



Produktpräsentation im Onlineshop

Rechtliche Rahmenbedingungen

LEITFADEN

Produktpräsentation im Onlineshop

Nachdem man sich als frischgebackener Shopbetreiber für ein Shopsystem oder eine Verkaufsplattform entschieden hat, geht es an die „Inneneinrichtung“. Die Waren müssen ansprechend präsentiert werden, um möglichst viele Besucher zum Kauf zu animieren. Aber gerade bei der Produktpräsentation unterlaufen vielen Shopbetreibern rechtliche Schnitzer, die schmerzhaft finanzielle Folgen nach sich ziehen können. Vielen Händlern ist gar nicht bewusst, dass neben AGB, Widerrufsbelehrung, Datenschutzerklärung und Impressum noch zahlreiche andere rechtliche Hürden zu überwinden sind wie z.B.

- > Urheberrechte
- > Preisangabenverordnung
- > Kennzeichnungsgesetze

Dieser Leitfaden möchte bei Shopbetreibern insbesondere das Problembewusstsein schärfen und dazu animieren, nach der Lektüre die eigene Produktpräsentation einer kritischen Prüfung zu unterziehen. Denn je nach Produktgruppe gelten andere Vorschriften, so dass jeder Einzelfall hier nicht abgebildet werden kann.

Bilder

Ein schönes Bild gehört zu einer gelungenen Produktpräsentation einfach dazu. Aber wie kommt man an die Bilder? Folgende Möglichkeiten stehen dem Händler im Regelfall zur Verfügung:

- > Eigenanfertigung
- > Lizenzvereinbarung / Kaufvertrag
- > unzulässige Selbstbedienung

Eigenanfertigung

Schnell und günstig kann der Onlinehändler die Bilder selbst anfertigen. An diesen Bildern steht ihm „automatisch“ das Urheberrecht zu, d.h. er muss sie nicht erst durch einen Urhebervermerk oder ein © kennzeichnen. Allerdings laufen Unternehmer mit selbstgemachten Fotos Gefahr, die Außenwirkung des Shops durch amateurhafte Produktdarstellungen zu beeinträchtigen.

Lizenzvereinbarung

Professionell erstellte Fotos haben ihren Preis, d.h. im Regelfall muss man mit dem Urheber einen Lizenzvertrag abschließen, in dem die Höhe der Lizenzgebühr und der Umfang des Nutzungsrechts festgelegt sind. Alternativ werden auch lizenzfreie Bilder verkauft. Manche Bilder werden zur kostenlosen Nutzung angeboten.

Aber Vorsicht:

In Zweifelsfällen sollte man sicherheitshalber nachfragen und sich eine Erlaubnis zur kostenfreien Nutzung der Produktbilder erteilen lassen. Auch die Nutzung von Bildern vom Hersteller oder Großhändler, bei dem man das Produkt eingekauft hat, muss man sich genehmigen lassen.

Unzulässige Selbstbedienung

Das Internet bietet eine verlockende Fülle an Bildern, die man theoretisch schnell herunterladen und für eigene Zwecke nutzen könnte. Dieser Versuchung sollte man widerstehen, da sie eine Urheberrechtsverletzung darstellen würde. Sie kann kostenpflichtig abgemahnt werden. Ein Urheberrechtsverletzer muss die Kosten des eingeschalteten Abmahnanwalts tragen und Schadensersatz leisten. Die Schadensersatzhöhe berechnet sich in der Regel danach, welche Lizenzgebühr man für die Nutzung der Bilder im Regelfall gezahlt hätte.

Bilder sind bindend!

Ein Urteil des Bundesgerichtshofs (BGH) zwingt die Händler bei der Auswahl der Bilder zur höchsten Wachsamkeit. Die Produktbilder müssen genau das zeigen, was verkauft werden soll. In dem vom BGH entschiedenen Fall ging es um einen unfallbeschädigten Pkw, der online über eine Restwertbörse verkauft wurde. Auf einem Foto war eine Standheizung zu erkennen, die nicht mitverkauft werden sollte und vor dem Verkauf ausgebaut wurde. Im Beschreibungstext wurde die Standheizung bei der Aufzählung der Zusatzausstattung nicht aufgeführt, es wurde aber auch nicht ausdrücklich darauf hingewiesen, dass die Standheizung nicht mitverkauft werden soll. Der BGH hat in seinem Urteil aber klargestellt, dass der Käufer einen Anspruch darauf hat, den Wagen so zu erhalten, wie er abgebildet war, d.h. mit Standheizung.

Produktbeschreibung

Auch an kreativen Texten besteht ein Urheberrecht. Bei der Formulierung ist äußerste Vorsicht angesagt, da z.B. wettbewerbswidrige Werbung von Konkurrenten und Verbraucherzentralen abgemahnt werden kann. Besonders beliebt sind in diesem Bereich Abmahnungen von „**Werbung mit Selbstverständlichkeiten**“.

„100 % Originalware“

So wurden z.B. eBay-Händler abgemahnt, die ihre Ware auffällig mit „100 % Originalware“ oder ähnliche Formulierungen beworben hatten. Auch wenn bei eBay immer wieder Fälschungen angeboten werden, ist es nicht zulässig, die eigene Ware **in auffälliger Art und Weise** als Originalware anzupreisen. Auch wenn sich viele Händler nicht daran halten, gilt es trotzdem als Selbstverständlichkeit, dass auf eBay ausschließlich Originalware verkauft werden darf.

„Rechnung mit ausgewiesener Mehrwertsteuer“

Wer **auffällig** darauf hinweist, dass der Ware eine Rechnung mit ausgewiesener Mehrwertsteuer beigelegt wird, handelt nach Ansicht einiger Gerichte wettbewerbswidrig. Es wird als üblich angesehen, dass der Kunde eine Rechnung mit Mehrwertsteuer erhält. Es soll nicht der Eindruck entstehen, dass der Verbraucher einen besonderen Vorteil gewinnt, wenn er gerade bei diesem Händler einkauft.

„Bei uns können Sie die Ware innerhalb von 14 Tagen zurückschicken, wir ersetzen Ihnen den Kaufpreis.“

Diese und ähnliche Formulierungen geben nur den Inhalt des Widerrufsrechts wieder, das den Verbrauchern bei Onlinekäufen uneingeschränkt gesetzlich zusteht.

Verkauf ausschließlich an Gewerbetreibende

Viele Informationspflichten bestehen nur gegenüber Verbrauchern und müssen nicht beachtet werden, wenn ausschließlich an Gewerbetreibende verkauft wird. Gegenüber Gewerbetreibenden darf z.B. mit Nettopreisen geworben werden. Ihnen steht auch kein Widerrufsrecht zu.

Allerdings muss der Shopbetreiber einen deutlich hervorgehobenen und klar verständlichen Hinweis darauf anbringen, dass er ausschließlich an Händler verkauft (etwa „Verkauf nur an Händler“) und Kontrollen durchführen, indem er sich z.B. eine Kopie der Gewerbeanmeldung zuschicken lässt.

Grund für diese strenge Regelung: Der Verkäufer soll sich den Verbraucherschutzvorschriften nicht einfach durch die Behauptung entziehen können, er verkaufe ausschließlich an Gewerbetreibende. Wer letztlich auch mit Verbrauchern Kaufverträge abschließt, Verbraucher dann aber nicht über ihr Widerrufsrecht belehrt, handelt wettbewerbswidrig und kann abgemahnt werden.



Preise

Die **Preisangabenverordnung (PAngV)** stellt an Onlinehändler besondere Anforderungen in Bezug auf die Darstellung der Preise im Onlineshop. Gerade im Internet ist der Preis der Ware oft das entscheidende Kriterium für die Kaufentscheidung des Verbrauchers. Die Preisangabenverordnung beruht daher auf den Grundsätzen der **Preisklarheit** und **Preiswahrheit**. Für den Verbraucher muss der **Endpreis** des Produkts auf einen Blick erkennbar sein.

Bei der Angabe der Preise im Onlineshop fordert die Preisangabenverordnung, dass der Endpreis anzugeben ist. Endpreis heißt, dass die

Summe anzugeben ist, die der Verbraucher tatsächlich für den Artikel zu zahlen hat. Insbesondere ist daher die **Umsatzsteuer** schon in den Preis **einzurechnen**, aber auch **andere Preisbestandteile** sind bereits in die Bildung des Endpreises **einzubeziehen**. Im Fernabsatz ist den Preisen jeweils ein Hinweis hinzuzufügen, der erkenntlich macht, dass es sich um den Endpreis inklusive Umsatzsteuer handelt und dass außerdem Versandkosten anfallen.

Probleme ergeben sich hier für Onlinehändler, die die **Kleinunternehmerregelung** des § 19 Umsatzsteuergesetz (UStG) nutzen. Es empfiehlt sich, beim Preis klar darauf hinzuweisen, dass es sich um den Endpreis handelt, die Kleinunternehmerregelung des § 19 UStG Anwendung findet und die Umsatzsteuer daher nicht ausgewiesen wird.

Die **Versandkosten** sind **kein Bestandteil des Preises** und daher auch nicht in den Endpreis einzuberechnen. Die Höhe der Versandkosten muss nicht direkt neben dem Endpreis angegeben werden. Es reicht aus, wenn der Kunde die Angaben über einen Link (z.B. namens „zzgl. Versandkosten“) erreichen kann. Die Versandkosten dürfen jedenfalls nicht erst während des Bestellprozesses angezeigt werden. Lässt sich die Höhe nicht genau angeben (beispielsweise weil sie nach Gewicht variiert), sollten dem Kunden die Informationen zur Verfügung gestellt werden, mit denen er die Versandkosten selbst berechnen kann.

Für die Nutzung von **Preissuchmaschinen** hat der BGH besondere Anforderungen aufgestellt. Die Werbung in einer solchen Preissuchmaschine ist bereits so konkret gefasst, dass sie als Angebot an den Kunden aufzufassen ist.

Wenn also Produkte in einer Preissuchmaschine gelistet sind, müssen Unternehmen sicherstellen, dass bereits in der **Übersicht der Preissuchmaschine** die Versandkosten **zutreffend angegeben** werden.

Es stellt einen abmahnfähigen Wettbewerbsverstoß dar, wenn nur der Endpreis in der Preissuchmaschine genannt wird, während der Bestellung aber noch Versandkosten addiert werden. Der Onlinehändler muss außerdem sicherstellen, dass die Produkte tatsächlich zu dem Preis verfügbar sind, zu dem sie in der Preissuchmaschine angeboten werden. Es stellt einen **Wettbewerbsverstoß** dar, wenn die Ware **im Shop teurer** ist als in der Preissuchmaschine angegeben.

Die Preisangabenverordnung sieht in bestimmten Fällen vor, dass neben dem Endpreis bzw. anstelle des Endpreises der **Grundpreis** von Waren angegeben werden muss. Die Verpflichtung gilt dann, wenn Waren nach **Gewicht, Länge, Volumen oder Fläche** angeboten werden. Der Grundpreis ist üblicherweise hochgerechnet auf 1 Liter, 1 Kilogramm, 1 Meter etc. anzugeben. Bei Kleinmengen ist es ausreichend, wenn der Grundpreis bezogen auf 100 Gramm bzw. Milliliter angegeben wird. In **§ 9 Abs. 4, 5 und 6 PAngV** sind die Ausnahmen von der Pflicht zur Angabe des Grundpreises gelistet.

Kennzeichnungs- & Informationspflichten

Die Fülle dieser Spezialgesetze ist unüberschaubar. Im Rahmen dieses Leitfadens können nur einige Vorschriften exemplarisch angesprochen werden:

EU-Textilkennzeichnungsverordnung

Die EU-Textilkennzeichnungsverordnung verpflichtet Verkäufer von Textilprodukten (z.B. Kleidung oder Möbeln mit Textilbestandteilen), ihre Waren entsprechend ihrer Bestandteile zu kennzeichnen. In der Artikelbeschreibung sollten der Typ der verwendeten Faser und der prozentuale Anteil dieser Faser am Gewicht des Textilprodukts angegeben werden (z.B. 100 % Baumwolle).

Energiekennzeichnungsverordnung

Die Verordnung über die Kennzeichnung von Haushaltsgeräten mit Angaben über den Verbrauch an Energie und anderen wichtigen Ressourcen (EnVKV) verpflichtet die Händler von „weißer Ware“, wie beispielsweise Kühlschränken, die Geräte entsprechen ihres Energieverbrauchs zu kennzeichnen. Der Kunde muss über den Energieverbrauch informiert werden, bevor er seine Kaufentscheidung trifft. Die Kennzeichnung hat die Energieeffizienzklasse, den Energieverbrauch in kWh/Jahr und je nach angebotenen Gerät noch weitere Daten zu nennen.

Batteriegesetz

Das Batteriegesetz betrifft den Handel mit Batterien bzw. mit Geräten, die Batterien enthalten. Käufer müssen darauf hingewiesen werden, dass sie zur **Rückgabe von Altbatterien** gesetzlich verpflichtet sind und Batterien beim Händler kostenfrei zurückgegeben werden können. Außerdem sind Onlinehändler dazu verpflichtet, die Kennzeichnungen auf den Batterien zu erläutern.

Jugendschutzgesetz

Vorsicht ist beim Handel mit Waren geboten, auf die die Regelungen des Jugendschutzes Anwendung finden. Darauf ist bei Medien, insbesondere Filmen und Computerspielen zu achten. Wenn die Freiwillige Selbstkontrolle eine **Alterskennzeichnung** vergeben hat, so ist die Altersfreigabe beim jeweiligen Produktangebot im Internet in der gesetzlich vorgeschriebenen Form anzubringen. Auch der jeweilige Datenträger und die Hülle des Datenträgers müssen mit einem deutlichen Hinweis auf die Altersfreigabe versehen sein. Medien, die mit der Altersfreigabe „Nicht freigegeben unter 18 Jahren“ oder „Freigegeben ab 18 Jahren“ versehen sind, dürfen auch nicht in jugendbeeinträchtigender Weise beworben werden.

Altölverordnung

Wer gewerbsmäßig Motor- oder Getriebeöl über einen Onlineshop verkauft, ist zur Rücknahme bzw. fachgerechten Entsorgung des Altöls verpflichtet. Darüber muss der Händler seine Käufer mithilfe eines deutlichen Hinweises im Shop auch informieren.

Einen ersten Überblick über die in Frage kommenden Rechtsvorschriften kann man sich durch die Eingabe entsprechender Suchbegriffe zunächst im Internet verschaffen. Wer Sicherheit haben möchte, sollte einen erfahrenen Anwalt mit der Shopüberprüfung beauftragen.



Download aller BIEG-Leitfäden unter
www.bieg-hessen.de

Stand: März 2016

Über den Autor

Rechtsanwalt Dr. Volker Baldus arbeitet bei dem Online-Rechtsportal janolaw AG und betreut dort den AGB Hosting-Service. Er beschäftigt sich mit Rechtsfragen rund um den Onlineshop und sorgt dafür, dass Shopbetreibern immer preiswerte und aktuelle AGB, Datenschutzerklärung und Impressum zur Verfügung stehen.

www.janolaw.de

RA Dr. Volker Baldus
janolaw AG



Das Angebot des BIEG Hessen

Das BIEG Hessen unterstützt kleine und mittlere Unternehmen aller Branchen auf dem Weg ins Internet. Wir helfen Ihnen, Chancen und Risiken des E-Business zu verstehen und die enormen Potenziale Ihres Unternehmens freizusetzen. Egal ob Suchmaschinenoptimierung, Newsletterversand oder Webdesign – wir beraten Sie kostenlos und neutral.

Leitfäden: Verständlich und auf den Punkt

Vielleicht erhalten Sie ja bereits bei einem Blick auf unsere Leitfäden erste Antworten auf Ihre Fragen. Auf unserer Website und in Print können Sie sich über zahlreiche Themen des Online-Marketing informieren. Die Leitfäden geben einen ersten Überblick und ermöglichen Ihnen, sich im Dschungel der Marketingmöglichkeiten zu orientieren.

Seminare: Kompaktes Expertenwissen

Auf unseren Seminaren und Tagungen geben Experten Einführungen in die Welt des E-Business – zum kleinen Preis. Praxisnah und neutral erhalten Sie Einblicke in die effektive Nutzung von Social Media, die rechtssichere Gestaltung von Internetauftritten und die Präsentation attraktiver Inhalte in Ihrem Onlineshop.

Website-Check: Individuelles Feedback

Sie möchten neutrales Feedback zu Ihrer Website? Vereinbaren Sie einen Termin für ein individuelles Beratungsgespräch mit einem unserer Referenten. Sie erhalten ehrliche Rückmeldungen über die Qualität Ihrer Website, Ihre Online-Strategie und Ihre Chancen im Web.

Rufen Sie uns an oder schreiben Sie uns eine E-Mail.
Wir freuen uns auf Sie!

info@bieg-hessen.de
Tel. 069 / 2197 1380
www.bieg-hessen.de

Impressum

Herausgeber

BIEG Hessen GbR
Beratungs- und Informationszentrum
elektronischer Geschäftsverkehr Hessen GbR

c/o IHK Frankfurt am Main
Börsenplatz 4 | 60313 Frankfurt am Main
Telefon: +49 (0)69 2197-1380 | Telefax: +49 (0)69 2197-1497
info@bieg-hessen.de | www.bieg-hessen.de

Das BIEG Hessen ist eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts und wird durch folgende persönlich haftende Gesellschafter vertreten:

IHK Frankfurt am Main
vertreten durch den Präsidenten Prof. Dr. Mathias Müller und
den Hauptgeschäftsführer Matthias Gräßle
Börsenplatz 4 | 60313 Frankfurt am Main

IHK Fulda
vertreten durch den Präsidenten Bernhard Juchheim und
den Hauptgeschäftsführer Stefan Schunck
Heinrichstraße 8 | 36037 Fulda

IHK Hanau-Gelnhausen-Schlüchtern
vertreten durch den Präsidenten Dr. Norbert Reichhold und
den Hauptgeschäftsführer Dr. Gunther Quidde
Am-Pedro-Jung-Park 14 | 63450 Hanau

IHK Offenbach am Main
vertreten durch den Präsidenten Alfred Clouth und
den Hauptgeschäftsführer Markus Weinbrenner
Frankfurter Str. 90 | 63067 Offenbach am Main

Die Führung der laufenden Geschäfte des BIEG Hessen obliegt der
IHK Frankfurt am Main.

Verantwortlich für den Inhalt
Detlev Osterloh, Geschäftsführer
BIEG Hessen, IHK Frankfurt am Main
Börsenplatz 4 | 60313 Frankfurt am Main
Telefon: +49 (0)69 2197-1380 | Telefax: +49 (0)69 2197-1497
detlev.osterloh@bieg-hessen.de

Druck: Daab Druck & Werbe GmbH, Reinheim

Layout und Titelbild: Birgit Dürr

Produktpräsentation im Onlineshop

Gerade bei der Produktpräsentation unterlaufen vielen Shopbetreibern rechtliche Schnitzer, die schmerzhaft finanzielle Folgen nach sich ziehen können. Vielen Händlern ist gar nicht bewusst, dass neben AGB, Widerrufsbelehrung, Datenschutzerklärung und Impressum noch zahlreiche andere rechtliche Hürden zu überwinden sind. Unser Leitfaden gibt einen Überblick.



Träger des BIEG Hessen | Industrie- und Handelskammern:
Frankfurt am Main | Fulda | Hanau-Gelnhausen-Schlüchtern | Offenbach am Main



HERAUSGEBER

BIEG Hessen
c/o IHK Frankfurt am Main
Börsenplatz 4
60313 Frankfurt am Main

Telefon 069 2197-1380
Telefax 069 2197-1497
info@bieg-hessen.de
www.bieg-hessen.de