens bei Bestellung eines Newsletters verstößt gegen das Prinzip der **Datenvermeidung**. Die Namensangabe muss daher optional sein.
- Wollen Sie einen **Newsletter an Ihre Bestandskunden** versenden? Dieser darf zwar auch ohne Einwilligung verschickt werden, jedoch nur, wenn sehr strenge Anforderungen erfüllt werden (§ 7 Abs. 3 UWG). Wir empfehlen, stets eine aktive Einwilligung einzuholen.
- Bei der Nutzung seiner E-Mail-Adresse zu Werbezwecken (Newsletter-Abonnement) müssen Sie den Abonnenten schon vor Einholung seiner Einwilligung („Anmeldung“) auf die **Widerrufsmöglichkeit mit Wirkung für die Zukunft** („Abbestellen“) hinweisen.

Produktbeschreibung; Vertriebs- und Marketingbeschränkungen

- Verkaufen Sie Produkte wie Textilien, Lebensmittel, Heilmittel oder Elektrogeräte? Hier gelten **erweiterte Kennzeichnungspflichten**. Bitte lassen Sie sich anwaltlich bezüglich der Erfüllung aller einschlägigen Vorschriften der

Folgende Kriterien muss ein sprechender Link erfüllen:

1. Der Link ist als solcher **deutlich erkennbar**.
2. Der Link ist so **bezeichnet**, dass der Verbraucher sofort erkennt, was sich dahinter verbirgt.

Der Link ist dort **platziert**, wo der Verbraucher in typischerweise erwartet.

3. Rechtsverstöße und Abmahnungen

Mit dieser Checkliste können Sie Rechtsverstöße minimieren:

- Keine Verwendung **markenrechtlich** geschützter Begriffe (z. B. als Domainnamen)
- Kein unautorisierter Vertrieb von **Markenprodukten**
- Keine **ungenehmigte Verwendung** fremder Inhalte (Fotos, Produktbeschreibungen)
- Keine Verwendung **fremder Marken** in Meta-Tags oder AdWords
- Kein Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht durch **irreführende Werbung**, Behinderung von Wettbewerbern u. ä.
- Keine Verwendung **abmahnggefährdeter AGB-Klauseln** oder Formulierungen im Shop

3.1 Wettbewerbsrecht

Bei **unlauteren Wettbewerbshandlungen** wie gezielter Behinderung von Wettbewerbern, Vorsprung durch Rechtsbruch, unzumutbarer Belästigungen oder irreführender Werbung bestehen Beseitigungs- und Unterlassungsansprüche, Schadensersatzansprüche und auch Gewinnabschöpfungsansprüche (§§ 8-11 UWG). Die für den

Unterlassungsanspruch erforderliche Wiederholungsgefahr wird vermutet, wenn eine Rechtsverletzung begangen wurde.

Häufige Rechtsverstöße im Zusammenhang mit Online-Shops sind:

- fehlerhafte oder unvollständige Angaben im **Impressum** (nur Postfachadresse, keine E-Mail-Adresse)
- fehlerhafte oder unvollständige **Preisangaben** (Nettopreise im Endkundenvertrieb, keine Grundpreise bei Waren, die nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche angeboten werden, kein Hinweis auf MwSt. und Versandkosten)
- irreführende Angaben zur **Warenverfügbarkeit** (keine Information über Lieferzeiten, Angabe falscher Lieferzeiten)
- fehlerhafte oder unvollständige Informationen zum **Widerrufsrecht** (Hinweis nicht deutlich genug, unzulässige Einschränkungen, veraltete Belehrung)
- unzulässige Klauseln in Allgemeinen Geschäftsbedingungen

Häufige Verstöße im Zusammenhang mit Online-Shops, die aber auch im stationären Vertrieb auftauchen können, sind:

- Werbung mit **veraltetem UVP** (OLG Köln)
- Werbung mit **nicht existentem UVP** (OLG Frankfurt a.M., LG Bochum)
- Werbung mit **falschem UVP** (LG Bielefeld)
- Preisvergleich **ohne klare Bezugsgröße** (nur durchgestrichener Preis)
- Keine oder nicht korrekte **Angabe der Energieeffizienzklasse** nach den EU-Energiekennzeichnungsverordnungen (z. B. die bloße Angabe von „B“ ohne Angabe der kompletten Skala „A (besser) bis G (schlechter)“)
- Werbung mit **Testberichten** ohne Nennung der Fundstelle
- Werbung mit veralteten Testberichten

3.2 Was ist eine Abmahnung?

Die Abmahnung ist **grundsätzlich ein legitimes Mittel**, einen Unterlassungsanspruch wegen einer Rechtsverletzung außergerichtlich geltend zu machen. Sie soll

dem Rechtsverletzer die Möglichkeit geben, **zur Vermeidung eines Rechtsstreits** die Erklärung abzugeben, dass die beanstandete Handlung künftig unterlassen wird. Gibt er diese Erklärung ab, kann damit ein teures und aufwendiges Gerichtsverfahren gespart werden. Der Abgemahnte hat, sofern die Abmahnung berechtigt ist, dem Abmahner die Kosten der Abmahnung zu erstatten.

Die Abmahnung durch einen Mitbewerber oder Verband enthält

- den **Vorwurf eines Rechtsverstoßes**, d.h. eine genaue Schilderung des beanstandeten Verhaltens und eine rechtliche Bewertung,
- eine Aufforderung, das gerügte Verhalten künftig zu unterlassen und zur Ausräumung der Wiederholungsgefahr eine **Unterlassungserklärung mit Vertragsstrafeversprechen** abzugeben
- eine (meist sehr kurze) **Fristsetzung** unter Androhung einer gerichtlichen Durchsetzung des Anspruchs, falls die Frist erfolglos verstreicht

Mit der Abmahnung wird meist eine vorformulierte Unterlassungserklärung und eine Rechnung über die zu zahlenden Rechtsanwaltskosten verschickt. Auch **Abmahnungen per E-Mail oder telefonische Abmahnungen** sollten ernst genommen werden, weil eine bestimmte Form nicht vorgeschrieben ist. Eine per E-Mail verschickte Abmahnung gilt dann als zugegangen, wenn diese in der Firewall des Empfängers "hängen" bleibt und der Empfänger die E-Mail deswegen nicht gelesen hat (LG Hamburg). Aus Beweisgründen erfolgen Abmahnungen jedoch meistens per Post oder Fax.

Ein **Unterlassungsanspruch** kann auch ohne vorherige Abmahnung gerichtlich durchgesetzt werden. In diesem Fall riskiert der Abmahner allerdings, dass der Anspruch sofort anerkannt wird, so dass er die Kosten des Verfahrens tragen muss. Daher werden Unterlassungsansprüche regelmäßig zunächst im Wege der Abmahnung geltend gemacht. Verhilft die Abmahnung dem Konkurrenten nicht zu seinem Ziel, kann er seinen Anspruch im Wege der einstweiligen Verfügung oder im gerichtlichen **Hauptsacheverfahren** durchsetzen. Bei Internetangeboten und Bewerbungen deutschlandweit tätiger Unternehmen können solche Klagen bzw. Anträge bei jedem Gericht in Deutschland eingereicht werden, ohne dass ansonsten ein weiterer sachlicher Grund hierfür gegeben sein muss, so das OLG Hamm (sog. fliegender Gerichtsstand).

Im Regelfall ist der Abmahnung eine Unterlassungserklärung beigelegt. Dies ist allerdings nicht zwingend notwendig (LG Köln), der Abgemahnte kann auch zur

Eigen-Formulierung einer strafbewehrten Unterlassungserklärung aufgefordert werden. Die Unterlassungserklärung besteht regelmäßig aus folgenden Teilen:

- Die Unterlassungsverpflichtung, also eine Beschreibung der Handlungen, welche der Abgemahnte zukünftig unterlassen soll,
- Das Versprechen, im Falle eines Verstoßes gegen die zu unterlassende Handlung eine bestimmte Vertragsstrafe zu zahlen (Vertragsstrafeverpflichtung),
- Eine Aufforderung zur Erteilung von Auskünften üblicherweise zur Vorbereitung eines Schadensersatzanspruches,
- Eine Verpflichtung zum Schadensersatz, welcher üblicherweise noch nicht in der Höhe beziffert ist, da hierfür die Auskünfte des Abgemahnten nötig sind und
- Die Verpflichtung zur Zahlung der zu erstattenden Abmahnkosten einschließlich einer Frist, binnen derer diese zu zahlen sind

3.2.1 Wer darf abmahnen?

Abmahnungen aussprechen dürfen Mitbewerber, Wirtschafts- und Verbraucherverbände sowie die Industrie- und Handelskammern und die Handwerkskammern. **Wirtschaftsverbände** müssen auf Verlangen des Abgemahnten auch vorgerichtlich eine **relevante Anzahl von Mitgliedern**, die durch den Verstoß betroffen sind, schlüssig darlegen (OL Saarbrücken). Wird die Abmahnung von einem **Mitbewerber** ausgesprochen, stellt sich zunächst die Frage, ob ein Wettbewerbsverhältnis besteht. Dies ist auch der Fall zwischen regional tätigen Gewerbetreibenden und Internethändlern, da Internetangebote üblicherweise überall abrufbar sind, sodass bei gleichartigen Produkten eine Absatzkonkurrenz gegeben sei (OLG Jena). Ob die Produkte gleicher Qualität und somit eine echte Alternative sind, spielt für das Wettbewerbsverhältnis keine Rolle.

3.2.2 Kosten der Abmahnung

Die Kosten einer Abmahnung und des sich evtl. anschließenden Prozesses richten sich nach dem sog. Gegenstands- oder Streitwert. Dieser wird vom Gericht nach freiem Ermessen geschätzt und richtet sich nach der wirtschaftlichen Bedeutung des Verstoßes. Je nach Verstoß liegen die Gegenstandswerte heute zwischen 2.000,- und 20.000,- EUR. Während Verbände nur eine Pauschale in Höhe von ca. 200,- EUR geltend machen dürfen, ergibt sich der Kostenerstattungsanspruch von Wettbewerbern aus einer Gebührentabelle in Abhängigkeit dieser Gegenstandswert. Hier werden dann schnell einige hundert Euro an Anwaltskosten fällig. Die

E-Mail: vertrieb @ domain.de

vertreten durch die geschäftsführende Gesellschafterin:

DemoShop Verwaltungsgesellschaft mbH, AG Demostadt HRB 12345 (persönlich haftend)

diese vertreten durch die Geschäftsführer: Max Muster, Fritz Beispiel, Uli Unternehmer

Amtsgericht Demostadt, HRA 12345

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: DE123456789

Verbraucherstreitbeilegung

Die Europäische Kommission stellt eine Plattform zur Online-Streitbeilegung (OS) bereit, die Sie unter <http://ec.europa.eu/consumers/odr/> finden.

Zur Teilnahme an einem Streitbelegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle sind wir nicht verpflichtet und nicht bereit.

1.9 Impressum GmbH

Bei der GmbH handelt es sich um eine **juristische Person**, die Anbieterin der Leistung ist. Eine GmbH muss ihre Firma mit korrektem Rechtsformzusatz (beispielsweise „**Gesellschaft mbH**“ oder „**GmbH**“) im Impressum nennen. Außerdem sind zwingend die **Vor- und Zunamen der Geschäftsführer** zu nennen. Die Nennung eines Vertretungsberechtigten findet allerdings keine Grundlage im europäischen Gemeinschaftsrecht. Daher kann das Fehlen des Vertretungsberechtigten nicht immer abgemahnt werden. Es wird auch keine wesentliche Information vorenthalten (KG Berlin, OLG Düsseldorf).

M11 Impressum GmbH

DemoShop GmbH

Demostraße 1

12345 Demostadt

Telefon: +49 (0)221 12345

Telefax: +49 (0)221 67890

E-Mail: online-shop @ domain.de

Geschäftsführer: Max Muster

Amtsgericht Demostadt, HRB 12345

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: DE123456789

Verbraucherstreitbeilegung

Die Europäische Kommission stellt eine Plattform zur Online-Streitbeilegung (OS) bereit, die Sie unter <http://ec.europa.eu/consumers/odr/> finden.

Zur Teilnahme an einem Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle sind wir nicht verpflichtet und nicht bereit.

1.10 Impressum Unternehmergeellschaft

In § 5a GmbHG ist die Gründung einer sogenannten Unternehmergeellschaft vorgesehen. Wesentlicher Unterschied zur GmbH ist die Höhe des Stammkapitals. Die Unternehmergeellschaft (kurz: UG) kann mit weniger als 25.000,- EUR Stammkapital gegründet werden. Es handelt sich bei der UG um eine juristische Person, welche von einem oder mehreren Geschäftsführern vertreten wird. Die Unternehmergeellschaft muss im Impressum eindeutig gekennzeichnet werden. Der Firma muss zwingend der Zusatz „**UG (haftungsbeschränkt)**“ oder „**Unternehmergeellschaft (haftungsbeschränkt)**“ beigefügt werden. Außerdem sind – wie schon bei einer GmbH – zwingend die **Vor- und Zuname des/der Geschäftsführer** zu nennen.

M12 Impressum UG (haftungsbeschränkt)

DemoShop UG (haftungsbeschränkt)

Demostraße 1

12345 Demostadt

Telefon: +49 (0)221 12345

Telefax: +49 (0)221 67890

E-Mail: online-shop@domain.de

Geschäftsführer: Max Muster

Amtsgericht Demostadt, HRB 13245

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: DE123456798

Verbraucherstreitbeilegung

Die Europäische Kommission stellt eine Plattform zur Online-Streitbeilegung (OS) bereit, die Sie unter <http://ec.europa.eu/consumers/odr/> finden.

AGB sollten von **jeder Seite aus** durch einen Link mit der Bezeichnung „**AGB**“ erreichbar sein. Auf der **Bestellseite müssen sie verlinkt** werden. Idealerweise kann der Kunde die Kenntnisnahme der AGB mittels einer Checkbox bestätigen. Der **Hinweis auf die AGB** sowie eine **Verlinkung** auf sie über dem Bestellbutton genügt, um die **AGB in den Vertrag einzubeziehen** (BGH, AG Chemnitz).

AGB nicht zu lang, speicherbar und druckbar

AGB sollten immer **kurz und knapp** sein und nur zu den Punkten Regelungen treffen, die für Sie absolut notwendig sind. AGB müssen immer leicht **speicherbar** (z. B. PDF, HTML oder TXT, nicht nur Scrollbox, Javascript vermeiden) und **druckbar** sein (Seitenbreite beachten) und dem Kunden spätestens mit Lieferung in **Textform** (E-Mail oder Papier) zugeschickt werden.

Nicht ausreichend ist, dass die **AGB nur nach Vertragsschluss zugeschickt** werden und vorher nicht zur Kenntnis genommen werden konnten. In diesem Fall kommt zwar ein **Vertrag** zustande, aber **ohne Geltung der AGB**. Möglich ist eine **Zusammenfassung von Kundeninformationen und AGB** auf einer Seite. Diese Seite kann als „**AGB und Infos**“ oder nur „**AGB**“ verlinkt werden.

AGB müssen auf dauerhaftem Datenträger zur Verfügung gestellt werden

Wenn Sie Ihre AGB dem Kunden nicht vollständig per E-Mail zuschicken, **Schicken Sie die AGB in Papierform mit der Lieferung zu?** Der alleinige Hinweis auf die AGB per Link ist nicht ausreichend, weil dem Kunden gemäß § 312f Abs. 2 BGB eine Bestätigung des Vertrages, in der der **Vertragsinhalt** wiedergegeben ist, innerhalb einer angemessenen Frist, spätestens jedoch bei der **Lieferung der Ware** oder bevor mit der Ausführung der Dienstleistung begonnen wird, auf einem **dauerhaften Datenträger** zur Verfügung zu stellen ist. Diese Bestätigung muss nicht nur die AGB, sondern (zusätzlich) alle Informationen aus Art. 246a EGBGB enthalten.

OLG Hamburg bestätigt Klausel zur Bitte um Frankierung

Die Klausel „Bitte frankieren Sie das Paket ausreichend, um Strafporto zu vermeiden. Wir erstatten Ihnen den Portobetrag dann umgehend zurück.“ täuscht den Verbraucher nicht darüber, wer die Kosten für die Rücksendung der Ware zu tragen hat (OLG Hamburg).

M49 Allgemeine Geschäftsbedingungen mit Kundeninformationen

Allgemeine Geschäftsbedingungen (mit gesetzlichen Informationen)

1. Geltungsbereich

2. Vertragspartner

3. Angebot und Schritte zum Vertragsschluss

4. Widerrufsrecht

5. Preise und Versandkosten

6. Lieferung

7. Zahlung

8. Eigentumsvorbehalt

Weitere Informationen

Bestellvorgang

Vertragstext

Allgemeine Geschäftsbedingungen

(Die nachstehenden AGB enthalten zugleich gesetzliche Informationen zu Ihren Rechten nach den Vorschriften über Verträge im Fernabsatz und im elektronischen Geschäftsverkehr.)

1. Geltungsbereich

Für alle Lieferungen von DemoShop e.K. (nachfolgend: DemoShop) an Verbraucher (§ 13 BGB) gelten diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB).

Verbraucher ist jede natürliche Person, die ein Rechtsgeschäft zu einem Zwecke abschließt, der überwiegend weder ihrer gewerblichen noch ihrer selbstständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet werden kann.

2. Vertragspartner

Der Kaufvertrag kommt zustande mit der: DemoShop e.K., Inhaber: Max Muster Demostraße 1, 12345 Demostadt, Handelsregister: Amtsgericht Demostadt HRA 12345. Sie erreichen unseren Kundendienst für Fragen, Reklamationen und Beanstandungen werktags von [9:00 UHR] bis [18:00 UHR] unter der Telefonnummer [0221-12345] sowie per E-Mail unter [name @ domain.de].

DemoShop ist ein geprüfter Online-Shop und hat sich zur Einhaltung der Trusted Shops Anforderungen verpflichtet (abrufbar unter www.trustedshops.de). [Achtung: Verwenden Sie diese Formulierung erst nach der Freischaltung Ihres Siegels!]

3. Angebot und Schritte zum Vertragsschluss

andere als die **Mängelfreiheit** betreffende Anforderungen nicht erfüllt, die in der Erklärung oder einschlägigen Werbung beschrieben sind“ (§ 433 Abs. 1 BGB).

7. Kundenbewertungen

Gerade im Online-Handel nehmen Kundenbewertungen an Bedeutung zu. Ein potentieller Käufer kennt evtl. den Shop nicht und kann sich über Bewertungen, die andere Käufer vor ihm abgegeben haben, ein besseres Bild machen. Positive Bewertungen werden den Interessenten motivieren, auch im Shop zu bestellen, negative werden ihn eher von einer Bestellung abhalten. Aus Sicht des Online-Händlers ist es daher verständlich, dass er so viele wie mögliche positive und am besten gar keine negativen Bewertungen erhält.

7.1 Bewertungsaufforderung per E-Mail

Um so viele Bewertungen wie möglich zu erhalten, möchten die Händler ihre Kunden gerne zur Abgabe möglichst vieler Bewertungen bewegen. Hierzu werden oft E-Mails an den Kunden geschickt, in der er zur Bewertungsabgabe aufgefordert wird. Hierbei gilt aber, dass eine solche **Bewertungsaufforderung via E-Mail unzulässig** ist, sofern nicht eine ausdrückliche Einwilligung des Kunden vorliegt, denn eine solche E-Mail ist als **Werbung** einzustufen (KG Berlin, OLG Dresden, AG Hannover, AG Düsseldorf, LG Hannover). Auf die Ausnahme aus § 7 Abs. 3 UWG kann sich der Händler in diesem Fall **nicht** berufen. Daher sollte auf der Bestellbestätigungsseite (oder schon im Laufe des Bestellprozesses) die **ausdrückliche Einwilligung des Kunden eingeholt werden**. Das OLG Köln hat – für telefonische Kontaktaufnahme zwecks Kundenbewertung – entschieden, dass diese **nur mit ausdrücklicher Zustimmung** möglich ist. Da für Werbung via E-Mail und via Telefon gegenüber Verbrauchern die gleichen Zulässigkeitsvoraussetzungen gelten, sollten sich Händler nach der Rechtsprechung des OLG Köln richten.

Ist die **Aufforderung zur Bewertung** im rechtlich zulässigen Rahmen versandt worden, kommt es noch auf den Inhalt dieser an. Es ist wettbewerbswidrig für die Vergabe von Bewertungen Rabatte zu versprechen und bei der Anzeige der gesammelten Bewertungen nicht auf diese Sonderzahlungen hingewiesen wird (OLG Hamm).

7.2 Löschung von Negativbewertungen?

Gibt der Verbraucher aber einen negativen Kommentar oder eine **negative Bewertung** ab, stellt sich die Frage, ob der Händler einen **Anspruch auf Löschung** dieses Kommentars oder der Bewertung hat. Hierzu muss die abgegebene Bewertung zunächst in eine der folgenden Kategorien eingeordnet werden:

- Wahre Tatsachenbehauptung
- Unwahre Tatsachenbehauptung
- Meinungsäußerung
- Schmähkritik/Beleidigung

Die Grenzen zwischen diesen Kategorien ist oft fließend, eine eindeutige Zuordnung meist schwer. Die Rechtsprechung hat hier zum einen allgemeine Kriterien aufgestellt zum anderen aber bereits anhand zahlreicher Beispiele entschieden, welche Art von Äußerungen in welche Kategorie einzuordnen ist. Als Tatsachenbehauptungen werden wahrnehmbare oder feststellbare äußere oder innere Zustände oder Vorgänge bezeichnet, die in der Gegenwart oder Vergangenheit liegen. **Wahre Tatsachenbehauptungen** muss der Händler in einem Kommentar **akzeptieren**, gegen **unwahre Tatsachenbehauptungen** kann er sich – im Notfall auch gerichtlich – **wehren**. Behauptet der Kunde, die Lieferung erfolgte nicht in Originalverpackung und diese Behauptung stimmt nicht, hat der Händler einen **Anspruch auf Löschung** dieser Bewertung (AG München).

Die **Nachweispflicht** über die Unwahrheit einer Behauptung liegt beim Händler (OLG Celle, LG Düsseldorf, AG Peine). Gelingt ihm der Nachweis nicht, hat er keinen Anspruch auf Löschung des Kommentars. Bei der Bewertung der Wahrheit ist auf den **Zeitpunkt der Abgabe** der Bewertung abzustellen (LG Köln). Schreibt der Kunde also z. B. dass ein defekter Scheinwerfer geliefert wurde und liefert der Händler nach Abgabe der Bewertung noch einen intakten nach, hat er keinen Anspruch auf Löschung, da der Kommentar im Zeitpunkt der Abgabe korrekt war. Auch ein Anspruch auf eine „Erweiterung“ des Kommentars besteht nicht. Zahlt ein Online-Händler nach der Rücksendung der Ware im Rahmen des Widerrufsrechtes den Kaufpreis nicht zurück, muss er den Kommentar „Leider nicht gepasst, keine Rückerstattung bekommen! Schuhe weg. Geld weg ...!“ hinnehmen, da dies eine **wahre Tatsachenbehauptung** darstellt (LG Dresden). Gibt es eine Antwortfunktion, kann der Händler Nachlieferung selbst klarstellen.

VIII

Wichtige Gesetze

1. Bürgerliches Gesetzbuch (BGB) - Auszug

§ 13 Verbraucher

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

§ 14 Unternehmer

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

(2) Eine rechtsfähige Personengesellschaft ist eine Personengesellschaft, die mit der Fähigkeit ausgestattet ist, Rechte zu erwerben und Verbindlichkeiten einzugehen.

§ 119 Anfechtbarkeit wegen Irrtums

(1) Wer bei der Abgabe einer Willenserklärung über deren Inhalt im Irrtum war oder eine Erklärung dieses Inhalts überhaupt nicht abgeben wollte, kann die Erklärung anfechten, wenn anzunehmen ist, dass er sie bei Kenntnis der Sachlage und bei verständiger Würdigung des Falles nicht abgegeben haben würde.

(2) Als Irrtum über den Inhalt der Erklärung gilt auch der Irrtum über solche Eigenschaften der Person oder der Sache, die im Verkehr als wesentlich angesehen werden.

§ 120 Anfechtbarkeit wegen falscher Übermittlung

Eine Willenserklärung, welche durch die zur Übermittlung verwendete Person oder Einrichtung unrichtig übermittelt worden ist, kann unter der gleichen Voraussetzung angefochten werden wie nach § 119 eine irrtümlich abgegebene Willenserklärung.

§ 126b Textform

Ist durch Gesetz Textform vorgeschrieben, so muss eine lesbare Erklärung, in der die Person des Erklärenden genannt ist, auf einem dauerhaften Datenträger abgegeben werden. Ein dauerhafter Datenträger ist jedes Medium, das

1. es dem Empfänger ermöglicht, eine auf dem Datenträger befindliche, an ihn persönlich gerichtete Erklärung so aufzubewahren oder zu speichern,

dass sie ihm während eines für ihren Zweck angemessenen Zeitraums zugänglich ist, und
2. geeignet ist, die Erklärung unverändert wiederzugeben.

§ 145 Bindung an den Antrag

Wer einem anderen die Schließung eines Vertrags anträgt, ist an den Antrag gebunden, es sei denn, dass er die Gebundenheit ausgeschlossen hat.

§ 146 Erlöschen des Antrags

Der Antrag erlischt, wenn er dem Antragenden gegenüber abgelehnt oder wenn er nicht diesem gegenüber nach den §§ 147 bis 149 rechtzeitig angenommen wird.

§ 147 Annahmefrist

(1) Der einem Anwesenden gemachte Antrag kann nur sofort angenommen werden. Dies gilt auch von einem mittels Fernsprechers oder einer sonstigen technischen Einrichtung von Person zu Person gemachten Antrag.

(2) Der einem Abwesenden gemachte Antrag kann nur bis zu dem Zeitpunkt angenommen werden, in welchem der Antragende den Eingang der Antwort unter regelmäßigen Umständen erwarten darf.

§ 151 Annahme ohne Erklärung gegenüber dem Antragenden

Der Vertrag kommt durch die Annahme des Antrags zustande, ohne dass die Annahme dem Antragenden gegenüber erklärt zu werden braucht, wenn eine solche Erklärung nach der Verkehrssitte nicht zu erwarten ist oder der Antragende auf sie verzichtet hat. Der Zeitpunkt, in welchem der Antrag erlischt, bestimmt sich nach dem aus dem Antrag oder den Umständen zu entnehmenden Willen des Antragenden.

§ 270a Vereinbarungen über Entgelte für die Nutzung bargeldloser Zahlungsmittel

Eine Vereinbarung, durch die der Schuldner verpflichtet wird, ein Entgelt für die Nutzung einer SEPA-Basislastschrift, einer SEPA-Firmenlastschrift, einer SEPA-Überweisung oder einer Zahlungskarte zu entrichten, ist unwirksam. Satz 1 gilt für die Nutzung von Zahlungskarten nur bei Zahlungsvorgängen mit Verbrauchern, wenn auf diese Kapitel II der Verordnung (EU) 2015/751 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 29. April 2015 über Interbankenentgelte für kartengebundene Zahlungs-