

Info Direktvermarktung



Präsentation und Verkauf von landwirtschaftlichen Erzeugnissen und Dienstleistungen über das Internet

Wer landwirtschaftliche Erzeugnisse und Dienstleistungen im Internet präsentiert oder über das Internet verkauft, muss zahlreiche rechtliche Vorschriften beachten und diverse Informationen auf seiner Internetseite zur Verfügung stellen. Grundsätzlich gelten die allgemeinen Rechtsgrundlagen, wie z.B. das Bürgerliche Gesetzbuch (BGB), das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) und das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG). Daneben existieren für den digitalen Bereich Spezialregelungen, wie beispielsweise das Telemediengesetz (TMG).

1 Präsentation und Angebot

1.1 Impressum

Alle geschäftsmäßig betriebenen Internetseiten müssen nach § 5 Telemediengesetz (TMG) und § 55 Rundfunkstaatsvertrag (RStV) folgende Angaben enthalten:

- bei Einzelunternehmern: Vor- und Nachname (mind. ein Vorname ausgeschrieben); bei GbR Namen aller Gesellschafter
- Vollständige Firmierung mit Rechtsformzusatz (z.B. "e.K.", "OHG", "GmbH");
- bei GbR und Einzelunternehmern ohne Eintragung ins Handels- oder Genossenschaftsregister ggf. Branchen- (z.B. "Landwirtschaftliche Erzeugnisse") oder Unternehmensbezeichnung (z.B. "XY-Shop"). Zusatz "Fa." jedoch nur bei Registereintragung.
- Vollständige Anschrift (Postfach genügt nicht)
- Telefon- und ggf. Faxnummer, E-Mail-Adresse (zwingend)
- Namen der Personen, die befugt sind, für das Unternehmen rechtlich verbindlich zu handeln (z.B. vertretungsberechtigte Gesellschafter). Zusatz "Geschäftsführer" jedoch nur bei GmbH
- bei bestehender Eintragung ins Handels- oder Genossenschaftsregister: Angabe des Registers, der Registernummer und des Sitzes des zuständigen Registergerichts (§ 37a HGB, § 25a Genossenschaftsgesetz)
- bei Tätigkeiten, die einer behördlichen Zulassung bedürfen: Aufsichtsbehörde
- Umsatzsteuer-Identifikationsnummer gemäß § 27a Umsatzsteuergesetz (Steuernummer nur auf Rechnungen)

Die Angaben müssen auf der Webseite leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar sein. Um das zu gewährleisten, dürfen sie von jeder Seite des Internetauftrittes nicht mehr als zwei Klicks entfernt sein. Häufig wird hierzu eine gesonderte Seite bzw. Rubrik eingerichtet, auf die von jeder anderen Seite des Internetauftrittes verlinkt wird.

Die Seite mit den Pflichtangaben und die zu ihr führenden Links müssen in eindeutiger Weise benannt werden. Geeignet sind insbesondere die Bezeichnungen "Impressum" oder "Anbieterkennzeichnung". Weil die Angaben stets gut auffindbar und lesbar sein müssen, dürfen sie nicht in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB), der Datenschutzerklärung oder sonstigen Texten versteckt werden.

1.2 Domainrecht

1.2.1 Domainnamen

Betreiber eines Internetauftritts haben in der Regel Interesse an einer aussagekräftigen, einprägsamen Internetadresse („Domain“) für ihre Internetseite. Das sogenannte „Domain Name System“ (DNS) sorgt dafür, dass eine Domain (z.B. hoffrisch.de) oder auch mehrere Domains einer bestimmten IP-Adresse (mehrstellige Nummer, die einen Rechner eindeutig identifiziert) zugeordnet werden. Eine Domain kann über einen beliebigen Internetprovider, eine Registrierungsstelle für die gewünschte übergeordnete Domain (sog. Top-Level-Domain, z.B. „.de“) oder einen gewerblichen Wiederverkäufer von Domains registriert werden. Die DENIC eG (www.denic.de) ist die zentrale Registrierungsstelle für alle Domains unterhalb der Top-Level-Domain „.de“. Für die sog. generischen Top-Level-Domains wie z.B. „.com“, „.net“ oder „.info“ ist die ICANN (www.icann.org) zuständig. Bereits verwendete Domainnamen können vorab über einen sog. Whois-Dienst (z.B. unter www.denic.de/domains/whois-service/ oder auf den Websites der Internetprovider) abgeprüft werden. Das Führen einer Domain ist kostenpflichtig.

1.2.2 Marken- und Namensschutz von Domainnamen

In Deutschland existiert bislang kein gesetzlich verankertes Domainrecht, weshalb bei Rechtsstreitigkeiten über Internetadressen auf Rechtsgrundsätze des Markenschutzrechtes und des Namensrechtes zurückgegriffen wird. Der Domaininhaber ist u.a. dafür verantwortlich, dass die Registrierung und die beabsichtigte Nutzung einer Domain keine Rechte Dritter verletzt. Deshalb ist vor der Anmeldung eine umfassende und sorgfältige Recherche zur Ermittlung bereits bestehender Schutzrechte erforderlich.

Nicht zulässig / nicht empfehlenswert sind:

- Domainnamen, die mit einer geschützten Marke identisch sind
- Domainnamen, die einem bekannten Markennamen ähnlich und deshalb verwechslungsfähig sind, wie z.B. blaueSeiten.de
- Tippfehler-Domains, wie z.B. microsaft.de

Auch die Verwendung der eigenen Marke oder des eigenen Unternehmensnamens als Domain kann zu Überschneidungen führen. Hier entscheidet meist das sog. Prioritätsprinzip über die Zulässigkeit der Domainnutzung. D.h. der Domainname steht somit demjenigen zu, der ihn als Erster registriert hat. Ist allerdings einer der beiden Marken- bzw. Unternehmensnamen außerordentlich bekannt, so kann der andere unter Umständen verpflichtet sein, seinem Domainnamen einen klärenden Zusatz hinzuzufügen, so dass keine Verwechslungsgefahr mehr besteht.

Im Streitfall ist der Domaininhaber und nicht die Registrierungsstelle oder der Internet-Provider Ansprechpartner für alle, die sich durch einen Domainnamen in ihren Rechten verletzt sehen. Steht dem Anspruchsteller ein Recht an einer Domain zu, so kann er dies gegenüber dem aktuellen Domaininhaber geltend machen. Bei „.de“-Domains kann die Registrierungsstelle DENIC die Domain mit einem sog. Dispute-Eintrag versehen. Das hat zur Folge, dass der aktuelle Inhaber die Domain zwar weiterhin nutzen, jedoch nicht auf Dritte übertragen kann. Enden die Auseinandersetzungen zu Gunsten des Anspruchstellers und wird die streitgegenständliche Domain freigegeben, wird dieser neuer Domaininhaber. Näheres zum Dispute-Eintrag erfahren Sie unter www.denic.de/domains/dispute.

1.3 Urheberrecht

Dem Betreiber einer Internetseite können Urheberrechte an den einzelnen Gestaltungskomponenten seiner Internetseite und den Seiten als Gesamtwerk zustehen, sofern sie als dessen persönliche geistige Schöpfung anzusehen sind. Dies gilt für Fotos, Grafiken, Texte, Musik- und Videosequenzen, Computerprogramme etc. Ein Copyright-Vermerk an eigenen Werken ist für den Urheberrechtsschutz nicht erforderlich, aber empfehlenswert. Allein der Urheber hat das Recht, sein Werk nach Belieben zu veröffentlichen, zu vervielfältigen oder zu verbreiten und kann dessen Nutzung durch Dritte ausschließen.

Nutzungsrechte an den urheberrechtlich geschützten Werken anderer können käuflich erworben werden. Wenn der jeweilige Urheber bzw. Rechteinhaber nicht bekannt ist, kann beispielsweise bei einer Verwertungsgesellschaft (z.B. VG Wort, VG Bild-Kunst) nachgefragt werden.

1.4 Werbung im Internet

Rechtliche Grenzen der Werbung regelt vor allem das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG). Dieses Gesetz schützt Mitbewerber, Verbraucher und sonstige Marktteilnehmer indem es unlautere Geschäftspraktiken und unzumutbare Belästigungen verbietet.

1.4.1 Irreführende Werbung

Unlauter handelt insbesondere, wer eine irreführende geschäftliche Handlung vornimmt. Eine geschäftliche Handlung (z.B. eine Werbemaßnahme) ist irreführend, wenn sie unwahre oder sonstige zur Täuschung geeignete Aussagen (z.B. über Beschaffenheit, Verfügbarkeit, Vorteile und Risiken, Zusammensetzung, geographische oder betriebliche Herkunft) enthält. Auch das Verschweigen einer Tatsache kann als irreführend bewertet werden, wenn dadurch die Entscheidung der Kunden zum Vertragsabschluss beeinflusst werden kann.

1.4.2 Vergleichende Werbung

Vergleichende Werbung ist jede Werbung, die unmittelbar oder mittelbar einen Mitbewerber oder die von einem Mitbewerber angebotenen Waren oder Dienstleistungen erkennbar macht. Sie ist grundsätzlich erlaubt. Unlauter ist vergleichende Werbung jedoch dann, wenn der Vergleich den Mitbewerber in irgendeiner Weise verunglimpft oder herabsetzt. Der Vergleich darf auch nicht zur Verwechslungsgefahr zwischen dem Werbenden und einem Mitbewerber bzw. zwischen deren jeweiligen Waren und Dienstleistungen führen. Objektive, nachprüfbar Kriterien wie z.B. Preis und Gewicht dürfen sachlich verglichen werden, subjektive Merkmale wie Geschmack dagegen nicht.

1.4.3 Unzumutbare Belästigungen

Als unzumutbare Belästigung gilt insbesondere Werbung, wenn erkennbar ist, dass der angesprochene Marktteilnehmer diese Werbung nicht wünscht. Eine unzumutbare Belästigung ist deshalb stets anzunehmen bei Werbung unter Verwendung elektronischer Post, wenn keine vorherige ausdrückliche Einwilligung des Adressaten vorliegt.

Im Streitfall hat der Unternehmer das Vorliegen einer solchen Einwilligung nachzuweisen und sicherzustellen, dass es nicht zu fehlerhaften Zusendungen kommt, z.B. aufgrund einer unrichtigen Eingabe oder Speicherung von E-Mail-Adressen. Das sog. „Double-opt-in-Verfahren“ ist eine in der Rechtsprechung weitgehend anerkannte Methode, diesen Anforderungen gerecht zu werden: Gibt ein Interessent seine E-Mailadresse auf der Internetseite des Unternehmers ein und erteilt seine Zustimmung, Newsletter oder ähnliche Werbesendungen per E-Mail zu empfangen, sollte der Unternehmer eine Bestätigungs-E-Mail an die angegebene Adresse schicken und den Empfänger

auffordern, dessen Zustimmung zum Erhalt von elektronischer Werbung durch Anklicken eines Links zu bestätigen.

Ausnahmen vom Einwilligungserfordernis können in engen Grenzen bei Unternehmen bestehen, die im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung die E-Mail-Adresse des Kunden erhalten haben und diese weiter nutzen, um für eigene ähnliche Produkte zu werben. Von "ähnlichen" Produkten ist auszugehen, wenn sie dem gleichen Verwendungszweck oder Bedarf wie die vom Kunden bereits gekauften Produkte entsprechen (unter Umständen auch Zubehör oder Ergänzungswaren). Bei der Erhebung und bei jeder Verwendung der E-Mail-Adresse muss der Kunde außerdem klar und deutlich auf sein Recht hingewiesen werden, der weiteren Nutzung seiner E-Mail-Adresse jederzeit und ohne Mehrkosten widersprechen zu können. Nicht zulässig sind damit kostenpflichtige Rufnummern, "Bearbeitungsgebühren" und Ähnliches.

Verboten ist auch der Versand von Werbenachrichten, aus denen die Identität des Absenders nicht eindeutig hervorgeht oder die keine gültige Adresse enthalten, so dass der Empfänger keine Möglichkeit hat, das Einstellen der Werbung zu fordern.

1.5 Haftungsausschlüsse

Eine gängige Praxis unter Betreibern von Online-Shops und sonstigen Internetauftritten ist es, einzelne, vor allem haftungs- und urheberrechtliche Aspekte der Nutzung ihrer Internetseite in sog. "Disclaimern" (auch als "Haftungshinweise", "Rechtliche Hinweise" etc. bezeichnet) darzustellen. Diese Texte werden oft auf einer eigenen Seite des Internetauftritts bzw. in der Nähe des Impressums platziert. Vorschläge für die Formulierung von Disclaimern sowie Mustertexte findet man im Internet auf zahlreichen Seiten. Es ist jedoch zu beachten, dass solche Disclaimer in der Regel nur einen deklaratorischen oder klarstellenden Charakter haben und den Seitenbetreiber nicht von jeglicher Haftung im Zusammenhang mit seiner Internetseite freizeichnen können.

1.5.1 Inhalt des Online-Angebotes

Im Rahmen eines Disclaimers erfolgt üblicherweise ein Hinweis, dass die Haftung für fehlerhafte, unvollständige oder inaktuelle Informationen ausgeschlossen wird, außer es handelt sich um grob fahrlässiges oder vorsätzliches Handeln des Autors. Möglich ist an dieser Stelle auch ein Hinweis, wonach die Haftung für Schäden materieller und ideeller Art, die sich direkt oder indirekt aus der Nutzung oder Nichtnutzung der Website und der Verwendung der darin enthaltenen Inhalte ergeben können, ausgeschlossen wird.

1.5.2 Verweise und Links

Enthält ein Internetauftritt Verlinkungen auf Webseiten Dritter (externe Links), sollten Seitenbetreiber in ihrem Disclaimer außerdem darauf hinweisen, dass sie auf die Inhalte der verlinkten Webseiten keinen Einfluss haben und für diese auch keine Gewähr übernehmen. Seitenbetreiber sollten die externen Webseiten jedoch vor der Verlinkung auf mögliche rechtswidrige Inhalte überprüfen und in ihrem Disclaimer darauf hinweisen, dass im Zeitpunkt der Verlinkung keine entsprechenden Inhalte ersichtlich waren. Zusätzlich empfiehlt sich der Hinweis, dass bei Bekanntwerden einer Rechtsverletzung die betroffenen Links unverzüglich gelöscht werden.

Eine Pflicht des Seitenbetreibers, die von ihm verlinkten Seiten nachträglich regelmäßig auf rechtswidrige Inhalte zu überprüfen, wird in der Rechtsprechung zwar überwiegend abgelehnt, sie kann sich aber im Einzelfall ergeben, wenn der Verlinkende von einer Rechtsverletzung erfahren hat oder besondere Umstände vorliegen, die eine Überprüfung erfordern. Entsprechende Prüf- und Löschpflichten gelten grundsätzlich auch für alle Fremdeinträge in Gästebüchern, Diskussionsforen, Linkverzeichnissen, Mailinglisten und allen anderen Bestandteilen eines Internetauftritts, auf deren Inhalt externe Schreibzugriffe möglich sind. Da eine pauschale Distanzierung von den Inhal-

ten Dritter den Seitenbetreiber nicht von seiner Haftung befreit, empfiehlt es sich, alle externen Links und sonstigen Fremdinhalte in bestimmten Zeitabständen zu überprüfen.

1.5.3 Urheber- und Kennzeichenrecht

In der Regel sind alle Bestandteile einer Webseite urheberrechtlich geschützt (siehe oben Punkt 1.3). Es sollte deshalb klargestellt werden, an welchen Bestandteilen der Website Rechte des Seitenbetreibers oder Dritter bestehen und unter welchen Bedingungen eine Vervielfältigung oder Verwendung dieser Inhalte (oder von Teilen davon) gestattet wird. Des Weiteren sollte vermerkt werden, dass alle innerhalb des Internetangebots genannten und ggf. durch Dritte geschützten Marken- und Warenzeichen uneingeschränkt den Bestimmungen des jeweils gültigen Kennzeichenrechts und den Rechten der jeweils eingetragenen Inhaber unterliegen. Allein aufgrund der bloßen Nennung auf der Internetseite ist nicht der Schluss zu ziehen, dass Markenzeichen nicht durch Rechte Dritter geschützt sind.

1.6 Datenschutz

Werden auf oder mittels einer Internetseite personenbezogene Daten, d.h. Angaben über natürliche Personen (z.B. E-Mail-Adresse, Name, Anschrift) erhoben und verwendet, darf eine sog. Datenschutzerklärung nicht fehlen. Für die Platzierung dieses Textes auf der Internetseite gelten im Wesentlichen dieselben Vorgaben wie für das Impressum (siehe dazu 1.1). Formulierungsvorschläge und Mustertexte für Datenschutzerklärungen findet man auch im Internet.

In der Datenschutzerklärung ist über Art, Umfang und Zwecke der Datenerhebung und -verwendung sowie über eine etwaige Übermittlung in Nicht-EU-Staaten zu informieren. Ebenso ist in der Datenschutzerklärung auf den Einsatz von Social Media Plugins (z.B. „Like“-Button von Facebook) und sog. Webanalyse-Tools (z.B. Google Analytics) hinzuweisen. Ein rechtskonformer Einsatz solcher Anwendungen ist jedoch generell nur unter Beachtung strenger datenschutzrechtlicher Vorgaben möglich (Nähere Informationen erhalten Sie beim Landesbeauftragten für den Datenschutz Baden-Württemberg: www.baden-wuerttemberg.datenschutz.de). Auch über Daten, die bereits durch das Aufrufen der Webseite anfallen (z.B. sog. Server-Logfiles wie IP-Adresse, Datum und Uhrzeit des Aufrufs etc., die oft vom jeweiligen Webspace-Anbieter des Seitenbetreibers automatisch erhoben werden) sollte informiert werden.

Grundsätzlich ist der Seitenbetreiber verpflichtet, so wenig personenbezogene Daten wie möglich zu erheben und zu nutzen (Grundsatz der Datensparsamkeit). Sofern es dem Seitenbetreiber ausnahmsweise technisch möglich und zumutbar ist, sollte er die Nutzung seiner Seite sogar anonym oder unter Pseudonym ermöglichen und auf diese Möglichkeit hinweisen. In aller Regel ist es für die Bestellung und Zusendung von Waren jedoch erforderlich, Kundendaten wie Name, Adresse, E-Mail-Adresse usw. zu erheben. In der Datenschutzerklärung sollte deshalb darauf hingewiesen werden, dass die Daten nur für diesen Zweck verwendet und ausschließlich für die Dauer der Bearbeitung gespeichert werden.

Jede Verwendung und Weitergabe personenbezogener Daten, die über die Begründung, Durchführung oder Beendigung eines konkreten (Kauf-)Vertrags hinausgeht, bedarf dagegen grundsätzlich einer ausdrücklichen Einwilligung des Betroffenen. Dies gilt insbesondere für eine Verwendung zu Werbezwecken (siehe hierzu im Einzelnen 1.4.3) oder z.B. auch für eine Datenverarbeitung im Rahmen einer Registrierungsfunktion in Online-Shops. Auch die Verwendung von Cookies kann je nach Zweck und technischer Ausgestaltung neben entsprechenden Hinweispflichten eine Einwilligung des Kunden erfordern.

Eine wirksame Einwilligung setzt voraus, dass der Betroffene über den Zweck der Datenverarbeitung und ggf. die Folgen einer verweigerten Einwilligung informiert wurde. Die Einwilligung kann auch elektronisch erklärt werden, wenn der Seitenbetreiber sicherstellt, dass der Betroffene seine

Einwilligung bewusst und eindeutig erteilt, die Einwilligung protokolliert wird, der Betroffene den Einwilligungstext jederzeit abrufen und seine Einwilligung jederzeit für die Zukunft widerrufen kann. Auf das Widerrufsrecht ist vor Abgabe der Einwilligung hinzuweisen.

Betroffene können beim Seitenbetreiber jederzeit Auskunft darüber verlangen, welche Daten zu welchem Zweck über sie gespeichert sind und an wen diese Daten weitergegeben werden. Sie haben darüber hinaus ein Recht auf Berichtigung sowie unter Umständen auf Löschung der über sie gespeicherten Daten. Ein Hinweis auf diese Rechte sollte ebenfalls in die Datenschutzerklärung aufgenommen werden.

Grundsätzlich gilt: personenbezogene Daten, die für eigene Zwecke verarbeitet werden, sind zu löschen, sobald ihre Kenntnis für die Erfüllung des Zwecks der Speicherung nicht mehr erforderlich ist.

2 Internetgeschäfte

2.1 Rechtsgrundlagen

Ein wirksamer Vertrag kann auch über das Internet geschlossen werden. Es gelten die Vorschriften des BGB zum Kaufrecht, zu den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB), zu Fernabsatzverträgen und zum elektronischen Geschäftsverkehr.

Bei Verträgen zwischen Vertragspartnern aus unterschiedlichen Staaten muss zunächst geklärt werden, welches nationale Recht zur Anwendung kommt. Sofern Regelungen zur Rechtswahl getroffen wurden (z.B. in den AGB), gelten diese vorrangig. Gibt es keine Vereinbarungen zwischen den Vertragspartnern, dann gilt grundsätzlich das Recht des Staates, in dem das leistende Unternehmen seinen gewöhnlichen Aufenthalt hat. Verträge mit Verbrauchern unterliegen bei fehlender Vereinbarung über die Rechtswahl in der Regel dem Recht des Staates, in dem der Verbraucher seinen gewöhnlichen Aufenthalt hat. Wurden vertragliche Regelungen zum anwendbaren Recht getroffen, kann sich der Verbraucher gegenüber dem Unternehmer dennoch auf zwingende verbraucherschützende Vorschriften seines Heimatrechtes berufen, wenn diese für ihn günstiger sind, als das vereinbarte Recht.

2.2 Allgemeine Geschäftsbedingungen

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) sollten (müssen aber nicht) Bestandteil eines jeden Vertrags sein. Hier werden Regelungen über die Zahlungs- und Lieferbedingungen, über Gewährleistungsrechte, das Widerrufsrecht, den Gerichtsstand, das anwendbare Recht u.v.m. formuliert. Der Unternehmer hat hier (im Rahmen der Bestimmungen des BGB zur Zulässigkeit von AGB-Klauseln) die Möglichkeit, bestimmte Haftungsrisiken auszuschließen und den Vertrag nach seinen Bedürfnissen zu gestalten. Auch die zahlreichen Pflichtinformationen nach dem Fernabsatzrecht (siehe hierzu 2.4.1) können zu einem großen Teil in die AGB aufgenommen werden.

Bei Internetgeschäften mit Verbrauchern, muss den Verbrauchern die Möglichkeit gegeben werden, die AGB und alle sonstigen Vertragsbestimmungen bei Vertragsschluss abzurufen und in wiedergabefähiger Form zu speichern. Hierfür genügt es in der Regel, dass die AGB über einen auf der Bestellseite gut sichtbaren Link angezeigt, gespeichert und gegebenenfalls ausgedruckt werden können. Der Verbraucher muss aktiv seine Kenntnisnahme und Zustimmung zu den AGB bestätigen, bevor er seine Bestellung abschickt (z.B. durch das Anklicken eines entsprechenden Kontrollkästchens). Ferner sollten die AGB gut lesbar, verständlich und übersichtlich aufgebaut sein. Seitenlange Texte in Miniaturschrift sind für den Kunden nicht zumutbar und werden von den Gerichten oftmals nicht anerkannt.

2.3 Eigentumsvorbehalt

Es empfiehlt sich, in die AGB einen Hinweis zum Eigentumsvorbehalt aufzunehmen. Dieser kann zum Beispiel wie folgt formuliert werden: „Bis zur vollständigen Bezahlung bleibt die Ware Eigentum des Verkäufers.“ Auch auf Rechnungen oder Lieferscheinen sollte auf den Eigentumsvorbehalt hingewiesen werden.

2.4 Verbraucherverträge

Die §§ 312 ff. BGB enthalten wichtige allgemeine Regelungen für entgeltliche Verträge zwischen Unternehmen und Verbrauchern sowie Spezialvorschriften für Verträge im elektronischen Geschäftsverkehr und weitere Vertriebsformen. Ausnahmen von einzelnen Bestimmungen gelten gemäß § 312 Absatz 2 BGB u.a. für Verträge über die Lieferung von Lebensmitteln, Getränken oder sonstigen Haushaltsgegenständen des täglichen Bedarfs, die am Wohnsitz, am Aufenthaltsort oder am Arbeitsplatz eines Verbrauchers im Rahmen häufiger und regelmäßiger Fahrten geliefert werden (z.B. "Bio-Kiste"), sofern die Auslieferung nicht per Post erfolgt, sondern vom Anbieter selbst organisiert wird.

2.4.1 Informationspflichten

Unternehmer, die Ihre Produkte und Dienstleistungen über das Internet anbieten, sollten besonders auf die Einhaltung ihrer zahlreichen Informationspflichten gegenüber Verbrauchern achten:

So ist auf Internetseiten für den Internethandel mit Verbrauchern spätestens bei Beginn des Bestellvorgangs klar und deutlich anzugeben, ob Lieferbeschränkungen bestehen und welche Zahlungsmittel akzeptiert werden (§ 312j Absatz 1 BGB).

Vor Abgabe ihrer Bestellung müssen Verbraucher nach § 312d Absatz 1 in Verbindung mit Artikel 246a des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche (EGBGB) außerdem klar und verständlich u.a. über die wesentlichen Eigenschaften der Waren oder Dienstleistungen, die Identität des Unternehmers, den Gesamtpreis, anfallende Liefer- und Versandkosten, die Zahlungs- und Leistungsbedingungen, das Bestehen gesetzlicher Mängelhaftungsrechte sowie gegebenenfalls das Nichtbestehen oder das vorzeitige Erlöschen eines Widerrufsrechtes informiert werden. Weitere Informationspflichten im elektronischen Geschäftsverkehr mit Verbrauchern (u.a. über die einzelnen technischen Schritte, die zu einem Vertragsschluss führen und die zur Verfügung gestellten technischen Mittel zur Erkennung und Berichtigung von Eingabefehlern) enthält Artikel 246c des EGBGB.

Steht dem Verbraucher ein Widerrufsrecht zu (siehe dazu 2.4.3), muss die Information außerdem die Bedingungen, Fristen, das Verfahren und bestimmten Folgen der Ausübung sowie das Muster-Widerrufsformular in Anlage 2 zum EGBGB umfassen. Der Unternehmer kann diese Informationspflichten erfüllen, indem er den in Anlage 1 zum EGBGB vorgesehenen Mustertext verwendet.

Die wichtigsten Vertragsinformationen gemäß Artikel 246a § 1 Absatz 1 Nr. 1, 4, 5, 11 und 12 EGBGB (insbesondere der Gesamtpreis) sind den Verbrauchern unmittelbar vor Abgabe ihrer Bestellung (d.h. in direkter räumlicher Nähe zur Bestell-Schaltfläche) klar, verständlich und in hervorgehobener Weise zur Verfügung zu stellen.

2.4.2 Weitere Unternehmerpflichten

Im elektronischen Geschäftsverkehr mit Verbrauchern sind Unternehmer verpflichtet, den Verbrauchern angemessene technische Mittel zu Verfügung zu stellen, mit deren Hilfe sie Eingabefehler vor Absendung ihrer Bestellungen erkennen und berichtigen können.

Zu beachten ist ferner, dass über den Preis der Hauptleistung hinausgehende Aufschläge oder kostenpflichtige Zusatzleistungen bei Internetverträgen mit Verbrauchern nicht wirksam über eine Voreinstellung vereinbart werden können. Vielmehr bedarf es hierfür einer aktiven Bestätigung des Verbrauchers (z.B. durch Anklicken eines Kontrollkästchens).

Auch Vereinbarungen, nach denen Zusatzkosten für die Verwendung eines bestimmten Zahlungsmittels anfallen sollen, sind gegenüber Verbrauchern unwirksam, sofern das Entgelt über die Kosten hinausgeht, die dem Unternehmer selbst aufgrund der Nutzung dieses Zahlungsmittels entstehen oder wenn den Verbrauchern nicht mindestens eine weitere gängige und zumutbare Zahlungsmöglichkeit ohne Zusatzkosten angeboten wird.

Bei allen kostenpflichtigen Angeboten hat der Unternehmer die Bestellsituation auf seiner Website so zu gestalten, dass der Verbraucher mit seiner Bestellung ausdrücklich bestätigen muss, dass er sich zu einer Zahlung verpflichtet. Ist für das Absenden der Bestellung das Anklicken / Aktivieren einer Schaltfläche (eines „Buttons“) erforderlich, muss diese Schaltfläche gut lesbar lediglich mit den Wörtern „zahlungspflichtig bestellen“, „kaufen“ oder einer sonstigen eindeutigen Formulierung beschriftet sein. Fehlt eine korrekte Beschriftung, kommt trotz Bestellung kein wirksamer Vertrag mit dem Verbraucher zustande.

Der Zugang einer Bestellung im Internethandel ist gegenüber dem Verbraucher unverzüglich auf elektronischem Wege, d.h. in der Regel per E-Mail, zu bestätigen. Darüber hinaus sind Unternehmer bei allen Fernabsatzgeschäften verpflichtet, dem Verbraucher spätestens bei der Lieferung der Ware bzw. vor Beginn der Ausführung der bestellten Dienstleistung eine Vertragsbestätigung auf einem dauerhaften Datenträger (z.B. per E-Mail, Fax, SMS oder Brief), zukommen zu lassen, in der der Vertragsinhalt einschließlich aller Angaben nach Artikel 246a EGBGB wiedergegeben wird. Eine Wiederholung der Angaben nach Artikel 246a EGBGB ist nicht notwendig, wenn diese Informationen bereits vor Vertragsschluss auf einem dauerhaften Datenträger übermittelt wurden (vgl. 2.4.1).

2.4.3 Widerrufsrecht

Bei Internetgeschäften steht den Verbrauchern in vielen Fällen ein Widerrufsrecht nach § 355 BGB zu. Ausnahmen bilden beispielsweise Waren, die nach Kundenwunsch angefertigt wurden oder die schnell verderben können sowie Dienstleistungen im Bereich der Beherbergung, der Lieferung von Speisen und Getränken oder im Zusammenhang mit sonstigen Freizeitbetätigungen, wenn die Leistung zu einem bestimmten Termin erbracht werden soll.

Das Widerrufsrecht der Verbraucher setzt keinen Reklamationsgrund voraus und kann durch formlose Erklärung gegenüber dem Unternehmer (auch mündlich) ausgeübt werden. Voraussetzung ist lediglich, dass der Entschluss des Verbrauchers zum Widerruf eindeutig aus seiner Äußerung hervorgeht. Die Verwendung des Widerrufsformulars gemäß Anlage 2 zum EGBGB (vgl. 2.4.1) ist freiwillig.

Die Widerrufsfrist beträgt 14 Tage und beginnt bei Kaufverträgen grundsätzlich mit dem Erhalt der Ware, bei allen sonstigen Verträgen mit dem Vertragsschluss. Weitere Voraussetzung für den Fristbeginn ist jedoch stets eine ordnungsgemäße Information des Verbrauchers über sein Widerrufsrecht (vgl. 2.4.1). Erfolgt diese erst nach Warenerhalt bzw. nach Vertragsschluss, verschiebt sich der Fristbeginn entsprechend nach hinten. Selbst wenn der Verbraucher überhaupt nicht oder nur unvollständig über sein Widerrufsrecht informiert wird, erlischt das Widerrufsrecht jedoch spätestens zwölf Monate und 14 Tage nach Warenerhalt bzw. Vertragsschluss. Bei einem Vertrag über eine Dienstleistung verliert der Verbraucher in der Regel sein Recht zum Widerruf noch vor Ablauf der 14 Tage, wenn die Dienstleistung vom Unternehmer vollständig erbracht wird. Voraussetzung ist, dass der Verbraucher dem Beginn der Ausführung ausdrücklich zugestimmt und seine Kenntnis vom Erlöschen des Widerrufsrechtes bestätigt hatte.

Verantwortlich für den Inhalt: Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg (MLR),
Referat 37 Verbraucherpolitik, Regierungspräsidium Stuttgart, Ref. 35.

Herausgegeben von der AG Direktvermarktung beim Regierungspräsidium Stuttgart, Referat 34, Postfach 800709, 70507 Stuttgart
Stand September 2015

www.direktvermarktung.landwirtschaft-bw.de

Nach Erklärung des Widerrufs haben Verbraucher 14 Tage Zeit, gekaufte Ware an den Unternehmer zurückzuschicken, wobei die rechtzeitige Absendung genügt. Die Rücksendung erfolgt unabhängig vom Warenwert grundsätzlich auf Kosten des Verbrauchers, sofern der Unternehmer ihn vor Vertragsschluss über diesen Umstand informiert und mangelfreie Ware geliefert hatte. Das Haftungsrisiko für Beschädigung oder Verlust der Ware auf dem Transportweg liegt hingegen grundsätzlich beim Unternehmer.

Nach Zugang der Widerrufserklärung hat der Unternehmer 14 Tage Zeit, Zahlungen des Verbrauchers (einschließlich Lieferkosten in Höhe der günstigsten vom Unternehmer angebotenen Versandart) zurück zu gewähren. Er hat jedoch das Recht, die Rückzahlung so lange zu verweigern, bis die Ware wieder bei ihm angekommen ist oder ihm ein Nachweis über die Rücksendung vorliegt.

2.5 Preisangabenverordnung (PAngV)

Siehe dazu Merkblatt „Allgemeine Rechtsbestimmungen für die Direktvermarktung landwirtschaftlicher Erzeugnisse“ Recht 4, Pkt. 4 Preisauszeichnung.

Grundsätzlich gilt: Waren, die nach Katalogen oder Warenlisten oder auf Bildschirmen (z.B. auf Internetseiten) angeboten werden, sind dadurch auszuzeichnen, dass die Preise unmittelbar bei den Abbildungen oder Beschreibungen der Waren oder in mit den Katalogen oder Warenlisten im Zusammenhang stehenden Preisverzeichnissen angegeben werden. Es sind die Endpreise anzugeben. Wer Waren oder Leistungen im Fernabsatz anbietet, muss angeben, dass die geforderten Preise die Mehrwertsteuer und sonstige Preisbestandteile enthalten, und ob zusätzliche Liefer- und Versandkosten anfallen. Regelungen aus der Preisangabenverordnung können zusätzlich auch in die AGB übernommen werden.

2.6 Informationspflichten bei Abgabe von Lebensmitteln

Siehe dazu Merkblatt Nr. 5 „Kennzeichnung von Lebensmitteln“

Werden vorverpackte Lebensmittel durch Einsatz von Fernkommunikationstechniken zum Verkauf angeboten werden, gilt Folgendes:

1. Verpflichtende Informationen über Lebensmittel mit Ausnahme des Mindesthaltbarkeitsdatums müssen vor dem Abschluss des Kaufvertrags verfügbar sein und auf dem Trägermaterial des Fernabsatzgeschäfts erscheinen oder durch andere geeignete Mittel, die vom Lebensmittelunternehmer eindeutig anzugeben sind, bereitgestellt werden (außer bei Abgabe in Automaten).
2. Wird auf andere geeignete Mittel zurückgegriffen, so sind die verpflichtenden Informationen über Lebensmittel bereitzustellen, ohne dass der Lebensmittelunternehmer den Verbrauchern zusätzliche Kosten in Rechnung stellt.
3. Alle verpflichtenden Angaben müssen zum Zeitpunkt der Lieferung verfügbar sein.
4. Wird nicht vorverpackte oder zur unmittelbaren Abgabe vorverpackte Ware durch Einsatz von Fernkommunikationstechniken zum Verkauf angeboten, sind Angaben zu allergenen Stoffen oder Erzeugnissen verfügbar zu machen.

2.7 Besteuerung von Geschäften im Internet

Grundsätzlich unterliegen nach § 1 Umsatzsteuergesetz (UStG) Lieferungen und sonstige Leistungen, die ein Unternehmer in Deutschland entgeltlich erbringt, der Umsatzsteuer. Dies gilt auch für Geschäfte, die über das Internet abgewickelt werden. Es empfiehlt sich bei Lieferungen und Dienstleistungen ins Ausland, die steuerlichen Bedingungen im Vorfeld mit dem zuständigen Finanzamt

abzuklären. Bei der Bestellung von Waren über das Internet liegen umsatzsteuerlich keine Besonderheiten vor. Es handelt sich im Prinzip um einen herkömmlichen Versandhandel.

Zu den Umsatzgeschäften im Sinne des UStG zählen daneben auch reine Online-Aktivitäten wie beispielsweise die Schaltung von Werbung im Internet (Werbebanner oder auch nur wechselseitige Hinweise auf die Internetseiten anderer Unternehmen, außer es handelt sich um Hinweise zur Erhöhung der Attraktivität der eigenen Seiten), die Überlassung von Texten, Musik, Bildern und Videos, Online-Beratungen, Fortbildungen, Spiele und Ähnliches.

3 Zahlungsverfahren bei Internetgeschäften

Beim Vertrieb von Waren und Dienstleistungen über das Internet, kommen neben herkömmlichen Zahlungsmethoden, wie z.B. Überweisung, Lastschrift oder Nachname, auch direkt über das Internet abgewickelte Zahlungsformen in Betracht. Bekannte Beispiele sind „PayPal“ oder „Click & Buy“. Solche Bezahlssysteme stellen für Unternehmer und ihre Kunden eine in der Regel sichere und schnelle Bezahlart dar. Bei der Auswahl eines geeigneten Internetzahlungssystems sollten insbesondere dessen gegenwärtige Verbreitung, die Sicherheit nach dem aktuellen Stand der Technik sowie die Entwicklungschancen geprüft werden.

4 Quellen und Fundstellen

- Bürgerliches Gesetzbuch (BGB)
- Handelsgesetzbuch (HGB)
- Urheberrechtsgesetz (UrhG)
- Markengesetz (MarkenG)
- Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)
- Bundesdatenschutzgesetz (BDSG)
- Landesdatenschutzgesetze (LDSG)
- Telemediengesetz (TMG)
- Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuche (EGBGB)
- Rundfunkstaatsvertrag (RStV)
- Umsatzsteuergesetz (UStG)

Hinweis: Dieses Merkblatt bietet nur einen allgemeinen Überblick über ausgewählte rechtliche und technische Aspekte im Zusammenhang mit Internetgeschäften. Es kann eine Rechtsberatung nicht ersetzen.