



**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: 03/2008

**Jetzt mit der neuen Muster-Widerrufsbelehrung  
des Bundesjustizministeriums (gültig ab 1. April 2008)!**

## 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.

**Wir empfehlen dringend die Verwendung der neuen Muster-Widerrufsbelehrung des Bundesjustizministeriums, die zum 1. April 2008 in Kraft tritt.**

*Münster und Köln im März 2008*

*Die Verfasser*

## Neuerungen dieser Auflage

Wichtigste Neuerung ist die zum 1. April in Kraft tretende Musterwiderrufsbelehrung des Bundesjustizministeriums, die unbedingt verwendet werden sollte. Demzufolge wurde das Kapitel II 5 c) (Widerrufsrecht) vollständig überarbeitet und eine Vielzahl von Mustern angepasst.

### Geänderte Muster:

- M36 Hinweis auf das Widerrufsrecht
- M38 Hinweis zum Erlöschen des Widerrufsrechtes bei Dienstleistungen
- M39 BMJ-Muster für die Widerrufsbelehrung bis 31.3.2008 (nicht mehr empfohlen)
- M40 Neues amtliches Muster für die Widerrufsbelehrung (ab sofort verwenden)
- M41 Angepasste Muster-Widerrufsbelehrung für Online-Shops
- M42 Angepasste Muster-Widerrufsbelehrung für eBay-Händler
- M43 Einleitende Korrektur für das alte Muster (nicht empfohlen)
- M44 Hinweis auf das Rückgaberecht
- M45 BMJ-Muster für die Rückgabebelehrung bis 31.3.2008 (nicht mehr empfohlen)
- M46 Neues amtliches Muster für die Rückgabebelehrung (ab sofort verwenden)
- M47 Angepasste Muster-Rückgabebelehrung für Online-Shops
- M48 Einleitende Korrektur für das alte Muster (nicht empfohlen)
- M52 Kundeninformationen
- M53 Allgemeine Geschäftsbedingungen mit Kundeninformationen
- M54 Allgemeine Geschäftsbedingungen mit Kundeninformationen
- M55 Zugangsbestätigung (keine Auftragsbestätigung)
- M56 Auftragsbestätigung
- M57 Auftragsbestätigung

Zudem wurde das Praxishandbuch noch einmal vollständig von einem Team um Prof. Hoeren durchgesehen. Überprüft in der Version 03/2008 wurden u.a. folgende Fragen (die Antworten finden Sie direkt im Text des Praxishandbuches unter den jeweiligen Randnummern):

### Impressum

- Ist bei einem nicht im Handelsregister eingetragenen Einzelgewerbetreibenden der Zusatz „Firma“ oder „Geschäftsführer“ als Irreführung über die Unternehmensgröße oder aus sonstigen Gründen wettbewerbswidrig? (R 58 und R 60)
- Sind bei juristischen Personen, Personenvereinigungen und –gruppen alle Vertretungsberechtigten zu nennen oder genügt die Angabe eines Vertretungsberechtigten? (R 66f.)
- Sind bei GbR zwingend die Namen aller Gesellschafter zu nennen oder darf auch nur ein Gesellschafter bzw. eine Kombination aus Sach- und Personenbezeichnung verwendet werden? (R 66f.)

- Ist bei einer GmbH & Co. KG im Impressum zwingend der Komplementär mit dessen vollständiger Anbieterkennzeichnung inkl. Geschäftsführer und Handelsregister etc. zu nennen? (R 69)
- Bei einer englischen Ltd. mit Niederlassung in Deutschland: müssen sowohl Firma und Adresse in UK als auch in DE benannt werden oder ist dies sogar falsch, wenn das Geschäft ausschließlich von DE aus betrieben wird, so dass nur die Niederlassung mit Name und Anschrift zu nennen ist? (R 72)
- Was genau ist bei Online-Shops unter einem Vertreter des Unternehmens in dem Mitgliedsstaat, in dem der Verbraucher seinen Wohnsitz hat oder eine andere gewerblich tätige Person, mit der der Verbraucher geschäftlich zu tun hat gemeint (§ 312c Abs. 1 BGB i.V.m. § 1 Abs. 1 Nrn. 2-3 BGB-InfoV)? Beispiele? (R 57f.)

## Datenschutz

- Ist es tatsächlich so, dass ein Online-Shop bzgl. sämtlicher Datenverarbeitungsvorgänge vor Beginn eine Einwilligung (Opt-In-Box) einholen muss, wie zuweilen im Internet von Kollegen zu lesen ist? Oder reicht es nicht vielmehr in weiten Teilen aus, dass mittels Link auf die Datenschutzerklärung in der Fußzeile informiert wird? (R 73f.)
- Können alle Datenschutzverstöße durch Online-Shops von Konkurrenten abgemahnt werden? Oder nur bestimmte? (R 83)
- Gem. § 13 Abs. 2 Nr. 3 TMG muss der Nutzer den Inhalt einer datenschutzrechtlichen Einwilligung jederzeit abrufen können. Muss dies in der Datenschutzerklärung sein oder könnte der Einwilligungstext auch auf einer anderen Informationsseite bereitgehalten werden? Gibt es Anforderungen an die Erreichbarkeit einer solchen Seite („sprechende Links“ o.ä.)? (R 75)
- Könnten sämtliche Einwilligungstexte auch in der Datenschutzerklärung gebündelt und dann an nur einer Stelle generell nur einmal die Einwilligung (Checkbox) zu allen einwilligungsrelevanten (verschiedenen) Vorgängen eingeholt werden? Siehe z.B. eBay (OLG Brandenburg) vs. Abmahnung StudiVZ durch vzbv. (R 19, R 74, R 85 und R 115)
- Für den Fall, dass der Online-Shop vor Auslieferung einer Bestellung eine Bonitätsprüfung eines Kunden durchführt: Wie genau muss über Name und Anschrift der Auskunftstei sowie das Scoring-Verfahren informiert werden? (R 79, R 86 und R 123)
- Geht man davon aus, dass sog. Langzeit-Cookies ggf. personenbezogene Daten enthalten: Wie konkret muss über den Einsatz von Langzeit-Cookies aufgeklärt werden? Genügt ein allgemeiner Text (Beispiel), oder muss konkret über Inhalt, Funktion und Dauer der Speicherung aufgeklärt werden? (R 82, R 114)
- Ist es datenschutzrechtlich zulässig, dass ein Online-Shop (Verkauf von Waren) automatisch bei jeder Bestellung die IP-Adresse des Kunden speichert oder müsste hierfür eine Einwilligung eingeholt werden? (R 73 f.)
- Muss der Online-Shop den Kunden bei Anmeldung zu einem Werbe-Newsletter bereits auf der Anmeldeseite auf sein Widerrufsrecht nach § 13 Abs. 2 Nr. 4 TMG hinweisen (z.B. „Abmeldung jederzeit möglich“) oder genügt ein entsprechender Text in einer deutlich verlinkten Datenschutzerklärung? (R 74 f.)

## Produktsortiment

- Gibt es ein sicheres, gerichtlich anerkanntes Alterskontrollverfahren für den Versand von Alkohol, Tabak und weiteren Waren, die nur ab einer bestimmten Altersklasse erworben werden dürfen? Oder muss das Alter hier gar nicht immer kontrolliert werden? (R 90)

## Preistransparenz, Versandkosten und Zusatzkosten

- Müssen Versandkosten und Zusatzkosten (Nachnahmegebühr, Zuschlag für Kreditkartenzahlung, Paypal-Gebühren etc.) immer im Bestellverlauf explizit (dem Betrag nach) ausgewiesen werden oder genügt auch ein deutlicher Link im Bestellverlauf auf eine entsprechende Kostenaufstellung auf einer allgemeinen Informationsseite? (R 91f.)
- Müssen vorgenannte Kosten immer mit dem Warenpreis zu einem Gesamtpreis addiert werden, bevor der Kunde seine Bestellung abgibt? Oder genügt auch die Auflistung der Einzelkomponenten bzw. teilweise Links auf entsprechende Tabellen? (R 102)
- Folgt aus der Nennung aller möglichen Länder in der Bestellmaske (meist eine Drop-Down-Box), dass der Händler aktiv auf all diese Länder ausgerichtet i.S.d. IPR (z.B. Art. 29 EGBGB, Art. 15 EuGVVO) ist, auch wenn der Shops nicht (vollständig) in englischer Sprache verfügbar ist und nicht Versandkosten für alle Länder nennt? (R 5)
- Wie ist Vorstehendes zu bewerten, wenn der Shop in englischer Sprache vorhanden ist? Müssen dann auch die Versandkosten für sämtliche Länder genannt werden (Bagatellschwelle)? (R 99)
- Ist der Verbraucher aufgrund der PAngV oder § 1 Abs. 1 Nr. 8 BGB-InfoV auch darüber zu informieren, dass Zölle anfallen? Reicht ein allgemeiner Hinweis oder muss der Händler die Zollgebühren genau beziffern? Falls ja, wo genau im Bestellprozess? (R 102)

### **Lieferinformationen und Verfügbarkeit**

- Gem. BGH muss ein Online-Shop auf Produktseiten (nicht in AGB) darüber deutlich informieren, wenn die Ware nicht sofort verfügbar ist, damit das Angebot nicht nach § 5 Abs. 5 UWG wettbewerbswidrig ist. Wie genau muss diese Information sein? Muss die genaue Lieferzeit genannt werden oder reicht auch ein Hinweis, dass das Produkt derzeit nicht lieferbar ist? (R 104f.)
- Ergibt sich aus § 1 Abs. 1 Nr. 9 BGB-InfoV (Einzelheiten der Lieferung) die Pflicht, die genaue Lieferzeit zu nennen? Wäre auch (trotz Rspr. des KG Berlin) auf Produktseiten (nicht in AGB) die Nennung einer Regellieferzeit bzw. eine Ca.-Lieferzeit möglich? (R 106f.)
- Falls sich aus 1 Abs. 1 Nr. 9 BGB-InfoV die Pflicht zur Angabe der Lieferzeit ergibt: muss diese gem. § 312c Abs. 2 BGB wirklich erst spätestens mit Lieferung in Textform mitgeteilt werden (dies würde dem Kunden nichts nützen) oder muss die Textformmitteilung früher (z.B. mit der Eingangsbestätigungsmail) oder gar nicht (weil sinnlos) erfolgen? (R 219)
- Sind die Beispiele für Lieferzeitangaben ausreichend? Gibt es bessere/weitere Muster? (R 106 f.)
- Haben solche Lieferzeitangaben auf Produktseiten AGB-Charakter, d.h. unterliegen sie der Inhaltskontrolle? (R 189)

### **Zahlung**

- Spricht irgendetwas dagegen, dass der Händler nur die Zahlungsart Vorkasse anbietet? Könnte möglichen Bedenken dadurch begegnet werden, dass diese Vorkasse-Zahlung durch die Trusted Shops Geld-zurück-Garantie abgesichert ist? (R 120f.)
- Ist es ausreichend, wenn die Information über die zur Verfügung stehende Zahlungsarten erst im Bestellverlauf nach Eingabe persönlicher Daten durch den Kunden bzw. Eröffnung eines Kundenkontos erteilt wird? Das ist ärgerlich, wenn der Kunde z.B. keine Kreditkarte hat und nur diese Zahlart angeboten wird, aber wird hierdurch auch gegen Informationspflichten verstoßen? (R 120f.)
- Ergibt sich aus § 1 Abs. 1 Nr. 9 BGB-InfoV eine Pflicht zur Information über den Zeitpunkt der Zahlung? Wenn ja: wie genau muss diese sein (problematisch z.B. bei Kre-

ditkartenzahlung, Paypal, weil der Händler häufig nicht genau weiß, wann der Zahlungsvorgang ausgelöst wird)? (R 120f.)

## Widerrufsrecht

- Muss im Bestellverlauf mittels eines Links „Widerrufsrecht“ zwangsläufig auf die vorvertragliche Widerrufsinformation hingewiesen werden oder reicht auch der Link auf die „AGB“ mit Checkbox, ohne dass das darin enthaltene Widerrufsrecht auf der Bestellseite noch einmal erwähnt würde? (R 130)
- Sind selbst zusammen gestellte Möbel, Duschkabinen oder Fahrräder vom Widerrufsrecht ausgenommen? Kommt es hierbei auf den Grad der Individualisierung (z.B. Anzahl der Drop-Down-Boxen) an? Wo liegt die „Schwelle“? (R 133)
- Wenn ein Händler in einem Online-Shop, der nicht zwischen Verbrauchern und sonstigen Kunden differenziert, seine Widerrufsbelehrung mit den Worten beginnt „Sie haben... ein Widerrufsrecht“: räumt er dann auch gewerblichen Kunden und sonstigen Nicht-Verbrauchern ein freiwilliges vertragliches Widerrufsrecht ein? (R 131)
- Reicht es für die reguläre zweiwöchige Frist aus, wenn der Händler dem Verbraucher die Widerrufsbelehrung per E-Mail zusammen mit der Annahme von dessen Bestellung schickt, also nach Abgabe der Vertragserklärung, aber bei Vertragsschluss? (R 136)
- Ist es empfehlenswert, die amtliche Musterbelehrung des BMJ ggf. mit einer einleitenden Korrektur zu verwenden oder sollte statt dessen eine Eigenkreation empfohlen werden? Welches Haftungsrisiko ist geringer? (R 142f.)
- Hat der Händler einen Anspruch auf Wertersatz, wenn der Kunde die Produktverpackung (mit Bedienungsanleitung, Kennzeichnungspflichten etc.) nicht mehr mit der Ware zurückschickt? (Es geht nicht um die Transportverpackung) (R 162, R 196, R 205)
- Bestimmte Produkte lassen sich nach „Ingebrauchnahme“ durch einen redlichen Verkäufer nicht mehr verkaufen, z.B. geöffnete Kontaktlinsen, Piercingschmuck, angebrochene Kosmetika. Das LG Dortmund hat allerdings entschieden, dass eine Klausel, wonach bei Öffnen von Nahrungsergänzungsmitteln 100% Wertersatzanspruch bestehe, gegen das Verbot der Beweislastumkehr in AGB verstößt. Wie soll der Kunde also über den Wertersatz informiert werden. In allgemeiner Form? Viele dieser Produkte können nicht nach § 312d Abs. 4 BGB vom Widerrufsrecht ausgenommen werden. (R 140)
- Angenommen, der Händler vereinbart in seinen AGB die Geltung deutschen Rechts. Wäre es dann gleichwohl möglich, einem Verbraucher aus Österreich nur ein Widerrufsrecht nach den österreichischen Modalitäten (7 Werktage Frist, Kunde trägt Rücksendekosten und Gefahr) zu vereinbaren? Oder bindet sich der Händler durch diese Rechtswahl an das meist strengere deutsche Verbrauchervertragsrecht? (R 6f., R 10)

## Vertragsschluss

- Verlangt das Fernabsatzrecht eine korrekte Information darüber, wie der Vertrag zustande kommt oder muss der Händler nur informieren, wie aus seiner Sicht der Vertrag zustande kommt? Welche Konsequenzen hätte eine Falschinformation? (R 175f.)
- Führt eine Zahlung bereits während des Bestellvorgangs (z.B. über Paypal, Kreditkarte), also noch vor Versand der Bestell-Eingangsbestätigung bzw. Auftragsbestätigung durch den Händler, dazu, dass bereits in diesem Moment der Vertrag geschlossen wird (objektiver Empfängerhorizont)? Welche Konsequenzen hätte dies für die Widerrufsfrist? (R 176, R 178, R 221)

## E-Mail-Bestätigung

- Nach § 312c Abs. 2 BGB müssen die textformgebundenen Fernabsatzinformationen erst spätestens mit vollständiger Erfüllung des Vertrages mitgeteilt werden. Dies macht bei folgenden Informationen jedoch keinen Sinn, da die Info dann für den Verbraucher zu spät kommt:
  - wie kommt der Vertrag zustande
  - Einzelheiten der Lieferung, z.B. Lieferzeit
- Welche Konsequenz hat das? Müssen diese Informationen früher in Textform mitgeteilt werden (z.B. in einer E-Mail vor Auslieferung) oder müssen diese Informationen evtl. gar nicht in Textform erteilt werden? (R 219)
- Genügt eine Widerrufsbelehrung auch dann dem Textformerfordernis, wenn sie der E-Mail als PDF angehängt ist? Ist ein entsprechender Hinweis im E-Mail-Body erforderlich? Spielt es eine Rolle, dass einige Verbraucher den Acrobat Reader nicht installiert haben? (R 219)

## 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 2.500 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

Colonus Carré  
Subbelrather Straße 15c  
50823 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 .....	8
Häufige Fehler und nicht bedachte Aspekte .....	14
I. Grundlagewissen .....	18
1. Kundenkreis, Liefergebiet und Vertriebsform .....	18
a) Firmenkunden oder Privatkunden .....	18
M1    Begrenzung des Kundenkreises .....	18
Wann ist ein eBay-Verkäufer „Unternehmer“? .....	18
Wann ist ein Kunde „Verbraucher“, so dass ihm z.B. ein Widerrufsrecht eingeräumt werden muss?.....	19
b) Deutschland, EU oder weltweit .....	19
M2    Begrenzung des Liefergebietes .....	19
c) Verkauf, Dienstleistung, Vermittlung .....	21
2. Rechtliche Texte .....	22
a) Informationen .....	22
Informationspflichten auch bei Bestellungen per E-Mail, Telefon oder Fax.....	22
b) Vereinbarungen.....	22
c) Einwilligungen.....	23
Keine E-Mail-Werbung ohne Einverständnis.....	23
Double-Opt-In ist sicherstes Verfahren .....	23
d) Hinweise im Bestellverlauf .....	23
e) Allgemeine Informationsseiten .....	24
M3    Links auf allen Seiten .....	24
M4    Links auf besondere Informationsseiten .....	24
3. Rechtsverstöße und Abmahnungen .....	25
a) Marken-, und Urheberrecht .....	25
b) Wettbewerbsrecht .....	26
c) Was ist eine Abmahnung?.....	27
d) Ist die Abmahnung berechtigt? .....	27
Auch stationäre Händler dürfen Internethändler abmahnen.....	28
OLG Düsseldorf kürzte Anwaltskosten mehrfach.....	28
Gerichte bejahen nur sehr selten Missbrauch.....	30
Neuer Trend bei den Gerichten?.....	30
e) Reaktionsmöglichkeiten .....	31
Nichtstun verschlechtert die Rechtsposition.....	31
f) Abmahnklassiker und Abmahnwellen .....	32
II. Musterformulierungen .....	34
1. Impressum .....	34
Kein langes Scrollen oder unklare Begriffe .....	34
Vertretungsberechtigter muss benannt werden .....	35
Vorname muss unbedingt vollständig genannt werden.....	35
Neue zusätzliche Informationspflichten im Jahr 2004 und 2007 .....	35
Postfachanschrift genügt nicht .....	36
Richtig firmieren und nicht über die Unternehmensgröße irreführen.....	36
Unwirksame Haftungsausschlüsse .....	36
a) Impressum Einzelunternehmen (Gewerbetreibender) .....	36
M5    Impressum Einzelunternehmen (mit Kundendienst und Disclaimer) .....	36
b) Impressum eingetragener Einzelkaufmann.....	37
M6    Impressum e.K. .....	37
c) Impressum Apotheker (e.K.) .....	38
M7    Impressum Apotheker (e.K.) .....	38

d) Impressum GbR .....	38
M8    Impressum GbR .....	38
e) Impressum OHG .....	39
M9    Impressum OHG .....	39
f) Impressum KG .....	39
M10   Impressum KG .....	39
g) Impressum GmbH & Co KG .....	40
M11   Impressum GmbH & Co KG .....	40
h) Impressum GmbH .....	40
M12   Impressum GmbH .....	40
i) Impressum Aktiengesellschaft.....	41
M13   Impressum AG .....	41
j) Impressum englische Limited .....	41
M14   Impressum Ltd. ....	42
<b>2. Datenschutzerklärung .....</b>	<b>42</b>
Ausdrückliche Einwilligung.....	43
Vorsicht bei Scoring-Verfahren .....	45
Bonitätsprüfung je nach Zahlungsart .....	45
a) Einfache Datenschutzerklärung ohne Einwilligungen .....	46
Datenschutzhinweise sind keine AGBs.....	46
M15    Datenschutzerklärung einfach .....	46
b) Datenschutzerklärung mit einfachen Einwilligungen.....	47
Wiederholung von Einwilligungstexten in der Datenschutzerklärung .....	47
Bei Newsletter über Verwendung zu Werbezwecken aufklären .....	48
M16    Datenschutzerklärung mit Newsletter und Bonitätsprüfung .....	48
c) Datenschutzerklärung mit erweiterten Einwilligungen.....	49
Anpassung der Einwilligungstexte auf den Einzelfall .....	49
Beratung durch einen Rechtsanwalt empfohlen.....	50
M17    Datenschutzerklärung mit erweiterten Einwilligungen .....	50
<b>3. Warenangebot .....</b>	<b>53</b>
a) Produktbeschreibung .....	53
Keine Verletzung von Urheberrechten .....	53
M18    Wesentliche Merkmale der Ware .....	53
Erweiterte Kennzeichnungspflichten bei bestimmten Produkten.....	53
Bei FSK-Artikeln Altersverifikationssysteme einsetzen .....	54
b) Preisangaben, Versandkosten und Zusatzkosten .....	54
Preisangaben bei allen Angeboten bestellbarer Waren .....	54
Hinweis auf MwSt und Versandkosten spätestens auf Produktdetailseiten .....	55
M19    Preisangaben mit Hinweis zu MwSt und Versandkosten .....	55
Bereits drei „Abmahnwellen“ wegen fehlerhafter Preisangaben .....	56
Hinweis VOR Einleitung des Bestellvorgangs (Ware in den Warenkorb legen).....	56
Neuer Trend: Bagatelverstoß, wenn Hinweis auf MwSt erst im Warenkorb erfolgt?.....	56
Optionales Angebot „Unversicherter Versand“ wettbewerbswidrig? .....	56
Bei unbegrenztem Liefergebiet Auslandsversandkosten nennen .....	57
M20    Gültigkeitsdauer des Angebotes .....	57
Keine Grundpreisangaben bei eBay-Auktionen .....	57
M21    Hinweis auf Nachnahmegebühr, Zölle, Steuern .....	58
„Übermittlungsentgelt“ bei Nachnahme.....	58
c) Lieferinformationen und Verfügbarkeit .....	58
Liefergebiet begrenzen oder informieren .....	58
Zölle und Gebühren bei Nicht-EU Lieferungen .....	58
M22    Begrenzung des Liefergebietes .....	58
Lieferzeiten müssen auf der Produktseite genannt werden .....	59
M23    Angaben zu Lieferzeiten .....	60
M24    Hinweis auf den Warenvorrat .....	60
Formulierung „in der Regel“ in AGB problematisch.....	60
d) Bestellschritt-Info.....	61
M25    Bestellschritt-Info: Produkte in den Warenkorb legen .....	61
<b>4. Datenerhebung und Zahlung .....</b>	<b>62</b>
a) Datenvermeidung .....	62
Unbegrenzte Länderauswahl lässt auf entsprechendes Angebot schließen .....	62

M26	Pflichtangaben und freiwillige Angaben	62
b)	Registrierung	63
M27	Registrierung	63
M28	Verwendung von Cookies	63
c)	Newsletteranmeldung	63
	Vorliegen der Einwilligung muss von Ihnen bewiesen werden	64
	Newsletter-Werbung ohne ausdrückliche Einwilligung	64
M29	Erlaubnis zur E-Mail-Werbung	64
	Hinweis auf Abbestellmöglichkeit ist gesetzlich erforderlich	65
d)	Zahlungsart und Zahlungsdaten	65
	Mindestens zwei Zahlungsarten empfehlenswert	65
	Rechtzeitig auf beschränkte Zahlungsmöglichkeiten hinweisen	65
M30	Zahlungsbedingungen und Zahlungsinformationen	66
M31	Einwilligung zur Speicherung von Bankdaten	66
	Besondere Schutzmaßnahmen bei Speicherung von Kreditkartendaten	66
e)	Bonitätsprüfung	66
M32	Bonitätsüberwachung	67
f)	Bestellschritt-Info	67
M33	Bestellschritt-Info: Dateneingabe und Auswahl der Zahlungsart	67
5.	Bestellseite	67
a)	Korrekturmöglichkeiten	67
M34	Hinweis zu Korrekturmöglichkeiten	67
	Verlängerung der Widerrufsfrist bei fehlenden Hinweisen zu Korrekturmöglichkeiten	68
b)	Hinweis auf E-Mail-Werbung	68
M35	Hinweis auf E-Mail-Werbung	68
c)	Widerrufsrecht	68
	Verlängerung der Widerrufsfrist bei fehlerhafter Belehrung	68
	Abmahnungen wegen Fehlern bei der Belehrung	68
	Kein Wertersatz wegen Benutzung der Ware bei fehlenden Hinweisen	69
	Information auf der Website und Belehrung in Textform	69
	„Sprechende Links“ genügen	69
	Wann ist ein Link sprechend?	70
	Sprechender Link auf der Bestellseite	70
	Vorsicht beim Einsatz von Grafiken	70
M36	Hinweis auf das Widerrufsrecht	70
	Freiwilliges Widerrufsrecht auch für gewerbliche Kunden?	70
M37	Hinweis auf Nichtbestehen des Widerrufsrechts	71
	Elektronische Bauteile sind nicht vom Widerruf ausgeschlossen	72
	Built-to-Order Computer sind nicht vom Widerrufsrecht ausgeschlossen	72
	Tesafilm ist keine „Versiegelung“ (Ausnahme vom Widerrufsrecht)	72
	Geöffnete Kontaktlinsen nicht vom Widerrufsrecht ausgeschlossen	72
M38	Hinweis zum Erlöschen des Widerrufsrechtes bei Dienstleistungen	73
	Information und Belehrung in AGB: Hervorhebung erforderlich	73
	Zeitpunkte der Information und Belehrung	73
	Widerrufsfrist bei „normalen“ Online-Shops	74
	Ungelöstes Problem: Fristlänge, Wertersatz und Rückgaberecht bei eBay	74
	Verlängertes Widerrufsrecht bei eBay und amazon marketplace?	74
	Verlängertes Widerrufsrecht bei „normalen Shops“	74
	Wertersatz bei „normalen Shops“	75
	Problem: Fehlerhafte alte Musterbelehrungen des BMJ	75
	Amtliches Muster zur Textformbelehrung	75
	Kann das neue Muster rechtssicher eingesetzt werden?	76
	Änderungen am amtlichen Muster nicht auf eigene Faust	76
M39	BMJ-Muster für die Widerrufsbelehrung bis 31.3.2008 (nicht mehr empfohlen)	77
	Amtliches Muster zur Information auf der Website	79
	Konzeption des neuen Musters auch für die Verwendung auf der Internetseite	79
	Neufassung des Musters zum 1. April 2008	79
	Soll das neue Muster verwendet werden, auch ohne dass es Gesetzesrang hat?	80
	Bester Weg: Korrektur der Fehler und Neuverkündung	80
M40	Neues amtliches Muster für die Widerrufsbelehrung (ab sofort verwenden)	81
	Änderungen am Muster auf eigene Gefahr	84
M41	Angepasste Muster-Widerrufsbelehrung für Online-Shops	84
	Belehrung auch über die Rechte des Kunden	85
M42	Angepasste Muster-Widerrufsbelehrung für eBay-Händler	85

Verwendung des alten Musters nur mit Fehlerkorrektur .....	86
M43 Einleitende Korrektur für das alte Muster (nicht empfohlen)	86
Häufige Fehler beim Widerrufsrecht .....	86
Keine Beschränkung auf originalverpackte bzw. unbenutzte Ware .....	86
„Unfreie Rücksendungen werden nicht angenommen“ unzulässig .....	87
Keine Telefonnummer in der Widerrufsbelehrung.....	87
40-EUR-Klausel gilt nicht automatisch .....	87
Rückgaberecht statt Widerrufsrecht.....	87
Keine Vermischung von Widerrufs- und Rückgaberecht.....	87
Welches Recht ist für mich günstiger? .....	88
M44 Hinweis auf das Rückgaberecht	88
M45 BMJ-Muster für die Rückgabebelehrung bis 31.3.2008 (nicht mehr empfohlen)	88
„40-EUR-Klausel“ gilt nicht beim Rückgaberecht .....	89
Rückgaberecht muss in AGB vereinbart werden .....	90
M46 Neues amtliches Muster für die Rückgabebelehrung (ab sofort verwenden)	90
Änderungen am Muster auf eigene Gefahr .....	91
M47 Angepasste Muster-Rückgabebelehrung für Online-Shops	92
Verwendung des alten Musters nur mit Fehlerkorrektur .....	92
M48 Einleitende Korrektur für das alte Muster (nicht empfohlen)	92
d) Einbeziehung von AGB .....	93
AGB nicht zu lang, speicherbar und druckbar .....	93
M49 Einbeziehung Allgemeiner Geschäftsbedingungen	93
e) Vertragsschluss .....	93
Keine Zahlungsaufforderung in der Zugangsbestätigung .....	94
Verlängerung der Widerrufsfrist bei fehlender Information.....	95
M50 Informationen zum Vertragsschluss	95
<b>6. AGB und Infos</b>	<b>96</b>
a) Informationspflichten im Fernabsatz und E-Commerce .....	96
M51 Speicherung und Zugänglichkeit des Vertragstextes	98
Verlängerung der Widerrufsfrist auf 6 Monate bei Fehlern.....	98
b) Gesetzliche Informationen ohne AGB .....	98
Keine Widersprüche zwischen Informationen, AGB und E-Mail-Bestätigung.....	98
Vermeintliche Informationen sind häufig schon AGB .....	99
M52 Kundeninformationen	99
c) Einfache AGB mit Kundeninformationen .....	101
AGB müssen nicht verwendet werden .....	101
Weniger ist mehr .....	102
AGB nicht zu lang, speicherbar und druckbar.....	102
AGB müssen in „Textform“ mitgeteilt werden.....	102
Widerrufsrecht ODER Rückgaberecht .....	102
Hervorhebung des Widerrufsrechtes in AGB .....	102
Abmahnungen wegen Trusted Shops Originalverpackungsklausel! .....	103
OLG Hamburg bestätigt Trusted Shops Klausel zur Bitte um Frankierung .....	103
M53 Allgemeine Geschäftsbedingungen mit Kundeninformationen	103
d) Problematische AGB-Klauseln .....	108
Einbeziehung von AGB .....	108
Lieferzeiten .....	108
Lieferzeit „in der Regel“ .....	108
Liefervorbehalte .....	108
Gutscheinverfall .....	109
Teillieferungen .....	109
Originalverpackung, Rechnung, Retourenschein beim Widerrufsrecht.....	109
„Unfreie Rücksendungen werden nicht angenommen“ .....	109
Strafporto und Hinsendekosten beim Widerrufsrecht.....	109
Gutschriften nach Widerruf .....	109
Gefahrenübergang, „unversicherter Versand“ .....	110
Rügefristen.....	110
Gewährleistung .....	110
Schadenspauschalen.....	110
Haftung .....	110
Erfüllungsort.....	111
Gerichtsstandsvereinbarung .....	111
Salvatorische Klausel.....	111
e) Erweiterte AGB mit Kundeninformationen .....	111
Beratung durch einen Rechtsanwalt empfohlen.....	111

Achtung: Abmahnungen wegen Trusted Shops Originalverpackungsklausell .....	111
M54 Allgemeine Geschäftsbedingungen mit Kundeninformationen .....	112
<b>7. E-Mail-Bestätigung .....</b>	<b>118</b>
Angaben zu Lieferzeiten .....	118
a) Zugangsbestätigung .....	119
„Versehentlicher“ Vertragsschluss durch E-Mail-Bestätigung .....	119
M55 Zugangsbestätigung (keine Auftragsbestätigung) .....	119
Widerrufsbelehrung ist ein Muss-Bestandteil der E-Mail .....	120
b) Auftragsbestätigung mit Widerrufsbelehrung .....	121
Fristverlängerung bei Belehrung erst nach Vertragsschluss .....	121
Formalitäten der „Textform“ .....	121
M56 Auftragsbestätigung .....	121
Pflichtinformationen zusätzlich mit der Lieferung in Papierform .....	122
c) Auftragsbestätigung mit AGB .....	123
M57 Auftragsbestätigung .....	123
Strenge Formerfordernisse für Widerrufsbelehrung in AGB .....	123
<b>III. Nach der Bestellung .....</b>	<b>124</b>
1. Preisirrtümer und Lieferschwierigkeiten .....	124
Unverzögliche Anfechtung bei Preisirrtümern .....	124
Stornierung durch Sie, nicht den Kunden .....	124
2. Transportverlust und Transportschäden .....	124
Keine Abwälzung der Transportgefahr .....	124
3. Unfreie Rücksendungen und Hinsendekosten .....	125
Keine gesetzliche Vorschusspflicht des Kunden .....	125
Abmahngefahr und endloses Widerrufsrecht .....	125
Annahmeverweigerung führt zu weiteren Risiken .....	125
4. Beschädigungen, fehlende Teile und Gebrauchsspuren .....	126
Abzug wegen Gebrauchsspuren nur bei Belehrung in Textform .....	126
Kein Abzug wegen Prüfung wie im Ladengeschäft .....	126
Ware darf nicht wegen Benutzung vom Widerruf ausgenommen werden .....	127
5. Gewährleistung: Rechte Ihrer Kunden .....	127
Widerruf ist auch bei mangelhafter Ware möglich .....	127
<b>IV. Alle Mustertexte .....</b>	<b>129</b>
<b>V. Wichtige Gesetze .....</b>	<b>146</b>
1. Bürgerliches Gesetzbuch (BGB) - Auszug .....	146
2. BGB-Informationspflichtenverordnung (BGB-InfoV) – Auszug .....	151
3. Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) – Auszug .....	152
4. Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) – Auszug .....	153
5. Preisangabenverordnung (PAngV) – Auszug .....	155
6. Telemediengesetz (TMG) – Auszug .....	156
Welche Leistungen bietet Trusted Shops? .....	159
Welche Wirkung hat die Zertifizierung? .....	160
Wie werde ich Trusted Shops Mitglied? .....	160
Über die Autoren .....	161