



Abmahnungen im Online-Handel 2015

Wer sich wehrt, gewinnt!

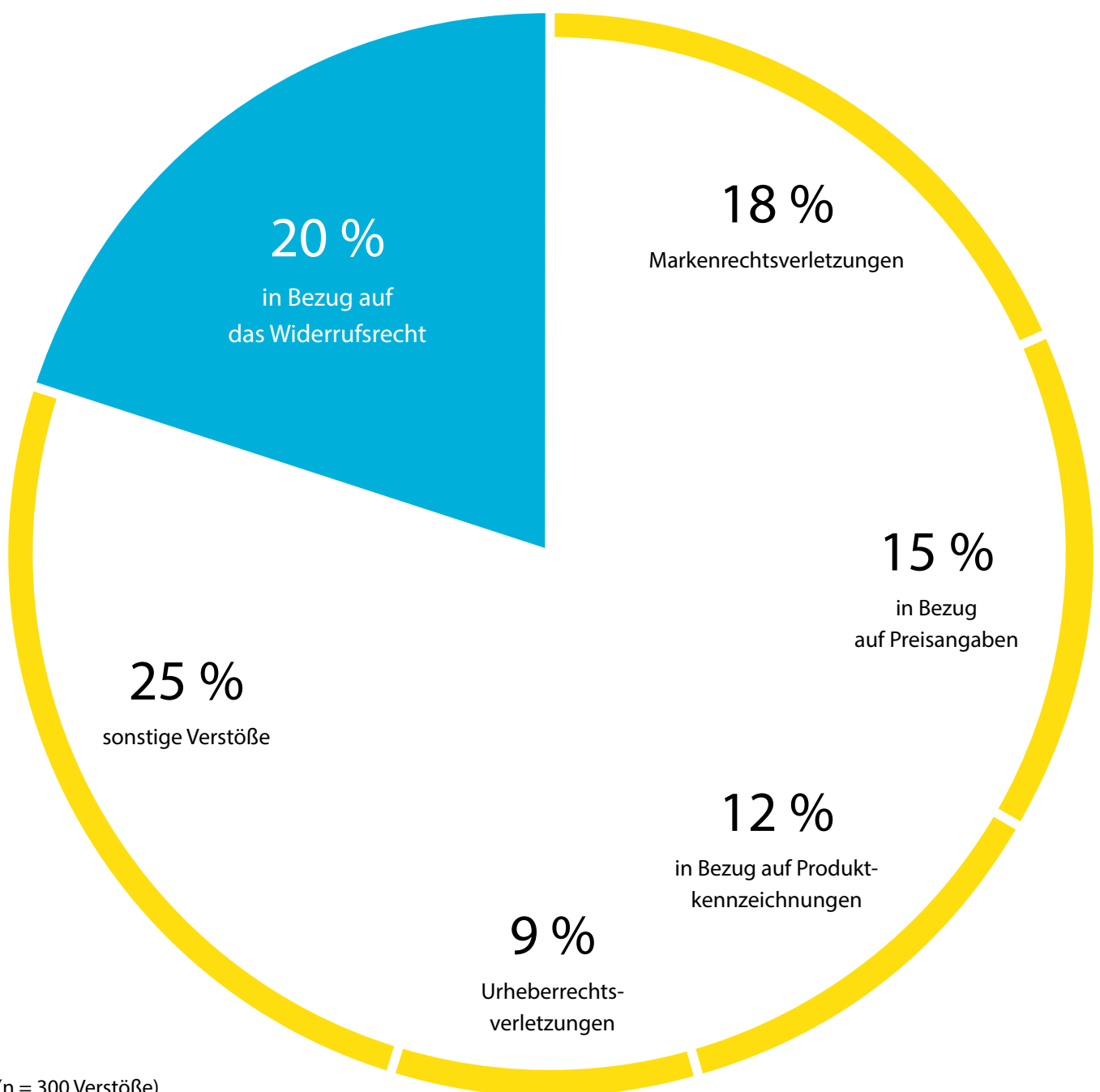
Inhaltsverzeichnis

Abmahnungen im Online-Handel 2015	3
- Die häufigsten Abmahngründe	4
- Widerrufsrecht bleibt größtes Problem	5
- Marken- und Urheberrechte werden oft missachtet	6
- Preisangaben sind schwierig umzusetzen	7
- Spezielle Kennzeichnungsvorschriften zu kompliziert	8
- Weitere Abmahnfallen bei Werbung und Shopaufbau	9
Abmahnung: Damoklesschwert des Online-Handels	10
- Existenzbedrohung durch Abmahnungen	11
- Kosten pro Abmahnung	12
Was tun gegen den Amahn-Wahn?	13
- Was muss Ihrer Meinung nach getan werden?	14
- Wer sich wehrt, gewinnt!	15
- Umgang mit Abmahnungen	16
Über den Autor	18
Über Trusted Shops	19

Abmahnungen im Online-Handel 2015

Trusted Shops GmbH führte 2015 eine Studie zum Thema Abmahnungen im Online-Handel durch. Die Ergebnisse der Umfrage, an der sich wieder zahlreiche Händler beteiligten, liegen nun vor. Insgesamt haben 1.007 Händler an der Studie teilgenommen, wovon insgesamt 207 Teilnehmer seit dem 13. Juni 2014 mindestens einmal abgemahnt wurden. Online-Händler konnten sich vom 13. Juni bis 10. Juli 2015 an der Studie beteiligen.

Die häufigsten Abmahngründe

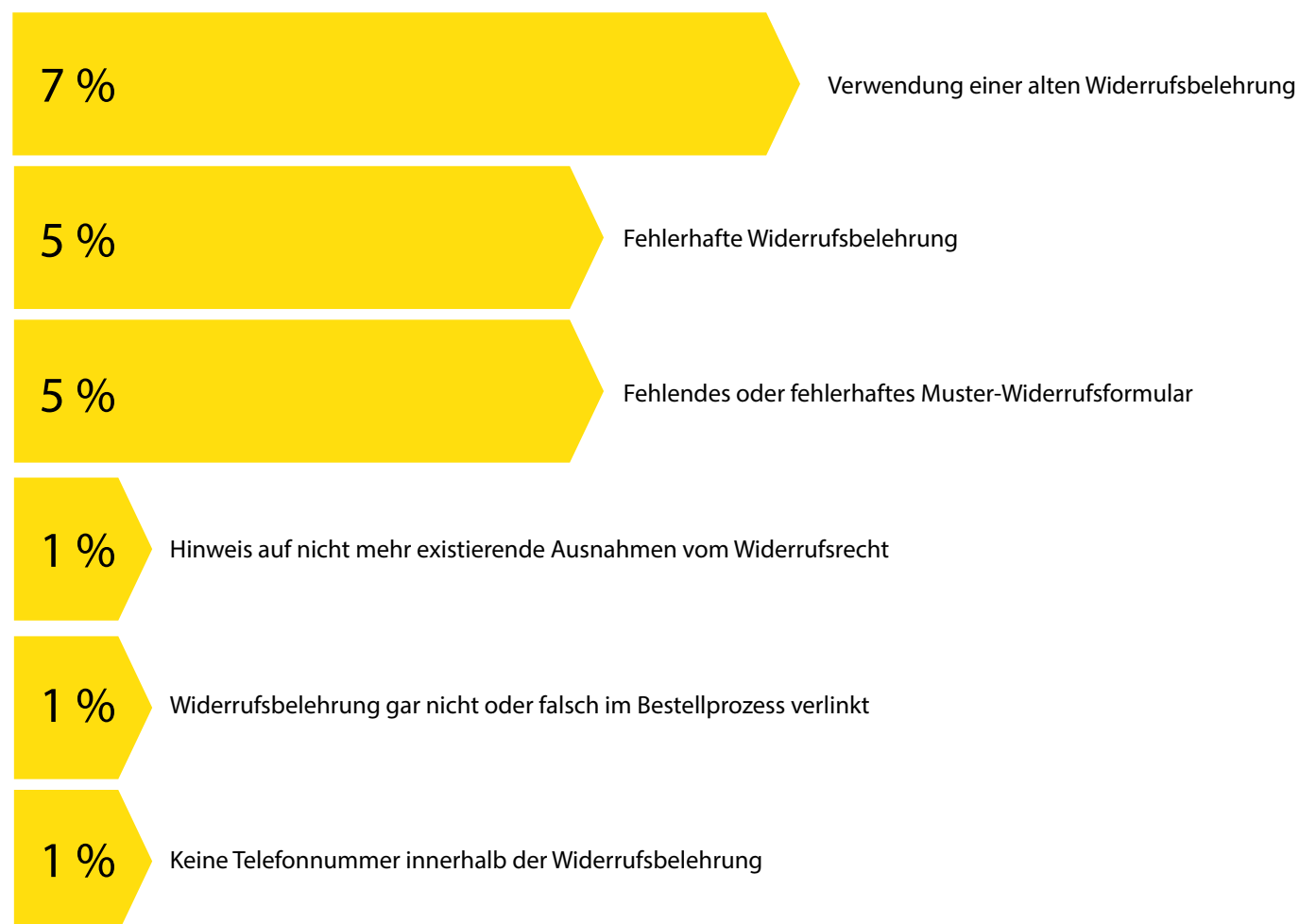


Widerrufsrecht bleibt größtes Problem

Bei den teilnehmenden Händlern wurden insgesamt 300 Verstöße abgemahnt. Bei 20 % der Abmahnungen waren Fehler in Bezug auf das Widerrufsrecht der Grund. Das zeigt, dass die korrekte Belehrung über das Widerrufsrecht trotz gesetzlichem Muster noch immer die größte Herausforderung ist.

Interessant ist auch folgendes Einzelergebnis: Keiner der teilnehmenden Händler wurde seit dem 13. Juni 2014 für sein „Rückgaberecht“ abgemahnt – die Händler haben also auf die Abschaffung des Rückgaberechts zum 13. Juni 2014 reagiert und räumen es ihren Kunden nicht mehr anstelle des Widerrufsrechtes ein.

Verstöße in Bezug auf das Widerrufsrecht

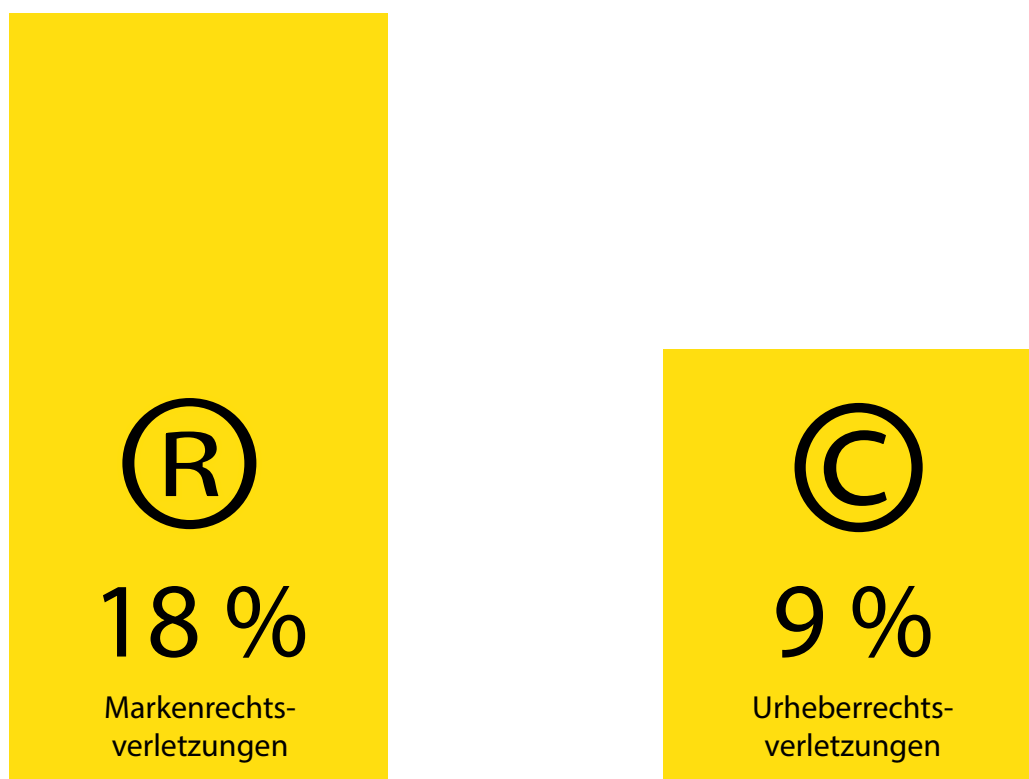


Marken- und Urheberrechte werden oft missachtet

Der zweithäufigste Grund für eine Abmahnung war die Verletzung von Markenrechten (18 %). Markenrechte können etwa dadurch verletzt werden, dass man einen geschützten Begriff zur Beschreibung seiner Produkte verwendet, obwohl man keine Zustimmung des Rechteinhabers dafür hat. Urheberrechtsverstöße landeten auf Platz 5 (9 %).

Eine Urheberrechtsverletzung ist beispielsweise dann gegeben, wenn man Produktfotos oder -beschreibungen ungefragt von anderen kopiert und dann im eigenen Shop einsetzt. Diese Ergebnisse weisen auf eine mangelnde Sensibilität in Bezug auf die Rechte Dritter hin.

Verstöße in Bezug auf das Marken- und Urheberrecht



Preisangaben sind schwierig umzusetzen

Am dritthäufigsten wurden Abmahnungen in Bezug auf falsche bzw. irreführende Preisangaben ausgesprochen (15 %). Innerhalb dieser Gruppe war die fehlende Angabe oder die falsche Platzierung von Grundpreisen der häufigste Grund. Grundpreise müssen immer dann angegeben werden, wenn Waren nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche in Fertigpackungen, offenen Packungen oder als Verkaufsein-

heiten ohne Umhüllung dem Verbraucher angeboten werden. Der Grundpreis ist dabei in unmittelbarer Nähe zum Gesamtpreis anzugeben. Der Grundpreis ist der Preis je Mengeneinheit einschließlich der Umsatzsteuer und sonstigen Preisbestandteile, also z. B. der Preis pro Liter bei Flüssigkeiten.

Verstöße in Bezug auf Preisangaben

Grundpreisangabe fehlt oder falsch platziert

Durchgestrichene Preise ohne Erklärung

Hinweis auf MwSt. und/oder Versandkosten nicht korrekt

Sonstige



Spezielle Kennzeichnungsvorschriften zu kompliziert

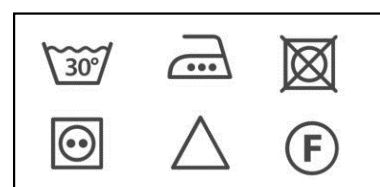
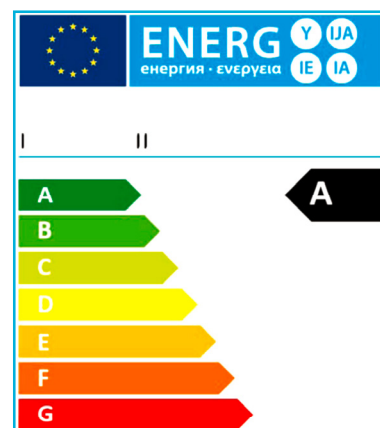
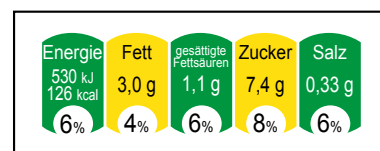
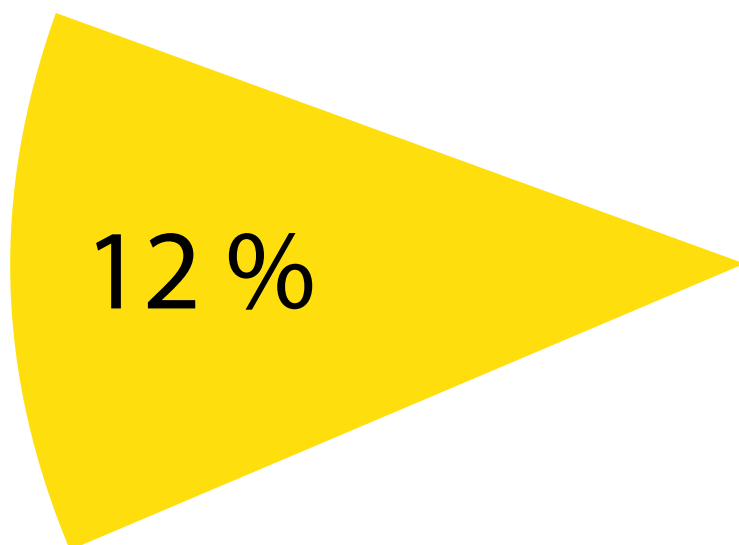
Auf Platz 4 der am häufigsten abgemahnten Verstöße in der Trusted Shops Studie landeten die Kennzeichnungsvorschriften für spezielle Produkte (Energiekennzeichnung, Textilkennzeichnung, Lebensmittelkennzeichnung). 12 % der Abmahnungen wurden wegen solcher Verstöße ausgesprochen.

Gemessen daran, dass alle Händler über das Widerrufsrecht belehren müssen, aber nur ein kleinerer Teil über derart spezielle Kennzeichnungen, wiegt dieser Anteil der branchenspezifischen Abmahnungen noch schwerer.

Oft wissen Händler nicht, dass ihre Produkte speziellen Kennzeichnungsvorschriften unterliegen. Die Zahl solcher Produkte, die von diesen speziellen Kennzeichnungsvorschriften erfasst werden, ist groß. Als Beispiele seien Kühlschränke, Fernseher, Staubsauger, Spielzeug oder Lebensmittel genannt.

Dazu kommt, dass die jeweiligen Angaben oft in sehr umfangreichen Verordnungen oder Gesetzen geregelt sind und für einen Händler nicht immer klar zu erkennen ist, welche Angaben sich konkret für ihn daraus ergeben.

Verstöße in Bezug auf Kennzeichnungsvorschriften

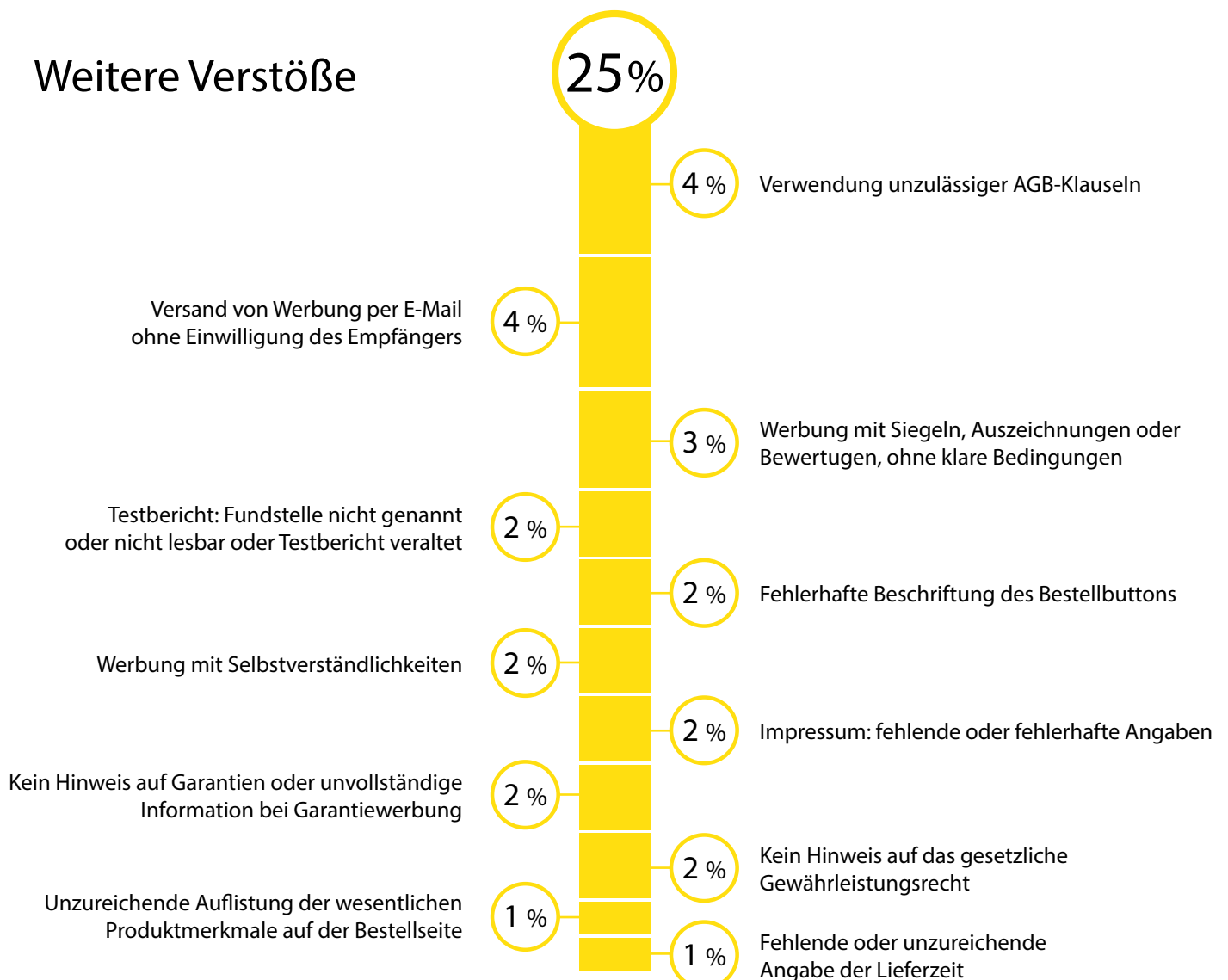


Weitere Abmahnfallen bei Werbung und Shopaufbau

Bei den sonstigen abgemahnten Verstößen waren die Verwendung unzulässiger AGB-Klauseln und E-Mail-Werbung ohne Einwilligung des Empfängers mit jeweils 4 % am häufigsten. Generell handelt es sich bei den meisten sonstigen Verstößen um solche, die geeignet sind, den Kunden irrezuführen oder zu benachteiligen und daher vom Gesetz als unlautere Geschäftspraktiken

angesehen werden. Gerade bei der Werbung mit Auszeichnungen (3 % der abgemahnten Verstöße) oder Testberichten (2 %) sollte darauf geachtet werden, dass diese für den Verbraucher transparent und nachvollziehbar sind. Geachtet werden sollte in diesem Zusammenhang auch auf Hinweise bezüglich Garantien und Gewährleistungen.

Weitere Verstöße



Abmahnung: Damoklesschwert des Online-Handels

Ein weiteres Ergebnis der Studie belegt die existenzbedrohende Wirkung von Abmahnungen. In der Studie wurde konkret danach gefragt, ob die Teilnehmer ihre wirtschaftliche Existenz durch Abmahnungen bedroht sehen. Rund 47 % der Studienteilnehmer bejaht diese Frage – sieht also die Existenz akut von Abmahnungen bedroht.

Weitere 37 % der Teilnehmer konnten dazu keine Angaben machen. In den zugehörigen Kommentaren fanden sich aber oft Einschätzungen wie „derzeit noch nicht“ oder „wenn das so weiter geht, dann bald schon“. Lediglich knapp 16 % sind der Meinung, dass Abmahnungen ihre Existenz nicht gefährden.

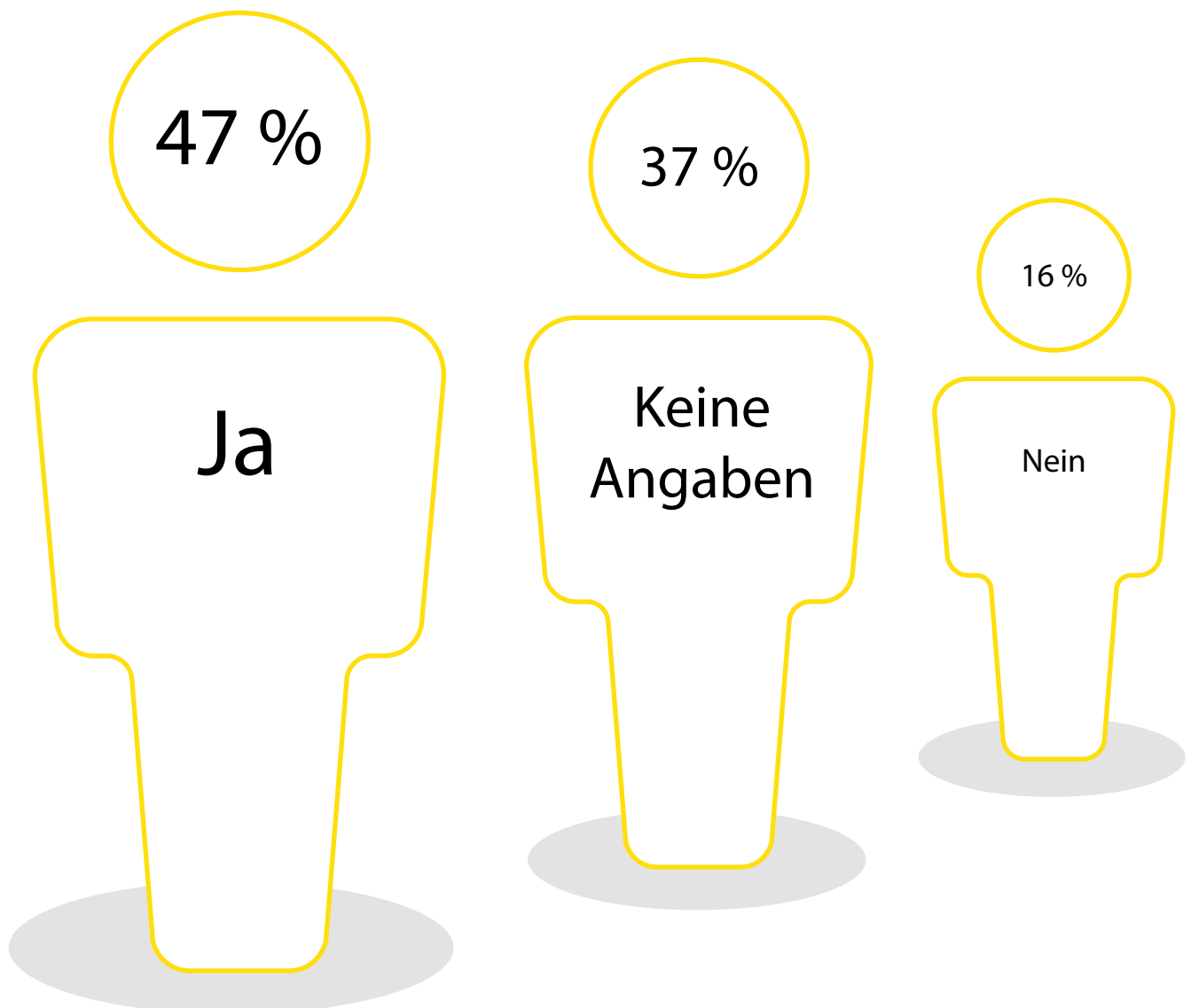
Aus den Kommentaren ging darüber hinaus auch hervor, dass einige Teilnehmer aufgrund erhaltener Abmahnungen den Online-Shop geschlossen haben und sich ausschließlich auf den stationären Handel konzentrieren.

Es kann nicht sein, dass ich ohne iT-Kanzlei keinen Shop-Online mehr betreiben kann.

Exemplarisch ausgewählter Kommentar eines Shopbetreibers.

Existenzbedrohung durch Abmahnungen

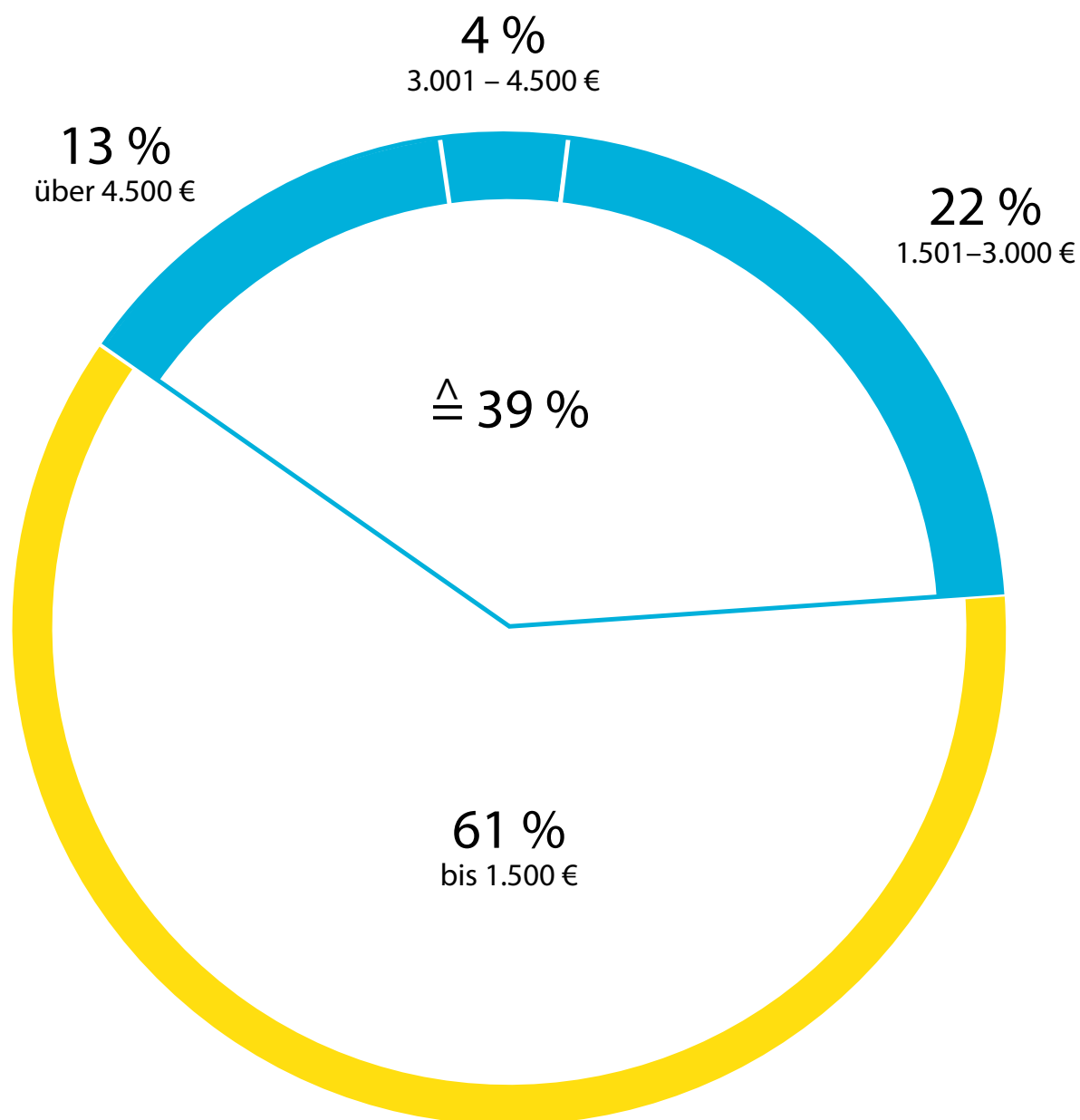
Die Aussagen der Studienteilnehmer lassen aufschrecken: Rund 47 % der Teilnehmer sehen Abmahnungen als eine akute Existenzbedrohung für ihr Unternehmen an.



Kosten pro Abmahnung

Die Zahlen über die Kosten, die bisher bei den Teilnehmern (pro Abmahnung!) angefallen sind, verdeutlichen die existenzbedrohende Wirkung von Abmahnungen noch mehr. Bei der Abfrage blieb der anfallende Arbeits- und Zeitaufwand unberücksichtigt, der z. B. durch die Prüfung

und Korrespondenz mit Anwälten anfällt. Knapp 40 % der Händler hatten pro Abmahnung mehr als 1.500 € Kosten. Das zeigt, dass Abmahnungen existenzgefährdend werden können. Häufig erhält ein Händler nicht nur eine, sondern mehrere Abmahnungen im Jahr.



Was tun gegen den Abmahn-Wahn?

Bei der Trusted Shops Studie zu Abmahnungen im Online-Handel konnten die Teilnehmer auch Vorschläge machen, mit welchen Maßnahmen der Abmahn-Wahn eingedämmt werden kann.

An erster Stelle: Knapp 16 % der Teilnehmer sprachen sich dafür aus, dass die Anwaltskosten limitiert werden müssen. Dagegen forderten nicht einmal ein Prozent der Teilnehmer, dass eine erste Abmahnung für den Abgemahnten völlig kostenfrei sein müsse. Hintergrund ist, dass der Abgemahnte im Falle einer berechtigten Abmahnung die Anwaltskosten zu tragen hat, die beim Abmahner angefallen sind.

Auf Platz 2 mit 14 % schaffte es die Forderung nach einfacheren Gesetzen, damit Händler überhaupt erkennen können, welche Pflichten einzuhalten sind. Dies bestätigt die schon oben geäußerte Vermutung, dass viele Händler mit den komplizierten Regelungen im Online-Handel überfordert sind. Die Tendenz in der Gesetzgebung lässt hier aber wenig Hoffnung keimen. In der Vergangenheit zeigte sich, dass sowohl der EU- wie auch der deutsche Gesetzgeber dazu neigen, Informationspflichten und Vorschriften gerade für Online-Händler weiter auszubauen und weiter

zu verkomplizieren. Hier ist der Gesetzgeber gefordert, die Stimmen aus der Wirtschaft ernst zu nehmen und Informationspflichten auf ihre Sinnhaftigkeit zu überprüfen und dann gegebenenfalls zu reduzieren.

Mit 13 % an dritter Stelle steht die Forderung, dass Mitbewerber nicht mehr abmahnen dürfen sollen, sondern nur noch staatliche Behörden oder zugelassene Verbände. Knapp 13 % der Händler wünschen sich auch die Bagatellgrenze in der alten Form zurück, damit kleinere Verstöße nicht sofort geahndet werden können. Die Bagatellgrenze wurde mit der Umsetzung der UGP-Richtlinie im deutschen Gesetz im Jahr 2008 faktisch abgeschafft. Da hier der europäische Gesetzgeber gefragt ist und auf europäischer Ebene der Leitgedanke herrscht, dass auch kleine Fehler verfolgt werden können, wird diese Forderung aber wohl keine Realität mehr werden.

Was muss Ihrer Meinung nach getan werden?

Fakt ist, es muss etwas getan werden, um den Abmahnwahn weiter einzudämmen. Hier ist die Politik gefordert. Die Angst und auch die reale Gefahr, eine Abmahnung zu erhalten, halten viele stationäre Händler davon ab, ihre Produkte und Dienstleistungen auch online anzubieten. Verständlicherweise verstehen viele Händler nicht, weshalb man in Deutschland einen Online-Shop eigentlich

nur betreiben kann, wenn man neben kaufmännischen Kenntnissen auch noch vertiefte juristische Kenntnisse aufweisen muss. Weniger und einfacher zu erfüllende Pflichten wären dabei sehr hilfreich, denn Online-Händler sollen sich auf das konzentrieren, was sie am besten können: Das Verkaufen.



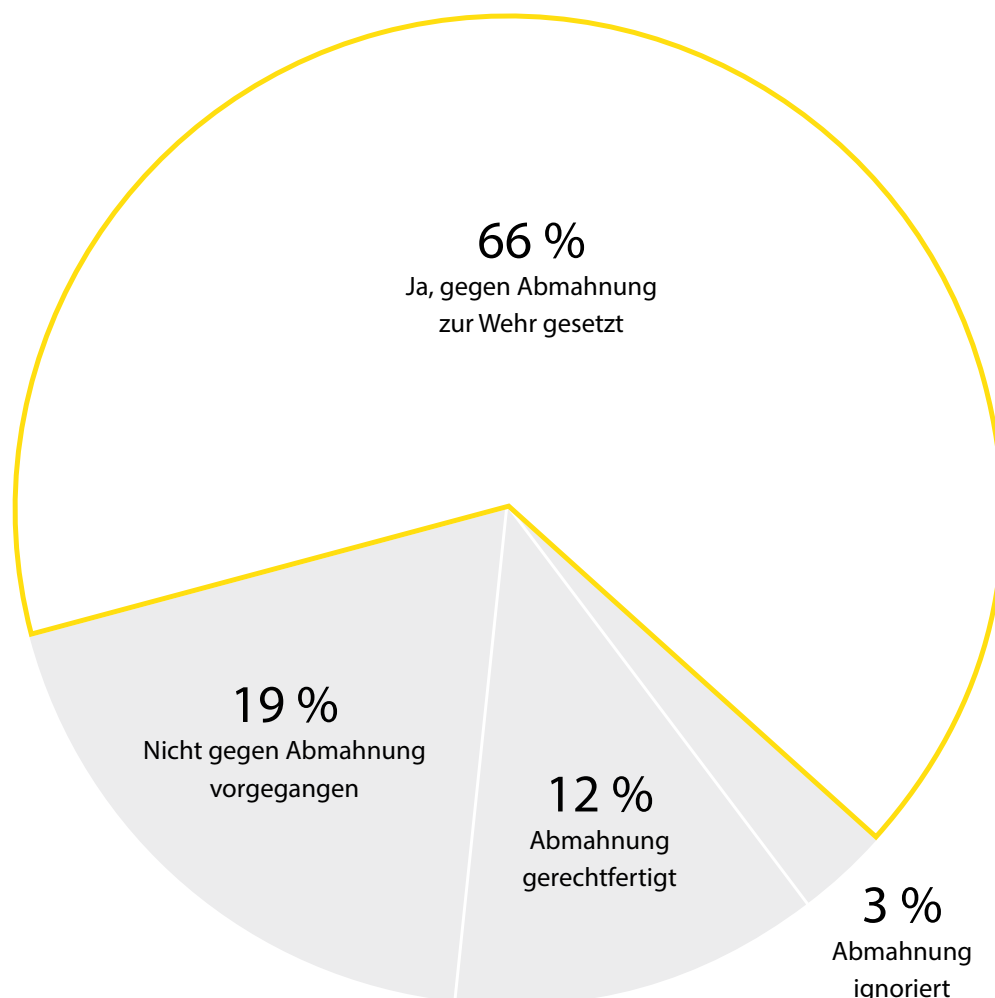
(Mehrfachnennungen möglich)

Wer sich wehrt, gewinnt!

Trusted Shops fragte die Teilnehmer der Studie „Haben Sie sich gegen die Abmahnung(en) zur Wehr gesetzt?“ Rund zwei Drittel der Teilnehmer beantworteten diese Frage mit „ja“. Das zeigt, dass abgemahnte Online-Händler nicht einfach aufgeben, wenn eine Abmahnung ins Haus kommt, sondern sich mit dem Thema beschäftigen und Widerstand

leisten. Dieser Weg mag mühsam sein und Zeit und auch Geld kosten, aber er lohnt sich oft. Lediglich 3 % der Teilnehmer gaben an, dass sie die Abmahnung einfach ignoriert hätten, 12 % hielten die Abmahnung für berechtigt und 19 % sind nicht gegen die Abmahnung vorgegangen, weil sie das Kostenrisiko scheuten.

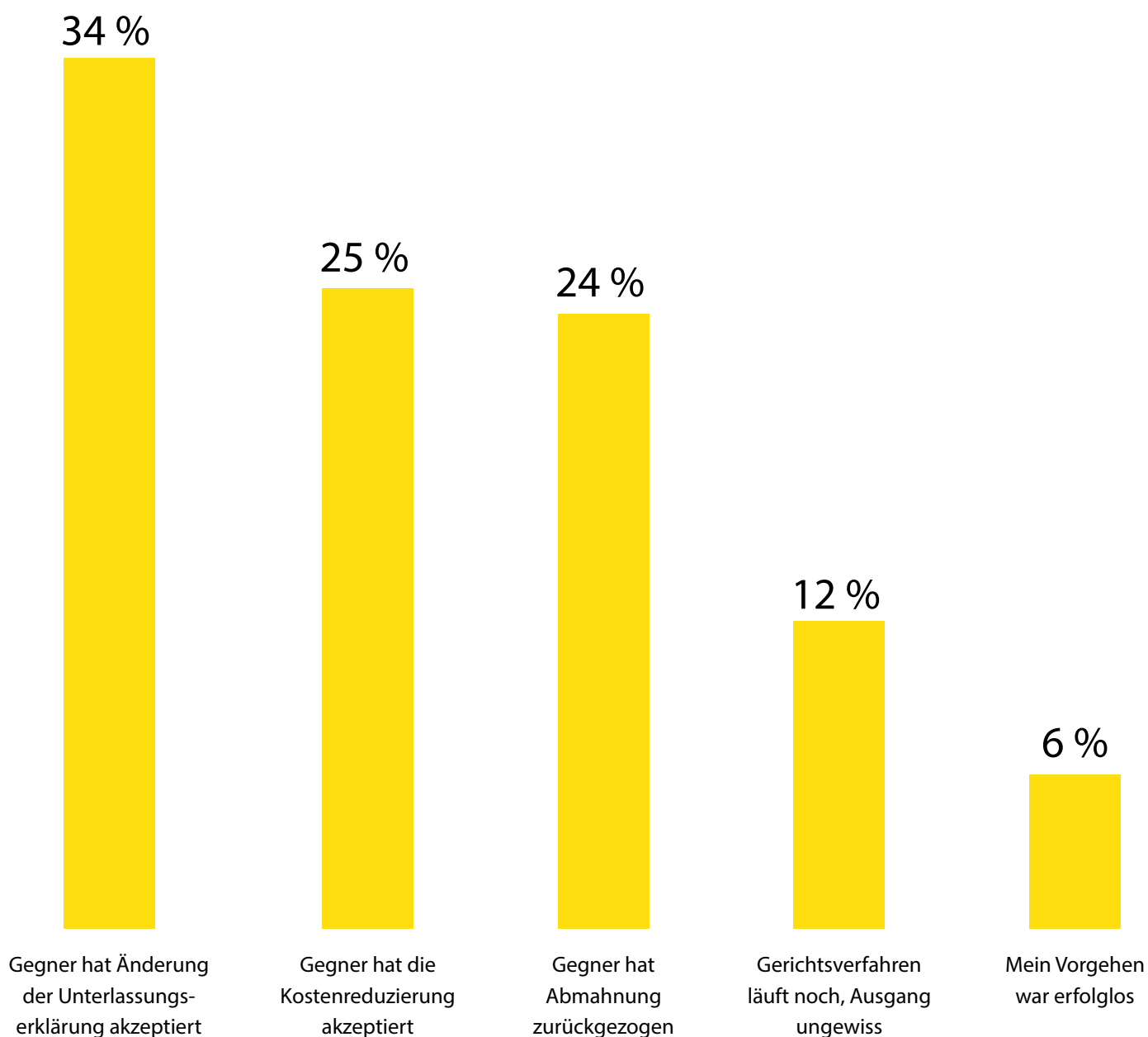
Umgang mit Abmahnungen



Umgang mit Abmahnungen

Von den Teilnehmern, die sich wehrten, wollte Trusted Shops auch wissen, ob dieses Vorgehen von Erfolg gekrönt war. In über 82 % der Fälle haben Händler sich erfolgreich zur Wehr gesetzt. Entweder war die Abmahnung damit ganz vom Tisch (24 %) oder es wurden zumindest die Kosten gesenkt (25 %).

Auch inhaltliche Veränderungen der Unterlassungserklärungen wurden in 34 % der Fälle akzeptiert. Lediglich 6 % der Teilnehmer gaben an, dass ihr Vorgehen erfolglos war. In den übrigen Fällen laufen noch Verfahren, sodass noch kein abschließendes Ergebnis mitgeteilt werden konnte.





Ergebnis: Ja!
Sich wehren lohnt sich.

Nutzen Sie jetzt unseren kostenlosen
Abmahncheck für Shops:

shop.trustedshops.com/kostenloser-abmahncheck



Über den Autor

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). 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).

Über Trusted Shops

Trusted Shops ist seit über 15 Jahren die bekannteste E-Commerce-Vertrauensmarke für Online-Händler und Online-Shopper. Das Siegel wird von Verbraucherschützern und staatlichen Stellen für sicheres Einkaufen im Internet, wie der Stiftung Warentest und dem Bundesjustizministerium, ausdrücklich empfohlen.

Mit dem Gütesiegel, dem Abmahnschutz und dem Kundenbewertungssystem stellt Trusted Shops den Online-Händlern ein „Rundum-sicher-Paket“ bereit: Sie erhalten Rechtssicherheit, steigern das Vertrauen in ihre Shops und erhöhen gleichzeitig ihren Umsatz. Online-Shopper profitieren von der Shop-Zertifizierung, da sie so automatisch die Geld-zurück-Garantie in Anspruch nehmen können. Mit dieser Garantie sind sie gegen den Verlust ihrer Kaufpreiszahlung im Fall der Nichtlieferung oder nach Rückgabe der Ware abgesichert – unabhängig von der Zahlungsart.

Trusted Shops sichert jährlich über 2 Millionen Transaktionen ab. Der Gesamtwert der abgesicherten Transaktionen beträgt seit Gründung des Unternehmens über 3,5 Milliarden Euro. Rund 250 Mitarbeiter von Trusted Shops sorgen dafür, dass das Einkaufen im Internet sicher ist – und das in ganz Europa. Rund 19.000 Online-Shops in den EU-Staaten sowie der Schweiz tragen bereits das Gütesiegel.



Kundenbewertung



SEHR GUT

4.97/5.00



Trusted Shops ist Europas Vertrauensmarke im E-Commerce.



Sie haben weitere Fragen zum Thema Abmahnschutz?
Das Trusted Shops Team hilft Ihnen gerne weiter.

 +49 221 77536-490

shop@trustedshops.com