



**TRUSTED SHOPS®**  
The safe way to web shopping



## **Trusted Shops® Praxishandbuch**

Praxishilfen und Musterformulierungen  
für Online-Shop Betreiber

von Prof. Dr. Thomas Hoeren  
und RA Carsten Föhlisch

Stand: 09/2007

## Einführung

Der Online-Handel mit privaten Endverbrauchern ist durch eine **Fülle von rechtlichen Bestimmungen** stark reguliert. Insbesondere kleinere und mittelständische Händler sind mit der praktischen Umsetzung dieser Vorschriften häufig überfordert. Die Vorschriften selbst wurden in den letzten Jahren mehrfach geändert und sind gerichtlich noch wenig konkretisiert. Zudem besteht angesichts der recht einseitigen gesetzlichen Risikoverteilung zu Lasten der Händler ein Bedürfnis, in den wenigen möglichen Punkten Regelungen zugunsten der Händler zu vereinbaren.

Der vorliegende Leitfaden ist gedacht, um einem juristischen Laien die **rechtssichere Gestaltung des Kaufprozesses im Online-Shop** vom **Impressum** über die **Datenschutzerklärung, Produktbeschreibung, Kundendatenerhebung, Bestellseite, Informationsseiten** und **AGB** bis zur **E-Mail-Bestätigung** zu ermöglichen. Der Schwerpunkt liegt dabei nicht auf der Erläuterung der gesetzlichen Bestimmungen oder Vertiefung wissenschaftlicher Streitfragen, sondern auf den Beispielformulierungen mit weiterführenden Hinweisen und Hintergrundinformationen.

Im Kapitel **Grundlagenwissen** werden wichtige Begriffe erklärt, die Sie kennen müssen. Das Kapitel **Musterformulierungen** enthält eine Vielzahl von Formulierungsvorschlägen für den Einsatz im Online-Shop. Im Kapitel **Nach der Bestellung** erhalten Sie Tipps für typische Problemsituationen nach der Bestellung, z.B., wenn es Lieferschwierigkeiten gibt oder der Kunde beschädigte Waren zurückschickt. Schließlich erhalten Sie noch **Alle Mustertexte** im Überblick und **Wichtige Gesetze**.

In diesem Leitfaden können nicht alle möglichen 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 ersetzen sie 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 (insbesondere die **<[markierten]>** Passagen). Die Anmerkungen zu den Grundmustern sollten immer gelesen werden, auch wenn eine Variante verwendet wird. Für eine Rechtsberatung, die Ihre individuellen Bedürfnisse berücksichtigt, wenden Sie sich bitte an den Rechtsberater Ihres Vertrauens. **Für die Vollständigkeit, Richtigkeit und Aktualität der Muster kann keine Haftung übernommen werden.**

Tipp: Alle besprochenen **Urteile** finden Sie nun auch strukturiert und durchsuchbar in unserem neuen Blog unter [www.shopbetreiber-blog.de](http://www.shopbetreiber-blog.de). Trusted Shops Mitglieder finden alle Muster auf dem neuesten Stand auch im geschlossenen Mitgliederforum unter <https://b2b.trustedshops.com/forum/index.php>. Dort können auch alle Entscheidungen diskutiert werden.

*Münster und Köln im September 2007*

*Die Verfasser*

## Neuerungen dieser Auflage

Angesichts einer Vielzahl relevanter Urteile und des Inkrafttretens der neuen Kundenschutzregelungen des TKG zum 1. September 2007 wurde das Trusted Shops Praxishandbuch bereits nach drei Monaten wieder aktualisiert. Neuerungen der Version 09/2007 sind u.a.:

### Abmahnungen

- AG Heilbronn zur Rechtsmissbräuchlichkeit beim Einsatz eines "Abmahnwaltes"
- OLG Düsseldorf zur Streitwertkürzung auf ca. 1.000 EUR bei Abmahnungen wegen fehlerhafter Widerrufsbelehrungen oder unwirksamer AGB-Klauseln
- LG Münster zur Streitwertkürzung auf 4.000 EUR bei Abmahnungen wegen fehlerhafter Widerrufsbelehrungen
- OLG Hamburg zur Wettbewerbswidrigkeit bei fehlenden Energieverbrauchsangaben
- OLG Hamburg zur Wettbewerbswidrigkeit bei fehlenden Fundstellen von Testergebnissen
- OLG Köln zur fehlenden Abmahnbefugnis von Konkurrenten bei unwirksamen AGB-Klauseln
- OLG Frankfurt und KG Berlin zur Abmahnbefugnis von Konkurrenten bei unwirksamen AGB-Klauseln
- KG Berlin zur Einstufung eines fehlenden Hinweises auf MwSt als Bagatelle
- OLG Hamburg zur Einstufung kurzzeitiger Differenzen zwischen Preisen in Suchmaschinen und im Shop als Bagatelle
- LG Berlin zum Bagatelldarakter der fehlenden Aufklärung über die Gefahrtragung in der Widerrufsbelehrung

### Widerruf und Rückgabe, AGB-Klauseln

- LG Berlin zur unzulässigen Vereinbarung eines Rückgaberechtes bei eBay
- OLG Hamburg zur Zulässigkeit des Wertersatzanspruchs wegen Ingebrauchnahme bei eBay
- LG Köln zur Unwirksamkeit der Musterbelehrung
- LG Hanau zur fehlenden Textformqualität von Internetseiten
- LG Berlin zur zweiwöchigen Widerrufsfrist auf dem amazon marketplace
- LG Wuppertal zum Wertersatz bei angebrochenen Kosmetik-Artikeln
- LG Regensburg zur Unzulässigkeit einwöchiger Rügefristen, Gutschrift auf Kundenkonto und Ausschluss benutzter oder beschädigter Ware vom Widerruf
- LG Nürnberg zur Unzulässigkeit der Option "Unversicherter Versand"

### Werbung und Preisangaben

- Neue Pflichtangaben bei 0180er Nummern seit 1. September 2007

- LG Berlin zur Zulässigkeit des Double-Opt-In Verfahrens bei Newsletteranmeldungen
- BGH zur Unzulässigkeit fremder Marken in Metatags (zweites Grundsatzurteil)
- OLG Schleswig-Holstein zur Unzulässigkeit von "von... bis..." Preisspannen bei Hotelangeboten im Internet

### **Musterformulierungen**

- M40: Änderung des Gestaltungshinweises 6a
- M42: Änderung des Hinweises auf die Widerrufsfolgen
- M46: Änderung des Gestaltungshinweises 4a
- M54: Ergänzung des Kostenhinweises bei einer 01805-Nummer
- M57: Ergänzung des Kostenhinweises bei einer 01805-Nummer

## Trusted Shops – Europas Internet-Gütesiegel Nr. 1

Wenngleich die technischen Voraussetzungen für sichere und komfortable Einkäufe im Internet gegeben sind, fällt es gerade kleinen und mittelständischen Online-Shops oft noch schwer, ihre eigene **Vertrauenswürdigkeit und Seriosität** zu belegen. Auf der anderen Seite ist für Endkunden häufig nicht auf den ersten Blick erkennbar, ob hinter dem ausgewählten Produkt im Online-Shop auch tatsächlich ein seriöser Betreiber steht.

Für diesen Bedarf bietet Trusted Shops mit der **Kombination aus Zertifizierung, Geld-zurück-Garantie und Kundenservice** eine umfassende Dienstleistung zum beidseitigem Nutzen der Shopbetreiber wie der Verbraucher. Trusted Shops ist das führende System für sicheres Einkaufen in Europa. Seit der Firmengründung im Dezember 1999 wurden bereits mehr als 1.900 Händler zertifiziert. Damit ist Trusted Shops heute klarer Marktführer in Deutschland - dies bestätigt auch das Handelsblatt. Zu den Kunden zählen Dell, Web.de, Aral, WDR, Hess Natur, Pixmania, BP, Vector Versand, Microsoft Press, D&W, Atelco Computer und viele andere bekannte Marken sowie eine Vielzahl kleiner und mittelständischer Unternehmen. Trusted Shops wird von der Europäischen Kommission für effektiven Verbraucherschutz und Mittelstandsförderung unterstützt und von der Initiative D21 empfohlen.

Bei der Zertifizierung werden alle Händler umfassenden Sicherheits-Tests unterzogen. Diese Prüfung mit mehr als 100 Einzel-Kriterien orientiert sich an den **Forderungen der Verbraucherschützer** sowie dem nationalen und europäischen Recht. Sie umfasst u. a. Bonität, Sicherheitstechnik, Preistransparenz, Informationspflichten, Kundenservice und Datenschutz. Diese Anforderungen werden ständig weiterentwickelt und an **neueste Entwicklungen** im Bereich Rechtsprechung und Verbraucherschutz angepasst.

**Mit diesem Praxishandbuch wollen wir Ihnen helfen, rechtliche Fallstricke und Abmahnungen zu vermeiden. Neben Musterformulierungen erhalten Sie Hintergrundinformationen zu der aktuellen Gesetzgebung und Rechtsprechung.**

*Ihr Trusted Shops Team*

Trusted Shops GmbH

Von-Werth-Str. 21-23a  
50670 Köln

Tel.: +49 (0)221-77 53 6-6  
Fax: +49 (0)221-77 53 6-89  
E-Mail [info@trustedshops.de](mailto:info@trustedshops.de)

<http://www.trustedshops.de/>



# Inhalt

Einführung.....	2
Neuerungen dieser Auflage .....	3
Trusted Shops – Europas Internet-Gütesiegel Nr. 1 .....	5
Häufige Fehler und nicht bedachte Aspekte .....	11
I. Grundlagenwissen .....	15
1. Kundenkreis, Liefergebiet und Vertriebsform .....	15
a) Firmenkunden oder Privatkunden .....	15
M1    Begrenzung des Kundenkreises .....	15
b) Deutschland, EU oder weltweit .....	15
M2    Begrenzung des Liefergebietes .....	16
c) Verkauf, Dienstleistung, Vermittlung .....	17
2. Rechtliche Texte .....	18
a) Informationen .....	18
Informationspflichten auch bei Bestellungen per E-Mail, Telefon oder Fax.....	18
b) Vereinbarungen .....	18
c) Einwilligungen.....	19
Keine E-Mail-Werbung ohne Einverständnis.....	19
Double-Opt-In ist sicherstes Verfahren .....	19
d) Hinweise im Bestellverlauf .....	19
e) Allgemeine Informationsseiten .....	20
M3    Links auf allen Seiten .....	20
M4    Links auf besondere Informationsseiten .....	20
3. Rechtsverstöße und Abmahnungen .....	21
a) Marken-, und Urheberrecht .....	21
b) Wettbewerbsrecht .....	22
c) Was ist eine Abmahnung?.....	23
d) Ist die Abmahnung berechtigt? .....	23
Auch stationäre Händler dürfen Internethändler abmahnen.....	24
Gerichte bejahen nur sehr selten Missbrauch.....	25
Neuer Trend bei den Gerichten?.....	26
e) Reaktionsmöglichkeiten .....	26
Nichtstun verschlechtert die Rechtsposition.....	27
f) Abmahnklassiker und Abmahnwellen .....	28
II. Musterformulierungen .....	30
1. Impressum .....	30
Kein langes Scrollen oder unklare Begriffe .....	30
Vertretungsberechtigter muss benannt werden .....	30
Vorname muss unbedingt vollständig genannt werden.....	31
Neue zusätzliche Informationspflichten im Jahr 2004 und 2007 .....	31
Postfachanschrift genügt nicht .....	31
Richtig firmieren und nicht über die Unternehmensgröße irreführen.....	31
Unwirksame Haftungsausschlüsse .....	32
a) Impressum Einzelunternehmen (Gewerbetreibender) .....	32
M5    Impressum Einzelunternehmen (mit Kundendienst und Disclaimer) .....	32
b) Impressum eingetragener Einzelkaufmann.....	33
M6    Impressum e.K. .....	33
c) Impressum Apotheker (e.K.) .....	33
M7    Impressum Apotheker (e.K.) .....	33
d) Impressum GbR .....	34
M8    Impressum GbR .....	34
e) Impressum OHG .....	34

M9	Impressum OHG	34
f)	Impressum KG	35
M10	Impressum KG	35
g)	Impressum GmbH & Co KG	35
M11	Impressum GmbH & Co KG	35
h)	Impressum GmbH	36
M12	Impressum GmbH	36
i)	Impressum Aktiengesellschaft	36
M13	Impressum AG	36
j)	Impressum englische Limited	36
M14	Impressum Ltd.	37
2.	Datenschutzerklärung	37
	Ausdrückliche Einwilligung	38
	Vorsicht bei Scoring-Verfahren	39
	Bonitätsprüfung je nach Zahlungsart	39
a)	Einfache Datenschutzerklärung ohne Einwilligungen	39
	Datenschutzhinweise sind keine AGBs	40
M15	Datenschutzerklärung einfach	40
b)	Datenschutzerklärung mit einfachen Einwilligungen	40
	Wiederholung von Einwilligungstexten in der Datenschutzerklärung	40
	Bei Newsletter über Verwendung zu Werbezwecken aufklären	41
M16	Datenschutzerklärung mit Newsletter und Bonitätsprüfung	41
c)	Datenschutzerklärung mit erweiterten Einwilligungen	42
	Anpassung der Einwilligungstexte auf den Einzelfall	43
	Beratung durch einen Rechtsanwalt empfohlen	43
M17	Datenschutzerklärung mit erweiterten Einwilligungen	43
3.	Warenangebot	46
a)	Produktbeschreibung	46
	Keine Verletzung von Urheberrechten	46
M18	Wesentliche Merkmale der Ware	46
	Erweiterte Kennzeichnungspflichten bei bestimmten Produkten	47
	Bei FSK-Artikeln Altersverifikationssysteme einsetzen	47
b)	Preisangaben, Versandkosten und Zusatzkosten	47
	Preisangaben bei allen Angeboten bestellbarer Waren	47
	Hinweis auf MWSt und Versandkosten schon auf Produktübersichtsseiten	48
M19	Preisangaben mit Hinweis zu MWSt und Versandkosten	48
	Bereits drei „Abmahnwellen“ wegen fehlerhafter Preisangaben	48
	Neuer Trend: Bagatelverstoß, wenn Hinweis auf Mwst erst im Warenkorb erfolgt?	49
	Optionales Angebot „Unversicherter Versand“ wettbewerbswidrig?	49
M20	Gültigkeitsdauer des Angebotes	49
	Keine Grundpreisangaben bei eBay-Auktionen	50
M21	Hinweis auf Nachnahmegebühr, Zölle, Steuern	50
	„Übermittlungsentgelt“ bei Nachnahme	50
c)	Lieferinformationen und Verfügbarkeit	50
	Liefergebiet begrenzen oder informieren	50
	Zölle und Gebühren bei Nicht-EU Lieferungen	50
M22	Begrenzung des Liefergebietes	51
	Lieferzeiten müssen auf der Produktseite genannt werden	51
M23	Angaben zu Lieferzeiten	51
M24	Hinweis auf den Warenvorrat	52
	Formulierung „in der Regel“ in AGB problematisch	52
d)	Bestellschritt-Info	52
M25	Bestellschritt-Info: Produkte in den Warenkorb legen	52
4.	Datenerhebung und Zahlung	53
a)	Datenvermeidung	53
	Unbegrenzte Länderauswahl lässt auf entsprechendes Angebot schließen	53
M26	Pflichtangaben und freiwillige Angaben	53
b)	Registrierung	54
M27	Registrierung	54
M28	Verwendung von Cookies	54
c)	Newsletteranmeldung	54

Vorliegen der Einwilligung muss von Ihnen bewiesen werden.....	55
Newsletter-Werbung ohne ausdrückliche Einwilligung.....	55
M29 Erlaubnis zur E-Mail-Werbung	55
Hinweis auf Abbestellmöglichkeit ist gesetzlich erforderlich.....	56
d) Zahlungsart und Zahlungsdaten .....	56
Mindestens zwei Zahlungsarten empfehlenswert .....	56
M30 Zahlungsbedingungen und Zahlungsinformationen .....	56
M31 Einwilligung zur Speicherung von Bankdaten .....	57
Besondere Schutzmaßnahmen bei Speicherung von Kreditkartendaten .....	57
e) Bonitätsprüfung .....	57
M32 Bonitätsüberwachung .....	57
f) Bestellschritt-Info .....	57
M33 Bestellschritt-Info: Dateneingabe und Auswahl der Zahlungsart .....	58
<b>5. Bestellseite</b> .....	<b>58</b>
a) Korrekturmöglichkeiten.....	58
M34 Hinweis zu Korrekturmöglichkeiten .....	58
Verlängerung der Widerrufsfrist bei fehlenden Hinweisen zu Korrekturmöglichkeiten .....	58
b) Hinweis auf E-Mail-Werbung.....	59
M35 Hinweis auf E-Mail-Werbung .....	59
c) Widerrufsrecht .....	59
Verlängerung der Widerrufsfrist bei fehlerhafter Belehrung .....	59
Abmahnungen wegen Fehlern bei der Belehrung.....	59
Kein Wertersatz wegen Benutzung der Ware bei fehlenden Hinweisen .....	59
Information auf der Website und Belehrung in Textform .....	60
„Sprechende Links“ genügen .....	60
Wann ist ein Link sprechend? .....	60
Sprechender Link auf der Bestellseite.....	60
M36 Hinweis auf das Widerrufsrecht .....	61
Freiwilliges Widerrufsrecht auch für gewerbliche Kunden? .....	61
M37 Hinweis auf Nichtbestehen des Widerrufsrechts .....	61
Elektronische Bauteile sind nicht vom Widerruf ausgeschlossen.....	62
Built-to-Order Computer sind nicht vom Widerrufsrecht ausgeschlossen .....	62
Tesafilem ist keine „Versiegelung“ (Ausnahme vom Widerrufsrecht).....	62
Geöffnete Kontaktlinsen nicht vom Widerrufsrecht ausgeschlossen.....	62
M38 Hinweis zum Erlöschen des Widerrufsrechtes bei Dienstleistungen .....	63
Information und Belehrung in AGB: Hervorhebung erforderlich .....	63
Zeitpunkte der Information und Belehrung .....	63
Widerrufsfrist bei „normalen“ Online-Shops .....	63
Ungelöstes Problem: Fristlänge, Wertersatz und Rückgaberecht bei eBay .....	64
Verlängertes Widerrufsrecht bei eBay und amazon marketplace? .....	64
Verlängertes Widerrufsrecht bei „normalen Shops“ .....	64
Wertersatz bei „normalen Shops“ .....	65
Ungelöstes Problem: Fehlerhafte Musterbelehrungen des BMJ .....	65
Amtliches Muster zur Textformbelehrung.....	65
Sind die Muster tatsächlich unwirksam? .....	65
Unsicherheit durch uneinheitliche Rechtsprechung .....	66
Änderungen am amtlichen Muster nicht auf eigene Faust .....	66
M39 Amtliches Muster für die Widerrufsbelehrung .....	66
Amtliches Muster zur Information auf der Website.....	68
Keine Verwendung des Musters auf der Internetseite? .....	68
FDP-Antrag und die untätige Bundesregierung .....	69
Zwei verschiedene Texte zur flüchtigen Information und Belehrung in Textform? .....	69
Selbst erstellte Belehrung (zum Anwalt gehen)? .....	70
Bester Weg: Korrektur der Fehler und Neuverkündung .....	70
M40 Korrekturvorschlag für den Gesetzgeber: Widerrufsbelehrung .....	71
Änderungen am Muster auf eigene Gefahr.....	73
M41 Korrigierte Muster-Widerrufsbelehrung für Online-Shops .....	73
Belehrung auch über die Rechte des Kunden.....	74
M42 Korrigierte Muster-Widerrufsbelehrung für eBay-Händler .....	74
TIPP: Fehlerkorrektur voranstellen, ansonsten Verwendung des Musters 1:1.....	74
M43 TIPP: Muster-Widerrufsbelehrung mit einleitender Korrektur .....	74
Häufige Fehler beim Widerrufsrecht .....	75
Keine Beschränkung auf originalverpackte bzw. unbenutzte Ware .....	75
„Unfreie Rücksendungen werden nicht angenommen“ unzulässig .....	75
Keine Telefonnummer in der Widerrufsbelehrung.....	76

40-EUR-Klausel gilt nicht automatisch.....	76
Rückgaberecht statt Widerrufsrecht.....	76
Keine Vermischung von Widerrufs- und Rückgaberecht.....	76
Welches Recht ist für mich günstiger?.....	77
M44 Hinweis auf das Rückgaberecht.....	77
M45 Amtliches Muster für die Rückgabebelehrung.....	77
„40-EUR-Klausel“ gilt nicht beim Rückgaberecht.....	78
Rückgaberecht muss in AGB vereinbart werden.....	78
M46 Korrekturvorschlag für den Gesetzgeber: Rückgabebelehrung.....	79
Änderungen am Muster auf eigene Gefahr.....	80
M47 Korrigierte Muster-Rückgabebelehrung für Online-Shops.....	80
TIPP: Fehlerkorrektur voranstellen, ansonsten Verwendung des Musters 1:1.....	81
M48 TIPP: Muster-Rückgabebelehrung mit einleitender Korrektur.....	81
d) Einbeziehung von AGB.....	82
AGB nicht zu lang, speicherbar und druckbar.....	82
M49 Einbeziehung Allgemeiner Geschäftsbedingungen.....	82
e) Vertragsschluss.....	82
Keine Zahlungsaufforderung in der Zugangsbestätigung.....	83
Verlängerung der Widerrufsfrist bei fehlender Information.....	84
M50 Informationen zum Vertragsschluss.....	84
<b>6. AGB und Infos.....</b>	<b>85</b>
a) Informationspflichten im Fernabsatz und E-Commerce.....	85
M51 Speicherung und Zugänglichkeit des Vertragstextes.....	87
Verlängerung der Widerrufsfrist auf 6 Monate bei Fehlern.....	87
b) Gesetzliche Informationen ohne AGB.....	87
Keine Widersprüche zwischen Informationen, AGB und E-Mail-Bestätigung.....	87
Vermeintliche Informationen sind häufig schon AGB.....	88
M52 Kundeninformationen.....	88
c) Einfache AGB mit Kundeninformationen.....	90
AGB müssen nicht verwendet werden.....	90
Weniger ist mehr.....	90
AGB nicht zu lang, speicherbar und druckbar.....	90
AGB müssen in „Textform“ mitgeteilt werden.....	91
Widerrufsrecht ODER Rückgaberecht.....	91
Hervorhebung des Widerrufsrechtes in AGB.....	91
Abmahnungen wegen Trusted Shops Originalverpackungsklausel!.....	91
M53 Allgemeine Geschäftsbedingungen mit Kundeninformationen.....	92
d) Problematische AGB-Klauseln.....	96
Einbeziehung von AGB.....	96
Lieferzeiten.....	96
Lieferzeit „in der Regel“.....	97
Liefervorbehalte.....	97
Gutscheinverfall.....	97
Teillieferungen.....	97
Originalverpackung, Rechnung, Retourenschein beim Widerrufsrecht.....	97
„Unfreie Rücksendungen werden nicht angenommen“.....	98
Strafporto und Hinsendekosten beim Widerrufsrecht.....	98
Gutschriften nach Widerruf.....	98
Gefahrenübergang, „unversicherter Versand“.....	98
Rügefristen.....	98
Gewährleistung.....	98
Schadenspauschalen.....	99
Haftung.....	99
Erfüllungsort.....	99
Gerichtsstandsvereinbarung.....	99
Salvatorische Klausel.....	99
e) Erweiterte AGB mit Kundeninformationen.....	99
Beratung durch einen Rechtsanwalt empfohlen.....	100
Achtung: Abmahnungen wegen Trusted Shops Originalverpackungsklausel!.....	100
M54 Allgemeine Geschäftsbedingungen mit Kundeninformationen.....	100
<b>7. E-Mail-Bestätigung.....</b>	<b>106</b>
Angaben zu Lieferzeiten.....	106
a) Zugangsbestätigung.....	106
„Versehentlicher“ Vertragsschluss durch E-Mail-Bestätigung.....	106

M55    Zugangsbestätigung (keine Auftragsbestätigung)	106
Widerrufsbelehrung ist ein Muss-Bestandteil der E-Mail.....	108
b) Auftragsbestätigung mit Widerrufsbelehrung.....	108
Fristverlängerung bei Belehrung erst nach Vertragsschluss.....	108
Formalitäten der „Textform“.....	108
M56    Auftragsbestätigung	108
Pflichtinformationen zusätzlich mit der Lieferung in Papierform.....	109
c) Auftragsbestätigung mit AGB.....	110
M57    Auftragsbestätigung	110
Strenge Formerfordernisse für Widerrufsbelehrung in AGB.....	110
III. Nach der Bestellung.....	111
1. Preisirrtümer und Lieferschwierigkeiten	111
Unverzügliche Anfechtung bei Preisirrtümern.....	111
Stornierung durch Sie, nicht den Kunden.....	111
2. Transportverlust und Transportschäden	111
Keine Abwälzung der Transportgefahr.....	111
3. Unfreie Rücksendungen und Hinsendekosten	112
Keine gesetzliche Vorschusspflicht des Kunden.....	112
Abmahngefahr und endloses Widerrufsrecht.....	112
Annahmeverweigerung führt zu weiteren Risiken.....	112
4. Beschädigungen, fehlende Teile und Gebrauchsspuren	113
Abzug wegen Gebrauchsspuren nur bei Belehrung in Textform.....	113
Kein Abzug wegen Prüfung wie im Ladengeschäft.....	113
Ware darf nicht wegen Benutzung vom Widerruf ausgenommen werden.....	114
5. Gewährleistung: Rechte Ihrer Kunden	114
Widerruf ist auch bei mangelhafter Ware möglich.....	114
IV. Alle Mustertexte.....	116
V. Wichtige Gesetze.....	133
1. Bürgerliches Gesetzbuch (BGB) - Auszug	133
2. BGB-Informationspflichtenverordnung (BGB-InfoV) – Auszug	138
3. Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) – Auszug	139
4. Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) – Auszug	140
5. Preisangabenverordnung (PAngV) – Auszug	142
6. Telemediengesetz (TMG) – Auszug	143
Welche Leistungen bietet Trusted Shops?.....	146
Welche Wirkung hat die Zertifizierung?.....	147
Wie werde ich Trusted Shops Mitglied?.....	147
Über die Autoren.....	148

## Über die Autoren

### Prof. Dr. Thomas Hoeren

Seit April 1996 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. 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](http://www.uni-muenster.de/Jura.itm/hoeren))



### RA Carsten Föhlisch

1992-1996 Studium der Rechtswissenschaften in Bonn. 1997-1999 Staatsexamina und Referendariat in Köln und Düsseldorf. 1999 Rechtsabteilung DeTeSystem (heute T-Systems) in Frankfurt a.M. Seit April 2000 Rechtsanwalt und Justitiar der Trusted Shops GmbH. Veröffentlichungen zu rechtlichen Problemen des Onlinehandels, u.a. „Verbraucherschutz im Internet“, in Hoeren/Sieber, Handbuch Multimedia-Recht, 16. Aufl. Stv. Vorsitzender des D21 Gütesiegel Monitoring Board ([www.internet-guetesiegel.de](http://www.internet-guetesiegel.de)).