



## ■ Checkliste Onlinegeschäft

mit begleitenden Hinweisen und  
Erläuterungen

Version 1.3

Copyright 2007

Alle Rechte,  
auch der auszugsweisen Vervielfältigung, bei BITKOM -  
Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation,  
und neue Medien e.V., Berlin/Frankfurt

Redaktion:	Dr. Kai Kuhlmann
Redaktionsassistentz:	Karen Schlaberg
V.i.S.d.P.:	Dr. Bernhard Rohleder

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur Version 1.0.....	5
Version 1.2 und 1.3 .....	5
Einführung .....	7
Teil A: Vertragsrecht im Internet.....	9
I. Elektronische Kaufverträge: Besonderheiten des Vertragsrechts im Internet.....	9
1. Vertragsschluss.....	9
2. Widerrufs- und Rückgaberecht.....	11
3. Einbeziehung von AGB .....	13
Vorliegen von AGB.....	13
Einbeziehung von AGB .....	13
Inhaltskontrolle .....	14
Teil B: Checkliste.....	16
I. Anbieterkennzeichnung ( "Impressum") .....	16
II. Online Shop.....	16
1. Online Shop – Bereich / Vor Vertragsschluss: Notwendige Vorabinformationen.....	17
2. Allgemeine Geschäftsbedingungen.....	21
3. Vor Lieferung bzw. Erfüllung .....	21
III. Datenschutzrechtliche Anforderungen*.....	22
Teil C: Begleitende Hinweise und weitere Erläuterungen .....	25
I. Begleitende Hinweise zur Checkliste .....	25
Nr. 1, Anbieterkennzeichnung:.....	25
Nr. 2, Kontaktadresse.....	25
Nr. 3, Registerangaben .....	26
Nr. 4, Aufsichtsbehörde.....	26
Nr. 5, berufsrechtliche Regelungen.....	26
Nr. 6, Verbraucher:.....	26
Nr. 7, Abbedingung von Infopflichten bei Geschäftskunden .....	27
Nr. 8, Infopflichten gegenüber Verbrauchern .....	27
Nr. 9, Zeitpunkt und Zurverfügungstellung der Informationen.....	27
Nr. 10, Vertragsschluss .....	28
Nr. 11, Preise .....	28
Nr. 12, Einzelheiten zur Lieferung.....	29
Nr. 13, Widerrufs- und Rückgaberecht.....	29
Nr. 14, Schritte des Vertragsschlusses u. a. ....	30
Nr. 15, Bestellprozess .....	30
Nr. 16, Zugangsbestätigung.....	31
Nr. 17, AGB.....	31
Nr. 18, Textform .....	31
Nr. 19, Datenschutz.....	31
Nr. 20, Auskunftsrecht.....	32
Nr. 21, Widerspruchsrecht.....	32
Nr. 22, Datenschutz und Einwilligung.....	32
II. Weitere Erläuterungen .....	33
1. Registrierung und Allgemeine Nutzungsbedingungen .....	33
2. Links und Frames.....	34

a) Hyperlinks .....	34
b) Frames .....	35
3. Mögliche Sanktionen .....	35
5. Protokollierung .....	35
6. Elektronische Signaturen .....	36
7. Exportkontrolle .....	36
III. Relevante gesetzliche Regelungen.....	37
Telemediengesetz .....	37
Vorschriften des BGB.....	37



## Vorwort zur Version 1.0

Die "Checkliste Onlinegeschäft" ist eine der Publikationen des BITKOM - Fachausschusses "AGB und juristische Leitfäden". Der Fachausschuss besteht aus Experten der BITKOM-Mitgliedsfirmen und befasst sich mit Fragen rund um die Vertragsgestaltung und -abwicklung in der ITK-Branche.

Besonderer Dank gilt folgenden Personen, die mit ihrer Expertise und wertvollen praktischen Erfahrung ganz maßgeblich zur Entstehung des Leitfadens beigetragen haben:

- Dieter Götz, ATOS Origin GmbH\*
- Stefan Koll, Datev eG\*
- Dr. Kai Kuhlmann, BITKOM e. V.

Berlin, den 24. März 2005

\*Mitglied im BITKOM Arbeitskreis AGB und juristische Leitfäden

### Version 1.2

Die Checkliste Onlinegeschäft wurde im November 2006 aktualisiert, um neue Entwicklungen in der Rechtsprechung etc. aufzunehmen.

### Version 1.3

Im August 2007 wurden in die Checkliste die Änderungen aufgenommen, die sich durch das Inkrafttreten des Telemediengesetzes vom 26.2.2007 (TMG) ergeben haben.

**Als weitere Publikationen des Arbeitskreises AGB und juristische Leitfäden sind erhältlich:**

- Schuldrechtsmodernisierung für Einsteiger und Nichtjuristen (Leitfaden zum neuen Schuldrecht)
- German Obligations' Law Modernization
- Bitkom – AGB Version 1.3
  - Allgemeine Vertragsbedingungen (AV BITKOM)
  - Überlassung von (Standard-)Software (VÜ BITKOM)
  - Erstellung von (Individual-)Software (VES BITKOM)
  - Pflege von Software (VPS BITKOM)
  - Verkauf von Hardware (VH BITKOM)
  - Wartung von Hardware (WH BITKOM)
  - Dienstleistung (DL BITKOM)
  - Werkvertrag (WV BITKOM)
- Begleitende Hinweise zu den Bitkom - AGB
- AGB für das Onlinegeschäft b2b, Version 1.0
- Leitfaden Auslandsgeschäft Frankreich (Liefervertrag)
- Leitfaden Auslandsgeschäft VAE (Liefervertrag)
- Leitfaden Auslandsgeschäft Polen (Liefervertrag)
- Leitfaden Auslandsgeschäft Russland (Liefervertrag)
- Grenzen und Möglichkeiten bei Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Verbraucher - Schwerpunkt Onlinehandel, Version 1.0
- Open Source Software – Rechtliche Grundlagen und Hinweise

## Einführung

Die nachfolgende Darstellung gibt Hinweise auf die gesetzlichen Anforderungen, die von deutschen Anbietern beim Betreiben eines **Onlineshops** beachtet werden müssen.

Die Richtlinie 2002/65/EG des Europäischen Parlaments über den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen an Verbraucher ist mit dem "Gesetz zur Änderung der Vorschriften über Fernabsatzverträge bei Finanzdienstleistungen", das am 8. Dezember 2004 in Kraft getreten ist, in das deutsche Recht umgesetzt worden. Es enthält neben den neuen Informationspflichten, die nur die Erbringung von Finanzdienstleistungen betreffen, auch **Erweiterungen und Änderungen bislang bestehenden Informationspflichten im Fernabsatz**, insbesondere in den §§ 312c ff des Bürgerlichen Gesetzbuchs (BGB) und der mit dieser Vorschrift verbundenen BGB-Informationspflichten-Verordnung (InfoV).

Die vorliegende Praxishilfe gibt diese **neue Gesetzeshilfe** wieder. Nicht berücksichtigt wurde der Bereich der Finanzdienstleistungen, da dieser Darstellung das Beispiel eines Online-Shops bzw. eines Diensteanbieters zu Grunde liegt.

**Beachten Sie, dass diese Praxishilfe eine Rechtsberatung im konkreten Projekt nicht automatisch ersetzt, denn jedes Projekt hat seine besonderen Umstände.**

Der grenzüberschreitende Charakter ist dem Internet immanent, gleichwohl kann im Rahmen dieser Praxishilfe auch nicht auf die vielfältigen Rechtsfragen eingegangen werden, die zu berücksichtigen sind, wenn Internetseiten im Ausland abgerufen werden oder bei Online-Shops Bestellungen aus dem Ausland erfolgen und Lieferungen und Leistungen dorthin erbracht werden. Wegen der besseren Verständlichkeit ist darüber hinaus auf manche Details verzichtet worden.

Die Praxishilfe besteht aus **vier Teilen**: Einer Einführung zum Vertragsrecht im Internet, der Checkliste, begleitenden Hinweisen sowie weiteren Erläuterungen und einer Synopse.

Die **Checkliste** soll die unternehmensinterne Bearbeitung eines konkreten Internetangebots ermöglichen. Sie ist daher mit ausfüllungsbedürftigen Spalten versehen, die dazu dienen, den jeweils im Unternehmen zuständigen Sachbearbeiter sowie die Erledigung bzw. Berücksichtigung der einzelnen Anforderung zu dokumentieren. Es wird nicht immer erforderlich sein, dass jedes Unternehmen sämtliche aufgelisteten Anforderungen erfüllt, die zweite Spalte der Checkliste dient daher der Dokumentierung, welche Anforderungen im konkreten Fall vorliegen.

Viele der Punkte in der Checkliste werden in den "**Begleitenden Hinweisen**" (Teil C) näher erläutert. Diejenigen Punkte, zu denen Sie solche begleitenden Hinweise finden, sind mit einem hochgestellten Sternchen (\*) und der Nummer des jeweiligen Hinweises gekennzeichnet. Dem Anwender empfehlen wir, bei der Verwendung der Checkliste immer auch diese begleitenden Hinweise zu lesen.

Im dritten Teil dieser Praxishilfe finden Sie allgemeine und weiterführende **Erläuterungen** zu juristischen Besonderheiten, die im Zusammenhang mit Online-Shops von Nutzen sein können.

Den Schluss bildet eine Auflistung wichtiger gesetzlicher Regelungen des Bürgerlichen Gesetzbuchs (BGB) und der Informationspflichtenverordnung, die in dem Zusammenhang geändert worden waren.

Im Rahmen dieser Publikation können nicht alle gestalterischen und funktionalen Fragen der Einrichtung eines Onlineshops behandelt werden. Hilfreiche Beispiele hierzu gibt es jedoch im Internet, z. B. „Mustershops“ unter der Adresse [www.legalershop.de](http://www.legalershop.de) (kostenpflichtig) und [www.mustershop.info](http://www.mustershop.info).

Die Checkliste Online-Geschäft wird inhaltlich ergänzt durch den **BITKOM - Leitfaden zu Grenzen und Möglichkeiten bei Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Verbraucher, dargestellt am Beispiel des Onlinehandels.**



## Teil A: Vertragsrecht im Internet

### I. Elektronische Kaufverträge: Besonderheiten des Vertragsrechts im Internet

#### 1. Vertragsschluss

Egal ob "online" oder "offline", die **wesentlichen Kriterien für das Zustandekommen eines Vertrages sind stets die gleichen**: Ein Vertrag ist immer ein **mehrseitiges Rechtsgeschäft** (d.h. zwischen mindestens zwei Beteiligten), dessen Zweck das **Herbeiführen** eines ganz bestimmten **rechtlichen Erfolges** ist.

Voraussetzung für den Vertragsschluss ist, mit dem Angebot und der Annahme zwei übereinstimmende Willenserklärungen der Beteiligten vorliegen.

**Merke:** ***Auch bei Online-Geschäften sind Voraussetzung für einen Vertragsschluss zwei übereinstimmende Willenserklärungen der Vertragspartner, nämlich Angebot und Annahme.***

Viele Problemstellungen bei der Abwicklung von Online-Geschäften **treten auch im herkömmlichen Geschäftsleben** auf, z.B. Formfragen, Zugang von Willenserklärungen, Abgrenzung Angebot – "invitatio ad offerendum", fehlerhafte Willenserklärungen, Einbeziehung von Geschäftsbedingungen und anwendbares Recht. Im Folgenden können nur einige Besonderheiten von Online-Geschäften kurz angesprochen werden.

Die meisten Verträge des täglichen Lebens sind an **keine bestimmte Form** gebunden, sondern können auch mündlich oder sogar durch schlüssiges Verhalten zustande kommen. Soweit das Gesetz keine bestimmte Form vorschreibt, können die Vertragsparteien die Form selbst wählen. Das BGB regelt jedoch bei bestimmten Geschäften zum Schutz der Parteien vor unüberlegten Entscheidungen (Warnfunktion) und zum Beweis des Vertragsinhalts (Beweisfunktion) sowie der Identität der Erklärenden (Identitätsfunktion) die Einhaltung bestimmter Formvorschriften. Hierzu zählen insbesondere

- die notarielle Beurkundung (§ 128 BGB),
- die Schriftform (§ 126 BGB),
- die elektronische Form (§ 126 a BGB) und
- die Textform (§ 126 b BGB).

Wird eine gesetzlich vorgeschriebene Form nicht eingehalten, ist der betreffende Vertrag nichtig (§ 125 BGB).

**Merke:** ***Die meisten Geschäfte des täglichen Lebens sind an keine bestimmte Form gebunden und daher auch problemlos über Internet abwickelbar.***

Neben der (noch strengeren) notariellen Beurkundung, setzt auch die **gesetzliche Schriftform** formelle Maßstäbe, die sich im Zuge einer fortschreitenden Technisierung zunehmend als Hemmnisse im Geschäftsverkehr darstellen, denn die gesetzliche Schriftform ist grundsätzlich nur durch eine eigenhändige Unterschrift auf einer Urkunde erfüllt. D.h. ein unterschriebener Brief bzw. ein unterschriebenes Vertragsdokument genügen diesen Anforderungen, ein Telefax oder eine Email dagegen nicht, obwohl letztere inzwischen zu den bevorzugten Kommunikationsmitteln geworden sind. Dieser Entwicklung hat der Gesetzgeber

durch Einführung der **elektronischen Form** Rechnung getragen, durch die formbedürftige Rechtsgeschäfte auch in elektronischer Form, z.B. über das Internet geschlossen werden können, ohne dass auf die Warn-, Beweis- und Identitätsfunktion des Formzwangs verzichtet werden muss. Nach dem Gesetz ist für bestimmte Willenserklärungen die **Schriftform** vorgeschrieben. Soweit nicht ausdrücklich ausgeschlossen (z.B. für Verbraucherdarlehensverträge, § 492 Abs. 1 Satz 2 BGB), kann daher die Schriftform durch die elektronische Form mit **qualifizierter elektronischer Signatur** ersetzt werden (§ 126 a BGB).

**Merke:** *Nur eine qualifizierte elektronische Signatur kann in gewissem Umfang eine gesetzlich vorgeschriebene Schriftform ersetzen.*

Da sich durch die elektronische Form zwar Erleichterungen hinsichtlich des Kommunikationsablaufs, nicht jedoch hinsichtlich der formalen Erfordernisse ergeben haben, wurde zusätzlich noch die Möglichkeit der **Textform** eingeführt, die eine stark vereinfachte Form für die Abgabe von Willenserklärungen im Rechtsverkehr darstellt. Bei der Textform wurde zugunsten des Kommunikationsflusses auf die klassischen Schutzfunktionen des Formzwangs verzichtet. Die Textform ist allerdings nur dort zulässig, wo das Gesetz ihre Verwendung ausdrücklich erlaubt, so dass insoweit klar definierte Ausnahmefälle bestehen.

Zur Einhaltung der Textform genügt die Erklärung in einer vergegenständlichten Form, z.B. in einer Urkunde (Papierform), in einer Datei oder einer Email. Darüber hinaus muss zwar die Person des Erklärenden genannt und der Abschluss der Erklärung gekennzeichnet werden, eine Unterschrift ist jedoch nicht erforderlich, so dass z.B. ein Faksimile-Stempel oder die eingescannte Unterschrift oder auch eine andere Kenntlichmachung des Endes der Erklärung ausreichend ist.

**Merke:** *Voraussetzungen für die Einhaltung der Textform:*

- 1. Vergegenständlichte Form, z.B. Verkörperungen auf Papier, Diskette, CD-Rom o. ä., aber auch Verkörperungen in Email oder Computerfax*
- 2. Person des Erklärenden muss genannt sein,*
- 3. Abschluss der Erklärung muss gekennzeichnet sein, aber keine eigenhändige Unterschrift erforderlich, d.h. Fax-Stempel, Unterschrifts-scan oder sonstige Kenntlichmachung ausreichend.*

Da die Kommunikation im Internet nicht direkt, also von Mensch zu Mensch erfolgt, ist oftmals gar nicht erkennbar, ob eine Willenserklärung von einer Person oder **automatisch** erzeugt wurde. Da stets die Perspektive des Empfängers einer Erklärung maßgeblich ist, werden üblicherweise auch automatisch erzeugte Erklärungen (z.B. Bestätigungsmails) dem Absender zugerechnet. Fehler der verwendeten EDV-Anlage gehen daher zu Lasten des Verwenders. Zudem ist die Anfechtbarkeit solcher Erklärungen problematisch, da Rechenfehler oder Programmierfehler nach § 119 BGB nicht zur Anfechtung der Erklärung berechtigen.

**Merke:** *Auch automatisch erzeugte Mails werden in der Regel dem Absender zugerechnet, der sich meist nicht auf Fehler der EDV-Anlage berufen kann. Eine Anfechtung wegen Irrtums ist bei automatisch erzeugten Erklärungen wesentlich erschwert.*

Angebot und Annahme werden als **empfangsbedürftige** Willenserklärungen **erst mit Zugang** beim Empfänger wirksam, d.h., dass die Erklärung muss (tatsächlich) zugegangen sein **und** mit Kenntnisnahme seitens des Empfängers muss zumindest gerechnet werden können. Eine Email ist zugegangen, wenn sie im "Postfach" auf dem Emailserver des Emp-

fängers oder seines Providers gespeichert wurde und mit dem Abruf der Email "üblicherweise" gerechnet werden kann. Dies ist bei Eingang zur Unzeit spätestens am darauf folgenden Tag der Fall. Voraussetzung ist allerdings, dass der Empfänger der Willenserklärung überhaupt im Rechtsverkehr mit seiner Email-Adresse auftritt und damit zu erkennen gibt, dass er auf diese Weise kommunizieren will.

Wesentlich für die Durchsetzung von Ansprüchen ist die **Beweisbarkeit**, bei Willenserklärungen im Rahmen von Online-Geschäften insbesondere die **Beweisbarkeit des Zugangs der Willenserklärung**. Ein Sendeprotokoll genügt hierzu nicht, da es lediglich die ordnungsgemäße Versendung anzeigt, nicht aber den tatsächlichen Zugang. Eine Lesebestätigung (die aber vom Empfänger verweigert werden kann) oder der Einsatz besonderer technischer Optionen können den Beweis im Einzelfall erleichtern.

**Merke:** *Um den Zugang einer elektronischen Willenserklärung zu beweisen, genügt das Sendeprotokoll nicht.*

Hinsichtlich des **Beweiswertes** elektronischer Willenserklärungen legt § 292 a ZPO für qualifiziert elektronisch signierte Dokumente den "Anschein der Echtheit" fest. Nur handschriftlich unterzeichnete Papierunterlagen bieten nach § 416 ZPO den "vollen Beweis dafür, dass die in ihnen enthaltenen Erklärungen von den Ausstellern abgegeben sind". Alle anderen elektronischen Dokumente unterliegen im Grundsatz der freien richterlichen Beweiswürdigung und sind damit dem Ermessen des Richters unterworfen.

**Merke:** *Nur die qualifiziert elektronisch signierte Willenserklärung bieten einen dem unterzeichneten Papierdokument ähnlichen Beweiswert.*

Aufbewahrungspflichten gelten auch für elektronische Willenserklärungen nach § 257 HGB und § 147 AO. Die sog. GDPdU (Grundsätze zum Datenzugriff und zur Prüfbarkeit digitaler Unterlagen) legen u. a. zusätzlich fest, dass originär digitale Unterlagen nicht ausschließlich in ausgedruckter Form aufbewahrt werden dürfen.

## 2. Widerrufs- und Rückgaberecht

Ist beim Fernabsatz von Waren und Dienstleistungen, z.B. über Kataloge und Online-Shops, der Kunde ein Verbraucher, muss das Widerrufs- oder Rückgaberecht beachten werden. Der Verbraucher hat bei Online-Bestellungen und allen sonstigen Fernabsatzverträgen grundsätzlich ein **Widerrufsrecht** (§ 312 d i.V.m. § 355 BGB). Demnach kann der Kunde seine Bestellung ohne Angabe von Gründen innerhalb **von zwei Wochen** widerrufen. Hierzu kann er die Ware entweder zurücksenden oder den Händler durch eine Mitteilung in Textform i. S. von § 126 b BGB darüber in Kenntnis setzen. Der Kunde ist in deutlicher Form über sein Widerrufsrecht mittels Textform zu belehren (§ 355 Abs. 2 BGB). Zusätzlich muss der Name und die Anschrift desjenigen genannt sein, demgegenüber der Widerruf zu erklären ist. Ferner müssen Hinweise auf den Fristbeginn gegeben sein. Schließlich muss der Anbieter auch über das (ausnahmsweise) Nichtbestehen eines Widerrufsrechts - ebenfalls in Textform - informieren muss, § 1 Abs. 2 Nr.10 BGB-InfoV (siehe dazu die Erläuterungen unten Teil C I).

**Merke:** *Erfüllt der Anbieter seine Informationspflichten nicht, nicht vollständig oder nicht rechtzeitig, verlängert sich die Widerrufsfrist oder beginnt erst gar nicht zu laufen.*

Zu beachten ist, dass die Widerrufsfrist bei der Lieferung von Waren nicht vor dem Eingang der Ware beim Kunden beginnt. Bei Teillieferungen beginnt diese mit der ersten Lieferung

und bei Dienstleistungen mit dem Tag des Vertragsschlusses (§ 312 d Abs. 2 BGB). Unterlässt der Online-Händler die Belehrung, so verlängert sich das Widerrufsrecht des Kunden auf sechs Monate (§ 355 Abs. 3 BGB).

Anstelle des Widerrufsrecht kann auch ein **Rückgaberecht** (§ 356 BGB) vereinbart werden.

Macht der Kunde von seinem Widerrufs-/Rückgaberecht Gebrauch, so ist er verpflichtet, die gelieferte Ware zurückzusenden. Hierbei trägt der Verkäufer die Kosten und das Risiko der Rücksendung (§ 357 Abs. 2 BGB). Lediglich bei Verkäufen mit einem Warenwert von bis zu 40 € oder wenn bei einem höheren Preis der Sache der Verbraucher die Gegenleistung oder eine Teilzahlung zum Zeitpunkt des Widerrufs noch nicht erbracht hat, können dem Käufer bei Inanspruchnahme des Widerrufsrechtes die Rücksendekosten vertraglich auferlegt werden. Beim Rückgaberecht trägt der Verkäufer die Kosten für Rücksendung oder Abholung stets allein. Aus diesem Grund ist zu prüfen, ob bei Waren mit geringem Wert die Vereinbarung eines Rückgaberechts wirtschaftlich sinnvoll ist.

Neu seit 1. Januar 2002 ist die Regelung in § 357 Abs. 3 BGB über die Wertminderung der Ware, die durch die Ingebrauchnahme vom Käufer eintritt. Jetzt ist bestimmt, dass der Verbraucher einen Wertersatz zu leisten hat, der durch die bestimmungsgemäße Ingebrauchnahme der bestellten und gelieferten Ware entstanden ist. Jedoch gilt dieses nicht, wenn der Verbraucher die Ware nur geprüft hat. Der Händler muss den Käufer aber spätestens bis Vertragsschluss auf diesen Umstand **in Textform** (vgl. oben) aufmerksam machen und ihn darauf hinweisen, wie er eine Verschlechterung vermeiden kann. Ein Hinweis auf einer der Webseiten des Online-Shops ist daher nicht ausreichend. Ausreichend dürfte aber sein, wenn dies im Rahmen der Mitteilung über den Eingang der Bestellung **per Email** erfolgt.

Im Streitfall ist der Anbieter verpflichtet nachzuweisen, dass die Kunden über das Widerrufs-/Rückgaberecht belehrt wurden. In der Praxis zeigt sich, dass in nahezu allen Fällen dem Kunden nach Bestellung eine Email übersandt wird, in der der Eingang der Bestellung bestätigt wird. In dieser sollten die einzelnen Informationen aufgeführt werden, oder es sollte deutlich auf einen speziellen Link hingewiesen werden, über den die Informationen abrufbar sind. Da die reine Absendung einer Email noch nicht Beweis genug ist, dass diese dem Kunden tatsächlich zugegangen ist, empfiehlt es sich, zumindest eine automatische Empfangsbestätigung im Mailprogramm zu aktivieren, um die Beweisbarkeit des Zuganges zu erhöhen.

Eine andere Lösung liegt darin, im Rahmen des Bestellvorganges einen speziellen Button auf der Webseite zu in-

**Merke: Das Widerrufs-/Rückgaberecht steht dem Verbraucher nicht zu, wenn**

**- der Kunde mit der Erbringung einer Dienstleistung vor Ablauf der Widerrufsfrist einverstanden ist,**

**bei der Lieferung von Waren, die**

**- nach Kundenspezifikation angefertigt werden oder eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse zugeschnitten sind**

**- die auf Grund ihrer Beschaffenheit nicht für eine Rücksendung geeignet sind oder schnell verderben können oder deren Verfalldatum überschritten würde**

**bei der Lieferung von**

**- Audio- oder Videoaufzeichnungen oder von Software, sofern die gelieferten Datenträger vom Verbraucher entsiegelt worden sind,**

**- Zeitungen, Zeitschriften und Illustrierten,**

**bei der Erbringung von Wett- und Lotterie-Dienstleistungen oder Versteigerungen nach § 156 BGB.**

**Das Anklicken des Buttons kann in "Logfiles" protokolliert werden, die so die Kenntnisnahme des Kunden dokumentieren.**

tegrieren, über den der Kunde bestätigt, dass er über sein Widerrufs- und Rückgaberecht belehrt worden ist.

### 3. Einbeziehung von AGB

#### Vorliegen von AGB

Gemäß § 305 Abs. 1 BGB versteht man unter Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) alle für eine Vielzahl von Verträgen vorformulierten Vertragsbedingungen, die eine Vertragspartei (der Verwender) der anderen Vertragspartei (dem Kunden) bei Abschluss eines Vertrages stellt. Dabei ist gleichgültig, ob die Bestimmungen einen äußerlich gesonderten Bestandteil des Vertrages bilden oder in die Vertragsurkunde selbst aufgenommen werden, welchen Umfang sie haben, in welcher Schriftart sie verfasst sind und welche Form der Vertrag hat. Die untere Grenze für das Vorliegen einer "Vielzahl" sieht der BGH bei drei bis fünf Verwendungen.

**Wichtig:** *AGB sind alle für eine Vielzahl von Verträgen vorformulierten Vertragsbedingungen unabhängig von der Form der Darstellung.*

AGB liegen jedoch nicht vor, soweit die Vertragsbedingungen zwischen den Vertragsparteien im Einzelnen ausgehandelt sind. Aushandeln bedeuten dabei mehr als bloßes Verhandeln, d.h. der Verwender muss den gesetzesfremden Kerngehalt seiner AGB inhaltlich ernsthaft zur Disposition stellen und dem Kunden eine Gestaltungsfreiheit zur Wahrung eigener Interessen einräumen; der Kunde muss die reale Möglichkeit erhalten, den Inhalt der Vertragsbedingungen zu beeinflussen. So genügt es nicht, wenn der Verwender der AGB dem Vertragspartner die Unterzeichnung von Formularbedingungen "freistellt" (BGH vom 19.5.2005 (Az. III ZR 437/04)). Gemäß § 305 b BGB haben individuelle Vertragsabreden stets Vorrang vor AGB.

#### Einbeziehung von AGB

Damit AGB Bestandteil eines Vertrages werden, müssen sie wirksam in den zugrunde liegenden Vertrag einbezogen worden sein. Dies setzt Folgendes voraus:

**Wichtig:** *Voraussetzungen für eine wirksame Einbeziehung von AGB:*

1. *Auf die AGB muss deutlich sichtbar hingewiesen werden.*
2. *Kunde muss sich vor Vertragsschluss Kenntnis vom Inhalt verschaffen können.*
3. *Zwischen Verwender und Kunden muss Einigkeit über die Einbeziehung bestehen.*

Der Hinweis selbst muss so deutlich gestaltet sein, dass er vor Vertragsschluss dem Kunden vernünftigerweise nicht entgehen kann, er darf also nicht zu klein oder versteckt gehalten sein.

Die Zustimmung zu den AGB muss durch eine bewusste Handlung des Kunden geschehen. Ausreichend dafür ist es in jedem Fall, wenn der Kunde die AGB über einen Link einsehen und den Vertragsschluss erst dann fortsetzen kann, wenn er eine dazugehörige Schaltfläche etc. anklickt, also aktiv die Kenntnisnahme bestätigen muss. Nicht ausreichend wäre eine solche Schaltfläche ohne dazugehörigen Link zu den AGB.

Ausreichend ist aber auch ein deutlicher Hinweis mit gut sichtbarem Link auf die AGB im Bestellformular bzw. auf der Bestellseite (BGH v. 14.6.2006 – I ZR 75/03).

Dem Besteller muss zweifelsfrei klar werden, dass er mit seiner Bestellung auch die AGB akzeptiert und diese vorher einfach einsehen kann.

Denkbar wäre z.B. folgendes Bestellformular: „Ich habe die AGB gelesen (hier Link!) und akzeptiert und bestelle hiermit ...“.

Nicht ausreichend ist ein bloßer Hinweis, dass die AGB des Anbieters Verwendung finden sollen. Nicht ausreichend ist auch (zumindest gegenüber Verbrauchern) die bloße Angabe, über welcher Internetseite die AGB zu finden sind, wenn die URL nicht direkt auf die AGB verweist.

Auch die optische Gestaltung der AGB selbst kann im Online-Bereich besondere Probleme aufwerfen. Notwendig ist ein Mindestmaß an Übersichtlichkeit und Verständlichkeit. Zu achten ist also auf Schriftgröße und Layout. Auch fremdsprachige AGB können wirksam einbezogen werden. Für das Angebot, den Bestellvorgang und die AGB sollten aber nicht unterschiedliche Sprachen verwendet werden. Zu überlegen ist auch, in welchem technischen Format die AGB angeboten werden. Es empfiehlt sich die Form, in der auch der Bestellvorgang stattfindet (z.B. HTML). So ist gewährleistet, dass der Kunde die AGB ohne technische Schwierigkeiten wahrnehmen kann.

Bei Vertragsschlüssen über Handy o. ä. bereitet die eingeschränkte Darstellbarkeit (begrenztes Display) häufig Probleme. Das Einblenden umfangreicher AGB (neben den sonstigen Informationspflichten!) stößt hier eventuell auf Zumutbarkeitsgrenzen, ist zumindest unpraktikabel. Eine Lösung kann es sein, für Geschäfte über Handy o. ä. ein Registrierungsverfahren im Internet vorzuschalten, wo dann AGB im Voraus einbezogen werden, § 305 Abs. 3 BGB. Ob das rechtlich möglich und praktikabel ist, hängt jedoch in jedem Einzelfall vom konkreten Geschäftsmodell ab.

Schließlich müssen wegen § 312e Abs. 1 BGB die AGB nicht nur abrufbar, sondern auch in wiedergabefähiger Form speicherbar sein.

#### **Modell für die Einbeziehung von AGB beim elektronischen Vertragsschluss**

Oberhalb des "Jetzt Bestellen"-Buttons einen deutlichen Hinweis auf die Einbeziehung der eigenen Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) einstellen.

Ein leeres Kästchen vorsehen, das der Kunde zur Umsetzung seiner Zustimmung zu den AGB anklicken muss, bevor er die Bestellung abschicken kann.

Das Kästchen mit dem Hinweis: "Den Allgemeinen Geschäftsbedingungen stimme ich zu" oder mit einer ähnlichen Aufschrift versehen.

Der Text der AGB muss gleichzeitig und unmittelbar durch einen Link aufrufbar sein. Automatisches Einblenden ("Pop-up") ist empfehlenswert.

#### **Inhaltskontrolle**

Bestimmte AGB-Klauseln können aus den nachfolgend dargestellten Gründen **nicht Vertragsbestandteil** werden bzw. **unwirksam** sein:

- Überraschende Klauseln, d.h. Klauseln, denen ein Überraschungs- oder Übertölpelungseffekt innewohnt, werden nicht Vertragsbestandteil (§ 305c BGB), wobei allgemein

Zweifel, die im Rahmen der Auslegung von AGB-Klauseln entstehen, zulasten des Verwenders gehen.

- In den §§ 308 und 309 BGB sind spezielle Einzelklauselverbote formuliert, die im Falle eines Verstoßes zur Unwirksamkeit der betreffenden Klausel führen, z.B. § 309 Nr. 7 BGB: Eine Klausel, in der die Haftung für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie für vorsätzliche oder grob fahrlässige sonstige Pflichtverletzungen ausgeschlossen oder begrenzt wird, ist unwirksam.

***Möglichkeiten und Grenzen der AGB gegenüber Verbrauchern im Onlinegeschäft werden in einer eigenen Publikation des BITKOM dargestellt!***

- Sollte keiner dieser Spezialtatbestände erfüllt sein, erfolgt eine Überprüfung anhand der Generalklausel des § 307 BGB, nach der AGB-Klauseln unwirksam sind, wenn sie den Vertragspartner des Verwenders entgegen den Geboten von Treu und Glauben unangemessen benachteiligen, wobei sich eine unangemessene Benachteiligung auch daraus ergeben kann, dass die Bestimmung nicht klar und verständlich ist.

Sind AGB-Klauseln ganz oder teilweise nicht Vertragsbestandteil geworden oder unwirksam, ergeben sich folgende Rechtsfolgen (§ 306 BGB):

- Der Vertrag bleibt im Übrigen wirksam.
- Soweit die Klauseln nicht Vertragsbestandteil geworden oder unwirksam sind, richtet sich der Vertrag nach den gesetzlichen Vorschriften.
- Der Vertrag wird unwirksam, wenn das Festhalten an ihm trotz der Geltung der gesetzlichen Vorschriften anstelle der unwirksamen Klauseln eine unzumutbare Härte für eine Vertragspartei darstellen würde.

## Teil B: Checkliste

### I. Anbieterkennzeichnung ( "Impressum" )

Nach dem **Telemediengesetz (TMG)** müssen geschäftsmäßig angebotene Telemedien (Websites) als eine Art "Impressum" eine Anbieterkennzeichnung mit den folgenden Angaben\* haben:

Hinweis Nr. 1

	Zuständig	Hier nicht erforderlich	Erledigt/ Berücksichtigt	Notizen/ Bemerkungen
Name und Anschrift des Anbieters, bei juristischen Personen zusätzlich den / die Namen des / der Vertretungsberechtigten und, sofern Angaben über das Kapital der Gesellschaft gemacht werden, das Stamm- oder Grundkapital sowie, wenn nicht alle in geld zu leistenden Einlagen eingezahlt sind, der Gesamtbetrag der ausstehenden Einlagen.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Kontaktadresse für eine schnelle elektronische Kontaktaufnahme und unmittelbare Kommunikation einschließlich einer Email-Adresse*		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Hinweis Nr. 2	
Registerangaben, insb. Angabe des Handelsregisters und der entsprechenden Handelsregisternummer des Unternehmens, soweit es eingetragen ist		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Hinweis Nr. 3	
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer (wenn vergeben)		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Bei genehmigungspflichtigen Tätigkeiten (z.B. Wirtschaftsauskunfteien, Telekommunikationsdienstleister, häufig aber auch öffentlich-rechtliche Einrichtungen) zusätzlich die zuständige Aufsichtsbehörde.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Hinweis Nr. 4	
Freiberufler müssen die für sie geltenden berufsrechtlichen Regelungen (direkt oder über Links) bereitstellen.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Hinweis Nr. 5	

### II. Online Shop


Für die Gestaltung des eigentlichen Shopping-Bereichs gelten unterschiedliche rechtliche Rahmenbedingungen, je nachdem ob Sie mit **Geschäftskunden** handeln (B2B) oder (auch) mit **Verbrauchern\*** (B2C) Geschäfte tätigen.

Hinweis Nr. 6

Die oben zu I) aufgeführten Anforderungen sind für Verträge mit Geschäftskunden und Verbrauchern gleichermaßen zwingend, d.h. sowohl im Bereich B2B als B2C. Die nun unter 1) folgenden Anforderungen sind demgegenüber nur bei Geschäften mit Verbrauchern zwingend\* zur Verfügung zu stellen\* Hinweise Nr. 7 und 8



Die Reihenfolge der Darstellung orientiert sich im Wesentlichen an dem Ablauf eines Geschäftsvorgangs aus Kundensicht.






Die vom Anbieter zu beachtenden Informationspflichten sind im Gesetz in systematischer Hinsicht danach geordnet, ob die jeweiligen Angaben vor dem Vertragsschluss erteilt werden müssen oder erst nach dem Vertragsschluss in Textform, sog. **“zweigleisiges“ System der Vorabinformation einerseits und der Mitteilung in Textform andererseits**. Nicht ausgeschlossen ist dadurch die Möglichkeit des Anbieters, alle Informationen bereits vor Vertragsschluss (z. B. schriftlich oder auf einem Datenträger) dem Verbraucher zu erteilen. Die folgende Darstellung orientiert sich jedoch aus Gründen der Praxisnähe am zweigleisigen System der Vorabinformation und späteren Mitteilung in Textform.






In der folgenden Checkliste sind diejenigen Punkte, die nicht nur als Vorabinformation zur Verfügung gestellt werden müssen, sondern auch –spätestens bei Lieferung- zusätzlich dazu dem Kunden in Textform mitzuteilen sind, in ***kursivem Fettdruck*** gehalten und mit dem Symbol  versehen.

## 1. Online Shop – Bereich / Vor Vertragsschluss: Notwendige Vorabinformationen

Dem Kunden ist **vor Abgabe von dessen Vertragserklärung** die technische Möglichkeit zu geben, die folgenden Informationen einzuholen\*: Hinweis Nr. 9

	Zuständig	Hier nicht erforderlich	Erledigt/Berücksichtigt	Notizen/ Bemerkungen
<b><i>Identität des Unternehmers, anzugeben ist auch das öffentliche Unternehmensregister, bei dem der Rechtsträger eingetragen ist, und die zugehörige Registernummer oder gleichwertige Kennung.</i></b> 		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b><i>Identität eines Vertreters des Unternehmers in dem Mitgliedstaat, indem der Verbraucher seinen Wohnsitz hat, wenn es einen solchen Vertreter gibt, oder die Identität einer anderen gewerblich tätigen Person als dem Anbieter, wenn der Verbraucher mit dieser geschäftlich zu tun hat, und die Eigenschaft, in der diese Person gegenüber dem Verbraucher tätig wird.</i></b> 		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

	Zuständig	Hier nicht erforderlich	Erledigt/Berücksichtigt	Notizen/Bemerkungen
<p><b>Ladungsfähige Anschrift des Unternehmers und jede andere Anschrift, die für die Geschäftsbeziehung zwischen diesem, seinem Vertreter oder einer anderen gewerblich tätigen Person (siehe vorstehenden Punkt) und dem Verbraucher maßgeblich ist, bei juristischen Personen, Personenvereinigungen oder -gruppen auch den Namen eines Vertretungsberechtigten.</b></p> 		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<p><b>Informationen über die wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung.</b></p> 		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<p><b>Informationen darüber, wie der Vertrag zustande kommt.</b></p> 		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Hinweis 10	
<p><b>Informationen über die Mindestlaufzeit des Vertrages wenn dieser eine dauernde oder regelmäßig wiederkehrende Leistung zum Inhalt hat.</b></p> 		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<p><b>Informationen über einen Vorbehalt, eine in Qualität und Preis gleichwertige Leistung (Ware oder Dienstleistung) zu erbringen und einen Vorbehalt, die versprochene Leistung im Falle ihrer Nichtverfügbarkeit nicht zu erbringen.</b></p> 		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<p><b>Gesamtpreis der Ware oder Dienstleistung einschließlich aller damit verbundenen Preisbestandteile sowie alle über den Unternehmer abgeführten Steuern oder, wenn kein genauer Preis angegeben werden kann, über die Grundlage</b></p>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Hinweis Nr. 11	

	Zuständig	Hier nicht erforderlich	Erledigt Berücksichtigt	Notizen/ Bemerkungen
<p><b>für seine Berechnung, die dem Verbraucher eine Überprüfung des Preises ermöglicht.</b></p> 				
<p><b>Informationen über ggf. zusätzlich anfallende Liefer- und Versandkosten sowie einen Hinweis auf mögliche weitere Steuern oder Kosten, die nicht über den Unternehmer abgeführt oder von ihm in Rechnung gestellt werden.</b></p> 		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Hinweis Nr. 11	
<p><b>Informationen über Einzelheiten hinsichtlich der Zahlung oder Lieferung oder Erfüllung.</b></p> 		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Hinweis Nr. 12	
<p><b>Informationen über das Bestehen oder Nichtbestehen eines Widerrufs- oder Rückgaberechts sowie die Bedingungen, Einzelheiten der Ausübung, insbesondere Namen und Anschrift desjenigen, gegenüber dem der Widerruf zu erklären ist, und die Rechtsfolgen des Widerrufs oder der Rückgabe, einschließlich Informationen über den Betrag, den der Verbraucher im Fall des Widerrufs oder der Rückgabe gemäß § 357 Abs. 1 des Bürgerlichen Gesetzbuchs für die erbrachte Dienstleistung zu zahlen hat.</b></p> 		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Hinweis Nr. 13	
<p><b>Informationen über alle spezifischen, zusätzlichen Kosten, die der Verbraucher für die Benutzung des Fernkommunikationsmittels zu tragen hat, wenn solche zusätzlichen Kosten durch den Unternehmer in Rechnung gestellt werden.</b></p> 		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

	Zuständig	Hier nicht erforderlich	Erledigt/Berücksichtigt	Notizen/Bemerkungen
<b>Informationen über eine Befristung der Gültigkeitsdauer der zur Verfügung gestellten Informationen, beispielsweise die Gültigkeitsdauer befristeter Angebote, insbesondere hinsichtlich des Preises.</b> ✍		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Informationen über die Sprachen, die für den Vertragsschluss zur Verfügung stehen.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Informationen über "Verhaltenskodizes", denen sich der Anbieter (freiwillig) unterworfen hat und darüber, wie der Kunde elektronischen Zugang zu den Regelwerken erhalten kann.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Angebote zur Verkaufsförderung wie Preisnachlässe, Zugaben und Geschenke müssen klar als solche erkennbar sein. Die Bedingungen für ihre Inanspruchnahme müssen leicht zugänglich sein sowie klar und unmissverständlich angegeben werden.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Preisausschreiben oder Gewinnspiele mit Werbecharakter müssen klar als solche erkennbar sein. Die Teilnahmebedingungen müssen leicht zugänglich sein sowie klar und unmissverständlich angegeben werden.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Informationen über die einzelnen technischen Schritte, die zu einem (verbindlichen) Vertragsschluss* führen.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Hinweis Nr. 14	
Informationen darüber, wie der Kunde vor Abgabe der Bestellung Eingabefehler erkennen und berichtigen kann.*		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Hinweis Nr. 15	
Informationen darüber, ob der Vertragstext nach dem Vertragsschluss von dem Unternehmer gespeichert wird und ob er dem Kunden zugänglich ist.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Hinweis Nr. 15	


	Zuständig	Hier nicht erforderlich	Erledigt/Berücksichtigt	Notizen/Bemerkungen
Wird dem Kunden die Möglichkeit verschafft, die Vertragsbestimmungen einschließlich der Allgemeinen Geschäftsbedingungen bei Vertragsabschluss abzurufen und in wiedergabefähiger Form (Festplatte, CD-ROM, Diskette, etc.) zu speichern?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Hinweis Nr. 15	
Wird dem Kunden der Zugang von dessen Bestellung unverzüglich auf elektronischem Weg bestätigt?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Hinweis Nr. 16	

## 2. Allgemeine Geschäftsbedingungen

	Zuständig	Hier nicht erforderlich	Erledigt/Berücksichtigt	Notizen/Bemerkungen
Werden die Allgemeinen Geschäftsbedingungen wirksam einbezogen?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Hinweise 15 u. 17	

## 3. Vor Lieferung bzw. Erfüllung

Wie schon oben unter II) dargelegt, ist der Anbieter gesetzlich verpflichtet, einen großen Teil der Informationen, die er dem Verbraucher auf seiner Website so zur Verfügung gestellt hat, dass dieser sie vor Abgabe seiner Vertragserklärung zur Kenntnis nehmen konnte (Vorabinformationen) **nach dem Vertragsschluss erneut mitzuteilen**, dieses Mal aber **in Textform\***. Die Informationen in Textform müssen spätestens bis zur vollständigen Erfüllung des Vertrags, bei Waren spätestens bei Lieferung mitgeteilt werden. Hinweis Nr. 18

Diejenigen Informationen, die dem Verbraucher vor Lieferung bzw. Erfüllung in Textform mitgeteilt werden müssen, in der Auflistung oben unter II 1) **fett und kursiv** gedruckt sowie mit dem Symbol  gekennzeichnet.

Das folgende Feld dient der Kontrolle, ob die rechtzeitige Mitteilung dieser Informationen in Textform sichergestellt ist.

	Zuständig	Hier nicht erforderlich	Erledigt/Berücksichtigt	Notizen/Bemerkungen
Rechtzeitige Übermittlung der oben II 1) aufgelisteten Vorabinformationen in Textform.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Bei den folgenden Angaben ist dem Anbieter der **Zeitpunkt** der Informationsweitergabe weitgehend **freigestellt**, d.h. er kann frei entscheiden, ob er sie schon vor dem Vertragsschluss macht oder erstmalig nach dem Vertragsschluss. Auch diese Informationen **müssen jedoch alsbald**, d.h. spätestens bis zur vollständigen Erfüllung des Vertrags, bei Waren spätestens bei Lieferung in Textform\* mitgeteilt werden. Hinweis Nr. 19

	Zuständig	Hier nicht erforderlich	Erledigt/Berücksichtigt	Notizen/Bemerkungen
Die Vertragsbestimmungen einschließlich der Allgemeinen Geschäftsbedingungen.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Informationen über Kundendienst und geltende Gewährleistungs- und Garantiebedingungen.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Informationen über die Kündigungsbedingungen einschließlich etwaiger Vertragsstrafen bei Dauerschuldverhältnissen mit unbestimmter Vertragsdauer bzw. einer mehr als einjährigen Vertragsdauer.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

### III. Datenschutzrechtliche Anforderungen\*

Werden beim Betrieb eines Onlineshops Daten des Kunden erhoben, verarbeitet oder genutzt, sind vielfältige Anforderungen zu beachten: Hinweis Nr. 19

	Zuständig	Hier nicht erforderlich	Erledigt/Berücksichtigt	Notizen/Bemerkungen
Unterrichtung des Nutzers über Art, Umfang und Zwecke der Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten sowie über die Verarbeitung seiner Daten in Nicht-EU-Staaten		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Jederzeitige Abrufbarkeit des Inhalts der Unterrichtung für den Nutzer		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

	Zuständig	Hier nicht erforderlich	Erledigt/Berücksichtigt	Notizen/Bemerkungen
Sicherstellung des Nutzerrechts, unentgeltlich und unverzüglich Auskunft über die zu seiner Person oder zu seinem Pseudonym gespeicherten Daten zu erhalten*.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Hinweis Nr. 20	
Information des Nutzers über die Möglichkeit, Teledienste und ihre Bezahlung anonym oder pseudonym in Anspruch zu nehmen, soweit dies technisch möglich und zumutbar ist.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Anzeige der Weitervermittlung zu einem anderen Diensteanbieter.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Technische und organisatorische Vorkehrungen zur Sicherstellung, dass der Nutzer seine Verbindung mit dem Diensteanbieter jederzeit abbrechen kann.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Technische und organisatorische Vorkehrungen zur Sicherstellung, dass die anfallenden personenbezogenen Daten über den Ablauf des Zugriffs oder der sonstigen Nutzung unmittelbar nach deren Beendigung gelöscht oder gesperrt werden können.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Technische und organisatorische Vorkehrungen zur Sicherstellung, dass der Nutzer Teledienste gegen Kenntnisnahme Dritter geschützt in Anspruch nehmen kann.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Technische und organisatorische Vorkehrungen zur Sicherstellung, dass die personenbezogenen Daten über die Inanspruchnahme verschiedener Teledienste durch einen Nutzer getrennt verarbeitet werden können.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Technische und organisatorische Vorkehrungen zur Sicherstellung, dass Nutzungsdaten nur für Abrechnungszwecke genutzt werden.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Technische und organisatorische Vorkehrungen zur Sicherstellung, dass Nutzerprofile nicht mit Daten über den Träger des Pseudonyms zusammengeführt werden können.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

	Zuständig	Hier nicht erforderlich	Erledigt/Berücksichtigt	Notizen/Bemerkungen
Hinweis auf ein Widerspruchsrecht, wenn Nutzungsdaten pseudonym für Zwecke der Werbung, der Marktforschung oder zur bedarfsgerechten Gestaltung der Teledienste ausgewertet werden sollen*.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Hinweis Nr. 21	

Für den Fall, dass die Einwilligung\* des Nutzers online eingeholt werden soll, ist sicherzustellen, dass

Hinweis Nr. 21

	Zuständig	Hier nicht erforderlich	Erledigt/Berücksichtigt	Notizen/Bemerkungen
die Einwilligung nur durch eine eindeutige und bewusste Handlung des Nutzers erfolgen kann.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
die Einwilligung protokolliert wird.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
der Inhalt der Einwilligung jederzeit vom Nutzer abgerufen werden kann.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
ein Hinweis gegeben wird, dass die Einwilligung mit Wirkung für die Zukunft widerrufen werden kann.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

## Teil C: Begleitende Hinweise und weitere Erläuterungen

### I. Begleitende Hinweise zur Checkliste

#### Nr. 1, Anbieterkennzeichnung:

Die Anbieterkennzeichnung muss "leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar" sein, § 5 Abs. 1 S.1 TMG. Nach der Rechtsprechung müssen die Informationen daher an gut wahrnehmbarer Stelle, ohne langes Suchen und jederzeit auffindbar sein. Leicht erkennbar sind die Informationen, wenn die Möglichkeit einer effektiven optischen Wahrnehmung besteht. Eine etwaige Suche darf nur kurz sein, sonst ist sie dem Verbraucher nicht zuzumuten. Auszugehen ist von einem situationsadäquat durchschnittlich aufmerksamen, informierten und verständigen Nutzer des Worldwide Web.

Eine gesetzliche Vorgabe, unter welcher Bezeichnung die Anbieterkennzeichnung erfolgen soll, besteht nicht. Im Verkehr haben sich jedoch die Bezeichnungen "Impressum" oder "Kontakt" durchgesetzt, um den Nutzer auf die Angaben der Person hinzuweisen.

Um den Anforderungen zu genügen, kann also auf allen Seiten des Online-Shops ein deutlicher "Impressum"- Link gesetzt, durch den man unmittelbar auf eine Seite mit allen erforderlichen Angaben gelangen kann. Unmittelbarkeit ist im Sinne einer Zugangsmöglichkeit ohne wesentliche Zwischenschritte zu verstehen. Das ist auf jeden Fall gegeben, wenn nur ein Mausklick erforderlich ist, nach neuerer Rechtsprechung (OLG München, Urteil vom 11.9.2003 – 29 U 2681/03) ist es jedoch auch ausreichend, wenn zwei Mausklicks (doppelter Link) erforderlich sind, um zu den betreffenden Informationen zu gelangen (bestätigt durch BGH I ZR 228/03 vom 20.7.2006). Nach einem anderen Urteil des OLG München (Urteil vom 12.2.2004, 29 U 4564/03) ist keine leichte Erkennbarkeit und unmittelbare Erreichbarkeit gegeben, wenn das Impressum erst nach Scrollen oder Blättern am unteren Rand der vierten Bildschirmseite sichtbar ist. Noch weiter gehen andere Gerichte, die eine Erkennbarkeit bzw. Erreichbarkeit immer schon verneinen, wenn ein zu den Informationen führender Link erst durch Scrollen erreichbar wird. Vermieden werden sollte auch, dass der Impressumslink in unmittelbarer Nachbarschaft von ähnlichen Links (z. B. "Über uns") steht, da auch dies die leichte Erkennbarkeit in Frage stellen kann.

Im Konzernverbund zu beachten ist, dass die Anbieterkennzeichnung sich auf diejenige Gesellschaft beziehen muss, die die Seiten zum Abruf bereithält.

#### Nr. 2, Kontaktadresse

Ob für § 5 Abs 1 Satz 1 Nr. 2 TMG die Ermöglichung einer telefonischen Kontaktaufnahme durch die Angabe einer Telefonnummer zwingend erforderlich ist, wird zur Zeit von den Gerichten und in der rechtswissenschaftlichen Literatur noch unterschiedlich beurteilt. Nach einem aktueller obergerichtlichen Urteil ist die Angabe einer Telefonnummer nicht erforderlich, wenn eine andere unmittelbare Kommunikation ermöglicht wird (beispielsweise durch Anfragemasken und/oder Email, die in engem zeitlichen Zusammenhang beantwortet werden, OLG Hamm 20 U 222/03, abgedruckt z. B. in MMR 2004 S. 548). Das Urteil wird zur Zeit

vom Bundesgerichtshof überprüft. Nach einem Urteil des OLG Köln reicht die Angabe einer Faxnummer aus (MMR 2004 S. 412).

Am besten gestaltet man die Webseiten so, dass auch die Kontaktinformationen auf allen Seiten über einen am – wegen unterschiedlicher Bildschirmauflösungen möglichst oberen - Rand angebrachten Link leicht und jederzeit abrufbar sind.

### Nr. 3, Registerangaben

Hierunter fallen Handelsregister, Vereinsregister, Partnerschaftsregister oder Genossenschaftsregister, in die der Diensteanbieter eingetragen ist. Anzugeben ist auch die Registernummer (§ 5 Abs. S.1 Nr. 4 TMG).

### Nr. 4, Aufsichtsbehörde

Die Angabe einer Aufsichtsbehörde ist nur notwendig, wenn der Dienst im Rahmen einer Tätigkeit angeboten oder erbracht wird, die der behördlichen Zulassung bedarf (§ 5 Abs. 1 S.1 Nr. 3 TDG). Zulassungspflichtig sind z. B.: Banken und andere Erbringer gewerbsmäßiger Finanzdienstleistungen, Reisegewerbe, Gaststätten, Versteigerergewerbe, Versicherungsunternehmen, Anbieter von Fernunterricht, niedergelassene Vertragsärzte, Bauträger und –betreuer, Bewachungsgewerbe, Makler, Privatkrankenanstalten, Fahrschulen.

### Nr. 5, berufsrechtliche Regelungen

Angegeben werden müssen die Kammer, der der Diensteanbieter angehört, die gesetzliche Berufsbezeichnung und der Staat, in dem die Berufsbezeichnung verliehen wurde sowie die Bezeichnung der berufsrechtlichen Regelungen und deren Zugänglichkeit (§ 5 Abs. 1 S.1 Nr. 5 TMG). Für die Zugänglichkeit zu den berufsrechtlichen Regelungen ist es ausreichend, die Fundstelle im Bundesgesetzblatt oder in einer anderen öffentlich zugänglichen Sammlung, auch in elektronischer Form, genannt wird. Auch der Verweis per Hyperlink genügt.

Die Pflicht zur Angabe berufsrechtlicher Regelungen betrifft (nur) sog. „reglementierte Berufe“, d.h. alle Tätigkeiten, deren Aufnahme oder Ausübung durch Rechtsvorschriften an den Besitz eines Diploms oder eines anderen Befähigungsnachweises gebunden ist, also von bestimmten fachlichen Voraussetzungen abhängt.

Erfasst werden daher z.B. die folgenden Berufe (in alphabetischer Ordnung):

Apotheker, Architekt, Arzt, Augenoptiker, Ergotherapeut, Hebamme, Hörgeräteakustiker, Ingenieur, Innenarchitekt, Krankenpfleger, Landschaftsarchitekt, Logopäde, Masseur, medizinischer Bademeister, medizinisch – technischer Assistent, Orthopädietechniker, pharmatechnischer Assistent, Physiotherapeut, Psychotherapeut, Rechtsanwalt, Stadtplaner, Steuerberater, Tierarzt, Wirtschaftsprüfer, Zahnarzt, Zahntechniker.

### Nr. 6, Verbraucher:

Verbraucher ist jede natürliche Person, die ein Rechtsgeschäft zu einem Zweck abschließt, der weder ihrer gewerblichen noch ihrer selbständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet werden kann.

### Nr. 7. Abbedingung von Infopflichten bei Geschäftskunden

Grundsätzlich sind im B2C-Bereich strengere Vorschriften zu beachten als im B2B-Bereich. Im B2B-Geschäft können die unter II 1) der Checkliste aufgeführten Bestimmungen "abbedungen" werden, das heißt die Vertragspartner können vereinbaren, dass diese Hinweispflichten nicht gelten sollen. Eine solche Vereinbarung muss bereits in den bei der Registrierung zu akzeptierenden Allgemeinen Nutzungsbedingungen enthalten sein.

Aus Gründen eines "professionellen" und "benutzerfreundlichen" Auftretens ist jedoch zu empfehlen, diese Anforderungen auch beim B2B-Geschäft zu erfüllen. Insbesondere die Punkte "Erläuterung der technischen Schritte bis zum Vertragsschluss" und "Möglichkeiten zur Behebung von Eingabefehlern" sollten eingehalten werden, da dadurch der Bestellprozess insgesamt transparenter und in rechtlicher Hinsicht sicherer wird.

### Nr. 8. Informationspflichten gegenüber Verbrauchern

Bei den Informationspflichten gegenüber den Verbrauchern ist jeweils zu beachten, dass die Angaben "in einer dem eingesetzten Fernkommunikationsmittel entsprechenden Weise klar und verständlich" sein müssen. Was genau darunter zu verstehen ist, kann nicht allgemein und für alle Fälle gültig gesagt werden. Die Hinweise sollten jedenfalls so gestaltet sein, dass auch ein Kunde sie versteht, der mit den Gegebenheiten des Online-Shops (noch) nicht vertraut ist.

Die Nichterfüllung von Informationspflichten durch den Anbieter führt u. a. dazu, dass die Widerrufsfrist für Fernabsatzverträge nicht zu laufen beginnt; sie ist zudem wettbewerbsrechtlich angreifbar. Ob die zur Erfüllung der gesetzlichen Hinweispflichten erforderlichen Informationen (vor allem über das Bestehen eines Widerrufsrechtes und die Bedingungen für seine Ausübung) dem Verbraucher zwingend vor Augen geführt werden müssen ("Pop-up"), bevor er seine Bestellung abgeben kann, oder ob ein bloßer Hinweis auf die Möglichkeit der Kenntnisnahme ausreicht, ist umstritten. Nach einer Entscheidung des OLG Frankfurt am Main handelt ein Unternehmer wettbewerbswidrig, wenn ein Kunde seine Bestellung abgeben kann, ohne dass er vorher die Belehrung nach dem Fernabsatzgesetz aufrufen muss. Es ist noch nicht absehbar, ob andere Gerichte sich dieser Auffassung in Zukunft anschließen werden. Im Bereich des B2C-Geschäfts ist es daher zur Vermeidung von Rechtsunsicherheit ratsam, die "Pop-up"-Methode zu verwenden.

### Nr. 9. Zeitpunkt und Zurverfügungstellung der Informationen

Nach altem Recht hatte der Anbieter den Verbraucher "rechtzeitig vor Abschluss eines Fernabsatzvertrages" zu informieren. Nach neuem Recht (d.h. ab dem 8.12. 2004) hat der Anbieter dem Verbraucher "rechtzeitig vor Abgabe von dessen Vertragserklärung die Informationen zur Verfügung zu stellen". "Vertragserklärung" meint dabei die auf den Abschluss des Vertrages gerichtete Willenserklärung, gleichgültig ob Angebot oder Annahme.

Durch die Neuformulierung bzw. Vorverlegung des Zeitpunktes sollen auch die Fälle erfasst werden, in denen der Verbraucher auf die Präsentation des Anbieters im Internet, die sich als sog. invitatio ad offerendum herausstellt (Aufforderung zur Abgabe eines Angebotes), mit einer Bestellung reagiert und hierdurch ein für ihn bindendes Angebot zum Vertragsabschluss abgibt. In diesen Fällen kommt der Vertrag zustande, wenn der Anbieter dieses An-

gebot entweder durch Erklärung oder direkt durch Warenezusendung (§ 151 BGB) annimmt. In diesen Konstellationen soll es nicht genügen, dass der Verbraucher die vorgeschriebenen Informationen nach Abgabe seines Angebots, aber vor Vertragsschluss erhält. Vielmehr soll er die Informationen schon bei Abgabe seines Angebotes berücksichtigen können.

Durch die neue Formulierung "zur Verfügung stellen" soll klargestellt werden, dass der Anbieter keinerlei "Informationserfolg" im Sinne eines nachprüfbaren Erkenntnisgewinns beim Verbraucher schuldet.

Die Einräumung der technischen Möglichkeit zur Kenntnisnahme der Informationen kann z. B. über einen gesonderten Button ("Kundeninformation") realisiert werden.

#### Nr. 10. Vertragsschluss

Zum Vertragsschluss im Internet vgl. die Erläuterungen oben Teil A I 1. Zur Information des Kunden über die zum Vertragsschluss führenden Schritte vgl. auch die Hinweise unten Nr. 16.

#### Nr. 11. Preise

Bei der Preisangabe ist nach der Preisangabenverordnung der ausdrückliche Hinweis zu geben, dass die gesetzliche Umsatzsteuer sowie sämtliche andere Preisbestandteile bereits enthalten sind. Darüber hinaus müssen bei der Preisangabe zusätzliche Informationen bezüglich Zustellungs- und Versandkosten (zzgl./inkl.) gegeben werden.

§ 1 Abs. 2 und 6 PAngV ist neben § 5 Abs. 1 TMG auf den Internetversandhandel anzuwenden. Beide Regelungswerke haben ähnliche, aber nicht identische Zielrichtungen. Die PAngV verlangt insbesondere nicht nur die leichte Erkennbarkeit der Pflichtangaben, sondern darüber hinaus die eindeutige Zuordnung zu den angebotenen und beworbenen Artikeln.

Nach der bisherigen Rechtsprechung (vgl. z. B. OLG Hamburg vom 3.2.2005 -5 U 128/04- und OLG Hamburg vom 12.08.2004 -5 U 187/03-) müssen sich die Angaben zu Umsatzsteuer und Versandkosten nach § 1 Abs. 2 PAngV bei der Bewerbung von Angeboten im Internetversandhandel entweder in unmittelbarer räumlicher Nähe zu den beworbenen Artikeln befinden oder der Nutzer muss jedenfalls in unmittelbarer räumlicher Nähe zu der Werbung unzweideutig zu dem Preis mit allen seinen Bestandteilen einschließlich der Angaben nach § 1 Abs. 2 PAngV hingeführt werden (aktuell auch LG Berlin Beschluss v. 10.4.2006 – 96 O 52/06). Dies kann z. B. durch einen „sprechenden Link“ geschehen.

Nicht ausreichend ist daher aber regelmäßig z.B. ein sog. Sternchenverweis, die Unterstreichung des Wortes „Preis“ mit Verlinkung oder ein allgemeiner Link „Versandkosten“, „mehr Info“ oder „Service“.

Diese strenge Rechtsprechung des OLG Hamburg steht derzeit auf dem Prüfstand beim BGH (Revision anhängig I ZR 143/04), das Urteil wird für 2007 erwartet.

Zumindest für die Werbung auf Suchmaschinenseiten („Sponsored Links“) wurden die Vorgaben gelockert. Dort reicht es nach aktueller Rechtsprechung (OLG Hamburg, Beschluss vom 16.11.2005 - 5 W 130/05), wenn die Information erst auf der verlinkten Seite erfolgt.

Eine andere Frage ist es, wie detailliert der Preis in einer „Bestell-Übersicht“ (wo der Kunde die „Füllung“ seines Warenkorb vor Abgabe der Bestellung erkennt) anzugeben ist. Weil

Versandkosten nicht auf die Ware, sondern für die Versendung anfallen, müssen diese hier nicht unmittelbar angegeben werden. Es reicht, wenn ersichtlich ist, dass die Auflistung noch keine Versandkosten enthält und die detaillierten Versandkosten einfach zu finden sind (BGH Urteil vom 5.10.2005 – VIII ZR 382/04). Es empfiehlt sich etwa eines Klammerzusatzes wie „zuzüglich Versandkosten“ oder „ohne Versandkosten“ mit einem Link auf diesbezügliche Informationen.

#### Nr. 12, Einzelheiten zur Lieferung

Im Internetversandhandel muss, soweit die Ware nicht unverzüglich nach der Bestellung versandt werden kann, auf die längere Lieferfrist unmissverständlich hingewiesen werden (BGH Urteil vom 7.4.2005 – I ZR 314/02). Für die eigentlichen Informationen zur Lieferfrist ist es ausreichend, wenn diese über einen Link erreichbar sind.

Problematisch ist es, wenn dem Kunden der Abschluss einer Transportversicherung (welche die Risiken des Transports der Ware abdecken soll) empfohlen wird. Denn damit kann bei den angesprochenen Verbrauchern der irreführende Eindruck entstehen, dass sie selbst das Transportrisiko zu tragen hätten (LG Dresden, Urteil vom 23.01.2006 – AZ: 10 O 3999/05).

#### Nr. 13, Widerrufs- und Rückgaberecht

Zum Widerrufs- und Rückgaberecht vgl. auch die Erläuterungen oben Teil A I 2.

Für die Belehrung über das Widerrufs- und Rückgaberecht enthält die Informationspflichtenverordnung ein Muster (BGB-InfoV Anlage 2), das auf Seite 42 wiedergegeben ist. Die (unveränderte und vollständige) Verwendung dieser Vorlage soll sicherstellen, dass der Verwender seine diesbezüglichen Informationspflichten erfüllt.

Allerdings wird an dem Muster kritisiert, dass die gesetzlichen Vorgaben nicht umfänglich erfüllt würden. So hat das LG Halle (Urteil v. 13.5.2005 - 1 S 28/05) das Muster in der alten Fassung (vor 8.12.2004) wegen Unvereinbarkeit mit § 355 BGB verworfen. Demnach sei die Verordnung rechtswidrig bzw. nichtig. Auch nach der Neufassung (die das Muster nach wohl h. M. in den Status eines Parlamentsgesetzes erhebt) verbleiben kritische Stimmen wegen der Diskrepanzen zu § 355 BGB. Immerhin hat das LG Münster (Urteil v. 2.8.2006 – 24 O 96/06) entschieden, dass die BGB-InfoV nunmehr Gesetzesrang hat und bei einer unveränderten Übernahme der Musterbelehrung (Anlage 2) kein Gesetzesverstoß vorliegen kann. Ein aktuelles Urteil des BGH (Az: VII ZR 122/06) hat insoweit nicht die erhoffte und notwendige Klärung gebracht, so dass (bis zu einer höchstrichterlichen oder gesetzlichen Klärung) an dieser Stelle eine Rechtsunsicherheit bleibt.

Das OLG Hamm hat mit Beschluss vom 15.03.2007 (Az. 4 W 1/07) bestätigt, dass das gesetzliche Muster zur Widerrufsbelehrung wegen falscher Formulierung zum Fristbeginn nicht für die Belehrung im Internet genutzt werden darf. Der Senat folgt damit der Entscheidung des Kammergerichts Berlin (vom 5. Dezember 2006 - Az. 5 W 295/06). Auch in der rechtswissenschaftlichen Literatur ist mittlerweile ganz überwiegend anerkannt, dass die Formulierung „Die Frist beginnt frühestens mit dem Erhalt dieser Belehrung“ in dieser Form nicht verwendet werden kann. Übernommen werden könnte aber der Passus aus § 312 d Abs. 2 BGB, nach dem die Frist bei Lieferung nicht vor dem Tag des Eingangs beim Empfänger beginnt.

Allerdings ist es riskant, an der Musterbelehrung auch nur geringe Änderungen vorzunehmen oder nur Auszüge der Musterbelehrung zu verwenden. Dann nämlich entfällt die Privile-

gierung von § 14 Abs.1 BGB-InfoV, wonach der Verwender „...den Anforderungen des § 355 Abs. 2 und den diesen ergänzenden Vorschriften des Bürgerlichen Gesetzbuchs“ genügt (vgl. z. B. LG Stuttgart Urteil vom 30.09.2005 - 38 O 79/05 KfH).

Soweit gewisse Modifikationen wegen geschäftlicher Besonderheiten unumgänglich sind, sollte deshalb juristischer Rat eingeholt werden. So sollte beim Kauf auf Probe die Musterbelehrung ebenfalls nicht unverändert benutzt werden, da nicht darüber informiert wird, dass erst mit Ablauf der Billigungsfrist auch die Widerrufsfrist beginnt.

Auch wenn der Händler über einen genauen Betrag informieren will, der im Fall der Benutzung der Ware innerhalb der Widerrufsfrist zu zahlen ist, wären Anpassungen teils unumgänglich.

Für jede Widerrufsbelehrung ist wichtig, welcher Zeitpunkt für die (Übergabe der) Belehrung im Rahmen des Geschäftsmodells gewählt wird: bei (nachgeholter) Belehrung nach Vertragsschluss verlängert sich die Frist auf 1 Monat, während sie bei Belehrung bei Vertragsschluss die üblichen 2 Wochen beträgt.

Neu ist, dass auch über das Nichtbestehen des Widerrufsrechts in Textform aufgeklärt werden muss, § 312 c Abs. 2 BGB und § 1 Abs.1 Nr.10 BGB-InfoV. Auch hier gilt, dass die Information verständlich sein muss. Unter Umständen reicht deswegen die bloße Wiedergabe der gesetzlichen Ausnahmetatbestände (vgl. § 312 d Abs. 4 BGB) nicht aus. In jedem Fall muss erklärt werden, dass man die Ausnahme im vorliegenden Fall für einschlägig erachtet.

#### Nr. 14, Schritte des Vertragsschlusses u. a.

Darzustellen ist hier z. B., wie das Warenkorbverfahren funktioniert. Zum Vertragsschluss im Internet vgl. die Erläuterungen oben Teil A I 1.

#### Nr. 15, Bestellprozess

Der Bestellprozess muss transparent gestaltet werden. § 312 e BGB schreibt zwingende technische Informationen und Hilfestellungen durch den Leistungsanbieter vor: Schließt ein Unternehmer einen Vertrag im elektronischen Geschäftsverkehr, so hat er dem Kunden angemessene, wirksame und zugängliche technische Mittel zur Verfügung zu stellen, mit deren Hilfe der Kunde Eingabefehler vor der endgültigen Abgabe seiner Bestellung erkennen und berichtigen kann. Hierzu wird im Regelfall eine eigene Seite erforderlich sein, auf der alle Daten der Bestellung in übersichtlicher Weise nochmals zusammengefasst und zur abschließenden Kontrolle und ggf. Korrektur dargestellt werden (z.B. mit dem Button "Korrigieren" oder "Ändern").

Darüber hinaus muss der Kunde die Möglichkeit haben, bei Vertragsschluss die Vertragsbestimmungen – in der Regel also die Daten seiner Bestellung (z.B. den Inhalt eines Warenkorbes) und die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) - abzurufen und "in wiedergabefähiger Form zu speichern" bzw. auszudrucken. Die Website muss also einen Mechanismus vorsehen, durch den die individuellen Daten der Bestellung (wie Kaufgegenstand, Preis und Liefertermin) mit den vereinbarten Allgemeinen Geschäftsbedingungen auf einer Seite zusammengeführt werden, so dass der Kunde diese zusammengefasste Information speichern oder ausdrucken kann.

Weiter muss darüber informiert werden, ob der Vertragstext nach dem Vertragsschluss von

dem Betreiber des Online-Shops gespeichert wird (was in aller Regel der Fall sein wird), und ob (bzw. wie) diese Daten dem Kunden nach Vertragsschluss zugänglich sind. Im B2B-Geschäft ist diese Vorschrift jedoch wiederum abdingbar, d.h. die Vertragsparteien können z.B. durch eine entsprechende Ausgestaltung der Allgemeinen Nutzungsbedingungen vereinbaren, dass diese Pflicht nicht gelten soll.

Zur Klarstellung: Bei den AGB handelt es sich um die für die Ausführung der Lieferung oder Leistung maßgeblichen Bedingungen, die u. a. auch die Haftung (unter Einschluss der Mängelhaftung) regeln, während die Allgemeinen Nutzungsbedingungen (die ebenfalls den Charakter Allgemeiner Geschäftsbedingungen haben) den Rahmen für die Nutzung der Internetseiten des Anbieters und insbesondere des Online-Shops beinhalten. Ggf. können beide Themen in einheitlichen Bedingungen geregelt werden (vgl. auch unten II 1).

Zur Einbeziehung der AGB siehe oben Teil A I 3 (S.13).

#### Nr. 16, Zugangsbestätigung

Der Eingang einer Bestellung ist unverzüglich auf elektronischem Wege zu bestätigen, etwa mit dem Satz: "Ihre Bestellung ist bei uns eingegangen." Die Bestätigung kann per Email oder durch Einblendung der Eingangsbestätigung auf der Website erfolgen. In letzterem Falle soll dem Kunden die Möglichkeit eingeräumt werden, die am Bildschirm gezeigte Eingangsbestätigung auszudrucken oder abzuspeichern.

Diese Vorschriften sind im B2B-Geschäft wiederum abdingbar; aus Gründen der Transparenz und Rechtssicherheit wird jedoch empfohlen, auch dem B2B-Kunden eine solche Eingangsbestätigung zu übermitteln.

Unbedingt sichergestellt werden sollte, dass es sich dabei tatsächlich um eine "Eingangsbestätigung" handelt und nicht schon um die Annahme der Bestellung des Kunden, also keine "Auftragsbestätigung". Die Annahme, durch die der Vertrag mit dem Kunden zu Stande kommt, sollte erst nach der Prüfung der Verfügbarkeit der Ware und des gewünschten Liefertermins, ggf. der Identität und Solvenz des Kunden und erforderlichenfalls Durchführung der Exportkontrolle etc. gesondert erklärt werden. Vermieden werden sollten deshalb Formulierungen, die aus objektiver Empfängersicht als Annahme eines Angebots ausgelegt werden können ("...alsbaldige oder sofortige Bearbeitung/Ausführung/Versendung").

#### Nr. 17, AGB

Zur Einbeziehung von AGB vgl. oben Teil A I 3.

#### Nr. 18, Textform

Zur Textform vgl. oben Teil A I 1 (Seite 10).

#### Nr. 19, Datenschutz

Es ist (auch aus vertriebspolitischen Gründen) empfehlenswert, den Umgang des Anbieters mit kundenbezogenen Daten in einer Datenschutzerklärung ("**Privacy Policy**" / "**Hinweise zum Datenschutz**") zusammenfassend darzustellen.

### Nr. 20, Auskunftsrecht

Die Auskunft kann schriftlich oder auch elektronisch erteilt werden.

### Nr. 21, Widerspruchsrecht

Erstellte Nutzungsprofile dürfen in keinem Fall mit Daten über den Träger des Pseudonyms zusammengeführt werden.

### Nr. 22, Datenschutz und Einwilligung

Die im Bereich von Online-Shops anwendbaren Datenschutzvorschriften sind vielfältig. Insbesondere sind – soweit nicht Auslandsberührung besteht – die Bestimmungen des Telemediengesetzes sowie stets als Auffangvorschriften die des Bundesdatenschutzgesetzes zu befolgen.

Aus diesen Vorschriften ergibt sich z. B., dass der Diensteanbieter **personenbezogene Daten eines Nutzers** ohne dessen Einwilligung nur erheben, verarbeiten und nutzen darf, soweit sie für die Begründung, inhaltliche Ausgestaltung oder Änderung eines Vertragsverhältnisses mit ihm über die Nutzung von Telediensten erforderlich sind (Bestandsdaten). Ist er danach darauf angewiesen, dass der Kunde in die Erhebung, Verarbeitung und Nutzung seiner Daten einwilligt, weil der Umfang dieser Handlungen über das gesetzlich ohne Weiteres Erlaubte hinausgeht, so wird diese **Einwilligung** in der Regel **online** eingeholt.

Die Einwilligung kann bei Telemedien(-diensten) elektronisch oder in Schriftform erfolgen. Dabei beziehen sich die Regeln zur elektronischen Einwilligung im TMG lediglich auf die Verarbeitung personenbezogener Daten, die sich auf das Verhältnis zwischen dem Diensteanbieter und dem Nutzer beziehen, und zwar im unmittelbaren Zusammenhang mit dem jeweiligen Tele- bzw. Mediendienst. Alle über diese spezielle Beziehung hinausreichenden Datenverarbeitungen bedürfen nach dem BDSG im Regelfall der Schriftform bzw. einer qualifizierten elektronischen Signatur nach den Vorgaben des § 126a BGB.

Eine "Orientierungshilfe Tele- und Mediendienste" hat z.B. der hamburgische Datenschutzbeauftragte herausgegeben. Er soll Anbietern bei der datenschutzgerechten Gestaltung ihrer Dienste helfen. Es werden die wichtigsten Regelungen des Mediendienste-Staatsvertrages (MDStV), des Telediensteegesetzes (TDG) und des Teledienstedatenschutzgesetzes (TDDSG) erläutert, Stand Juli 2002. Die Publikation bezieht sich zwar noch auf die Gesetzeslage vor Inkrafttreten des TMG; da die Vorschriften jedoch inhaltsgleich sind, dürfte die Publikation auch für die Rechtslage gemäß TMG nützlich sein.

Link:

<http://fhh.hamburg.de/stadt/Aktuell/weitere-einrichtungen/datenschutzbeauftragter/informationmaterial/internet-telekommunikation/orientierungshilfe-tele-und-mediendienste.html>

## II. Weitere Erläuterungen

### 1. Registrierung und Allgemeine Nutzungsbedingungen

Die generelle Registrierung von Kunden ist gesetzlich nicht vorgeschrieben und bei Webseiten mit überwiegend werblichem oder informativem Charakter – z.B. Unternehmensdarstellungen – auch nicht üblich, weil sie Nutzer vom Abruf der Seiten abhalten könnte. Auf der anderen Seite erhöht eine Registrierung jedoch die Rechtssicherheit, da bekannte Nutzerkreise es dem Anbieter erleichtern, sich in der Gestaltung der Seiten darauf einzustellen, und ist vor allem beim Betrieb eines Online-Shops und bei der Abwicklung der über den Online-Shop getätigten Geschäfte erforderlich. Zu beachten ist dabei, dass der Anbieter dem Nutzer nach dem Teledienste -Datenschutzgesetz die Möglichkeit zur anonymen bzw. pseudonymen Nutzung einräumen muss, wenn dies technisch möglich und dem Anbieter zumutbar ist. Hat der Anbieter – so insbesondere bei Online-Shops oder bei Informationen, die nur an bestimmte Fachkreise gerichtet sind – ein legitimes Interesse an der Identifizierung des Nutzers, so wird es an der Zumutbarkeit fehlen.

Erfolgt eine Registrierung, so sollte die weitere Nutzung des durch das Registrierungserfordernis geschützten Bereiches davon abhängig gemacht werden, dass der Kunde bei seiner ersten Nutzung das ihm vom Betreiber mitgeteilte Passwort ("Initialisierungspasswort") in ein nur ihm bekanntes Passwort ändert. Initialisierungspasswort und Benutzername sollten dem Kunden stets getrennt voneinander (z.B. durch zwei separate Emails) mitgeteilt werden.

Die Allgemeinen Nutzungsbedingungen ("ANB", häufig auch "Terms of Use" genannt) regeln in einer Art "Hausordnung", was der Kunde bei der Nutzung der Website zu beachten hat. Mit diesen Allgemeinen Nutzungsbedingungen werden online-spezifische Themen geregelt und Risiken begrenzt, die aus der Nutzung des Internet als Informationsmedium und Vertriebsweg resultieren (z.B. unberechtigter Zugriff durch Dritte, Verlust der Zugangsdaten, Haftungsausschluss für Betriebsunterbrechung, Viren etc., Verantwortung für Hyperlinks, Datenschutz...).

Nicht verwechselt werden sollten diese ANB mit den Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die online angebotene Produkte und andere Leistungen betreffen und z.B. die Mängelhaftung für solche Lieferungen und Leistungen betreffen. Aus Gründen der Klarheit und Überschaubarkeit empfehlen wir insoweit die Verwendung eines gesonderten Bedingungswerkes (in einfachen Fällen lassen sie sich ggf. zusammenfassen).

Auf den Webseiten sollte daher auf jeder Seite ein Button ersichtlich sein, der den Namen "Allgemeine Nutzungsbedingungen" oder "Nutzungsbedingungen" trägt und der einen Hyperlink zu den Allgemeinen Nutzungsbedingungen enthält. Diese sollten in HTML vorliegen, um von allen Nutzern eingesehen, gespeichert und ausgedruckt werden zu können. Zusätzlich können sie auch im pdf-Format o.ä. abrufbar sein.

Die bloße Bereithaltung der Bedingungen über einen Link lässt Raum für Zweifel, ob sie damit wirksam in einen Vertrag einbezogen werden. Da eine generelle Registrierung aus Marketing-Gründen praktisch keine sinnvolle Alternative darstellt, muss diese rechtliche Unsicherheit wohl hingenommen werden. Ist für die gesamte Website oder Teile davon (z.B. einen Online-Shop) aber eine Registrierung vorgesehen, so sollte der Nutzer in diesem Rahmen ihrer Einbeziehung formalisiert zustimmen müssen; dabei muss die Zustimmung aus Beweisgründen unbedingt protokolliert werden.

In diesem Fall muss oberhalb der "Registrierungstaste" ein deutlicher Hinweis auf die Einbeziehung der Allgemeinen Nutzungsbedingungen stehen, wobei der Text dieser Bedingungen unmittelbar durch einen Link aufrufbar sein muss, z.B., wie folgt:

## **Mit dem Betätigen der Taste "Registrieren" erkenne ich die [Allgemeinen Nutzungsbedingungen](#) an.**

Im B2C-Geschäft ist die Einbeziehung der ANB in die Bestellung dergestalt empfehlenswert, dass der ausführliche Text der ANB während der Registrierung auf dem Bildschirm angezeigt wird ("pop-up"). Im Anschluss daran muss der Kunde durch einen "Click" auf ein dafür vorgesehenes, nicht schon von Beginn an mit einem Haken versehenes Feld seine Kenntnisnahme und Anerkennung der ANB bestätigen, bevor er die Registrierung beenden kann, anderenfalls sollte der Vorgang abgebrochen werden. Insbesondere im Hinblick auf ein Urteil des OLG Karlsruhe (Urt. v. 27.3.2002 – 6 U 200/01; ähnlich auch OLG Frankfurt, Urt. v. 17.4.2001 – 6 W 37/01, CR 2001, 782) ist festzustellen, dass manche Gerichte Links als unzureichend ablehnen und vermehrt eine "Zwangseinblendung" jedenfalls im B2C-Bereich verlangen.

## **2. Links und Frames**

(Hyper-) Links und Frames verweisen auf Inhalte anderer Internetadressen, wobei Verweise innerhalb eigener Internetangebote rechtlich unbedenklich sind. Ohne Verlinkungen auf andere Inhalte könnte das Internet in heutiger Form nicht existieren. Der grundsätzliche Unterschied zwischen Links und Frames liegt darin, dass bei einem Link erkennbar auf eine andere Internetadresse verzweigt wird, bei einem Frame ein fremder Inhalt "im Rahmen" der eigenen Internetseite angezeigt wird, wobei mehr oder weniger deutlich wird, dass es sich um einen fremden Inhalt handelt.

Je nach dem wie und zu welchem Zweck Links bzw. Frames gesetzt sind, können eine ganze Anzahl an Rechtsnormen und -gebieten tangiert sein. **Pauschale Aussagen zu diesem Thema sind allerdings schwierig, da es entscheidend auf die konkrete Ausgestaltung ankommt.** Hier sollte im Zweifelsfall versierte rechtliche Beratung eingeholt werden. Verstöße gegen die rechtlichen Rahmenbedingungen können die Geschäftsabwicklung nachhaltig beeinträchtigen. Nachfolgend die wesentlichen Problemfelder:

### a) Hyperlinks

- **Urheberrechtlich** in der Regel unbedenklich, da der fremde Inhalt als solcher erkennbar ist. Hilfreich ist es hierbei, wenn beim Anklicken des Links stets ein neues Fenster aufgeht. Als teilweise problematisch werden sog. "Deep-Links" angesehen, die auf Ebenen unterhalb der jeweiligen Startseiten verweisen. Nach der Rechtsprechung des BGH wird hierdurch jedoch kein Urheberrecht tangiert. Vorsicht ist jedoch geboten bei Hyperlinks in Form von sog. thumbnails (thumbnail: Bezeichnung für eine Minigrafik, die oft als Vorschau für eine größere Grafik oder ein Bild dient. Erst durch Anklicken des thumbnails wird dann das größere Bild geladen.)
- **Wettbewerbsrecht** kann tangiert sein, wenn z.B. die Verlinkung auf einen Konkurrenten nachteilig und behindernd ist

- **(Strafrechtliche) Verantwortlichkeit** z.B. für Verweise auf rechtswidrige Inhalte ist in der Regel nur bei positiver Kenntnis der Rechtswidrigkeit gegeben. Ein genereller Ausschluss der Verantwortlichkeit, z.B. durch einen sog. "Disclaimer" ist aus rechtlicher Sicht insoweit wirkungslos

#### b) Frames

- **Urheberrechtlich** nur dann unbedenklich, wenn der fremde Inhalt als solcher erkennbar ist. Soweit der Eindruck erweckt wird, dass der Inhaber der verweisenden Seite sich den Inhalt der anderen Seite zu eigen macht, ist in aller Regel ein Verstoß gegen Urheberrechte gegeben
- **Wettbewerbsrecht** kann - wie bei Hyperlinks - tangiert sein, wenn z.B. die Verlinkung auf einen Konkurrenten nachteilig und behindernd ist. Insbesondere wenn die fremden Inhalte als solche nicht erkennbar sind, besteht die Gefahr eines Verstoßes
- **(strafrechtliche) Verantwortlichkeit:** Anders als bei Hyperlinks kann die Distanzierung von den "fremden" Inhalten bei der Verwendung von Frames bedeutend schwieriger sein, da die Einblendung im eigenen Kontext erfolgt. Hier ist in jedem Fall ein klarstellender Hinweis angebracht (z.B. "diese Informationen werden von xyz zur Verfügung gestellt". Im Übrigen gelten die oben für Links gegebenen Hinweise hier ebenfalls

**Merke:** *Das Setzen von Links und Frames ist gerade im kommerziellen Bereich mit rechtlichen Risiken behaftet, die einer konkreten Überprüfung im Einzelfall unterzogen werden sollten.*

### 3. Mögliche Sanktionen

In der Regel wird der jeweilige Vertrag über die Ware oder Dienstleistung nicht dadurch unwirksam, dass eine der vorstehenden Verpflichtungen nicht erfüllt wird. Werden die genannten Voraussetzungen nicht eingehalten, drohen jedoch als mögliche Sanktionen die Anfechtbarkeit des online geschlossenen Vertrages und ggf. Schadensersatzansprüche des Kunden. Bei Fehlern oder Mängeln hinsichtlich der "Anbieterkennzeichnung/ Impressumspflicht" droht eine Geldbuße bis zu € 50.000. Auch Datenschutzverstöße sind straf- oder bußgeldbewehrt. In allen Fällen drohen unabhängig hiervon wettbewerbsrechtliche Folgen (Unterlassungsklage durch Verbraucherschutzverbände oder Wettbewerber / Schadensersatzklagen oder Maßnahmen bis hin zur Schließung des Online-Shops). Schließlich kann wegen eines Eintrages im Gewerbezentralregister der Ausschluss von der Vergabe öffentlicher Aufträge drohen.

### 5. Protokollierung

Im Hinblick auf gesetzliche Aufbewahrungsfristen für geschäftliche Unterlagen, aber auch mit Blick auf mögliche, spätere Rechtsstreitigkeiten sollten alle rechtlich relevanten Vorgänge im

Online-Shop protokolliert und archiviert werden (Logging). Dazu gehören alle vertragsrelevanten Dokumente, die im Rahmen des Bestellvorgangs und dessen Abwicklung anfallen (Angebot, Bestellung des Kunden, Auftragsbestätigung an den Kunden) sowie entsprechende Vorgänge bei der Registrierung des Kunden für den Online-Shop.

## **6. Elektronische Signaturen**

Der Einsatz von elektronischen Signaturen erhöht die Sicherheit Ihres Online-Shops und führt dazu, dass elektronische Mitteilungen – anders als bei "einfachen" Emails – wegen ihres Beweiswertes auch vor Gericht besser verwertet werden können.

## **7. Exportkontrolle**

Bei grenzüberschreitenden Lieferungen und Leistungen sind die Vorschriften der Exportkontrolle zu beachten, auf die wegen ihrer Komplexität hier nicht eingegangen werden kann.



### III. Relevante gesetzliche Regelungen

Das **Telemediengesetz** steht bsp. über den folgenden Link zum Download bereit:

<http://www.gesetze-im-internet.de/tmg/>

### Vorschriften des BGB

#### § 312b BGB Fernabsatzverträge

(1) Fernabsatzverträge sind Verträge über die Lieferung von Waren oder über die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich Finanzdienstleistungen, die zwischen einem Unternehmer und einem Verbraucher unter ausschließlicher Verwendung von Fernkommunikationsmitteln abgeschlossen werden, es sei denn, dass der Vertragsschluss nicht im Rahmen eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- oder Dienstleistungssystems erfolgt. Finanzdienstleistungen im Sinne des Satzes 1 sind Bankdienstleistungen sowie Dienstleistungen im Zusammenhang mit einer Kreditgewährung, Versicherung, Altersversorgung von Einzelpersonen, Geldanlage oder Zahlung.

(2) Fernkommunikationsmittel sind Kommunikationsmittel, die zur Anbahnung oder zum Abschluss eines Vertrags zwischen einem Verbraucher und einem Unternehmer ohne gleichzeitige körperliche Anwesenheit der Vertragsparteien eingesetzt werden können, insbesondere Briefe, Kataloge, Telefonanrufe, Telekopien, E-Mails sowie Rundfunk, Tele- und Mediendienste.

(3) Die Vorschriften über Fernabsatzverträge finden keine Anwendung auf Verträge

1. über Fernunterricht (§ 1 des Fernunterrichtsschutzgesetzes),
2. über die Teilzeitnutzung von Wohngebäuden (§ 481),
3. über Versicherungen sowie deren Vermittlung,
4. über die Veräußerung von Grundstücken und grundstücksgleichen Rechten, die Begründung, Veräußerung und Aufhebung von dinglichen Rechten an Grundstücken und grundstücksgleichen Rechten sowie über die Errichtung von Bauwerken,
5. über die Lieferung von Lebensmitteln, Getränken oder sonstigen Haushaltsgegenständen des täglichen Bedarfs, die am Wohnsitz, am Aufenthaltsort oder am Arbeitsplatz eines Verbrauchers von Unternehmern im Rahmen häufiger und regelmäßiger Fahrten geliefert werden,
6. über die Erbringung von Dienstleistungen in den Bereichen Unterbringung, Beförderung, Lieferung von Speisen und Getränken sowie Freizeitgestaltung, wenn sich der Unternehmer bei Vertragsschluss verpflichtet, die Dienstleistungen zu einem bestimmten Zeitpunkt oder innerhalb eines genau angegebenen Zeitraums zu erbringen,
7. die geschlossen werden
  - a) unter Verwendung von Warenautomaten oder automatisierten Geschäftsräumen oder
  - b) mit Betreibern von Telekommunikationsmitteln auf Grund der Benutzung

von öffentlichen Fernsprechern, soweit sie deren Benutzung zum Gegenstand haben.

(4) Bei Vertragsverhältnissen, die eine erstmalige Vereinbarung mit daran anschließenden aufeinander folgenden Vorgängen oder eine daran anschließende Reihe getrennter, in einem zeitlichen Zusammenhang stehender Vorgänge der gleichen Art umfassen, finden die Vorschriften über Fernabsatzverträge nur Anwendung auf die erste Vereinbarung. Wenn derartige Vorgänge ohne eine solche Vereinbarung aufeinander folgen, gelten die Vorschriften über Informationspflichten des Unternehmers nur für den ersten Vorgang. Findet jedoch länger als ein Jahr kein Vorgang der gleichen Art mehr statt, so gilt der nächste Vorgang als der erste Vorgang einer neuen Reihe im Sinne von Satz 2.

(5) Weitergehende Vorschriften zum Schutz des Verbrauchers bleiben unberührt.

### **§ 312c BGB Unterrichtung des Verbrauchers bei Fernabsatzverträgen**

(1) Der Unternehmer hat dem Verbraucher rechtzeitig vor Abgabe von dessen Vertragserklärung in einer dem eingesetzten Fernkommunikationsmittel entsprechenden Weise klar und verständlich und unter Angabe des geschäftlichen Zwecks die Informationen zur Verfügung zu stellen, für die dies in der Rechtsverordnung nach Artikel 240 des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche bestimmt ist. Der Unternehmer hat bei von ihm veranlassten Telefongesprächen seine Identität und den geschäftlichen Zweck des Kontakts bereits zu Beginn eines jeden Gesprächs ausdrücklich offen zu legen.

(2) Der Unternehmer hat dem Verbraucher ferner die Vertragsbestimmungen einschließlich der Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die in der Rechtsverordnung nach Artikel 240 des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche bestimmten Informationen in dem dort bestimmten Umfang und der dort bestimmten Art und Weise in Textform mitzuteilen, und zwar

1. bei Finanzdienstleistungen rechtzeitig vor Abgabe von dessen Vertragserklärung oder, wenn auf Verlangen des Verbrauchers der Vertrag telefonisch oder unter Verwendung eines anderen Fernkommunikationsmittels geschlossen wird, das die Mitteilung in Textform vor Vertragsschluss nicht gestattet, unverzüglich nach Abschluss des Fernabsatzvertrags;

2. bei sonstigen Dienstleistungen und bei der Lieferung von Waren alsbald, spätestens bis zur vollständigen Erfüllung des Vertrags, bei Waren spätestens bis zur Lieferung an den Verbraucher.

Eine Mitteilung nach Satz 1 Nr. 2 ist entbehrlich bei Dienstleistungen, die unmittelbar durch Einsatz von Fernkommunikationsmitteln erbracht werden, sofern diese Leistungen in einem Mal erfolgen und über den Betreiber der Fernkommunikationsmittel abgerechnet werden. Der Verbraucher muss sich in diesem Falle aber über die Anschrift der Niederlassung des Unternehmers informieren können, bei der er Beanstandungen vorbringen kann.

(3) Bei Finanzdienstleistungen kann der Verbraucher während der Laufzeit des Vertrags jederzeit vom Unternehmer verlangen, dass ihm dieser die Vertragsbestimmungen einschließlich der Allgemeinen Geschäftsbedingungen in einer Urkunde zur Verfügung stellt.

(4) Weitergehende Einschränkungen bei der Verwendung von Fernkommunikationsmitteln

und weitergehende Informationspflichten auf Grund anderer Vorschriften bleiben unberührt.

### **§ 312d BGB Widerrufs- und Rückgaberecht bei Fernabsatzverträgen**

(1) Dem Verbraucher steht bei einem Fernabsatzvertrag ein Widerrufsrecht nach § 355 zu. Anstelle des Widerrufsrechts kann dem Verbraucher bei Verträgen über die Lieferung von Waren ein Rückgaberecht nach § 356 eingeräumt werden.

(2) Die Widerrufsfrist beginnt abweichend von § 355 Abs. 2 Satz 1 nicht vor Erfüllung der Informationspflichten gemäß § 312c Abs. 2, bei der Lieferung von Waren nicht vor dem Tage ihres Eingangs beim Empfänger, bei der wiederkehrenden Lieferung gleichartiger Waren nicht vor dem Tage des Eingangs der ersten Teillieferung und bei Dienstleistungen nicht vor dem Tage des Vertragsschlusses.

(3) Das Widerrufsrecht erlischt bei einer Dienstleistung auch in folgenden Fällen:

1. bei einer Finanzdienstleistung, wenn der Vertrag von beiden Seiten auf ausdrücklichen Wunsch des Verbrauchers vollständig erfüllt ist, bevor der Verbraucher sein Widerrufsrecht ausgeübt hat,
2. bei einer sonstigen Dienstleistung, wenn der Unternehmer mit der Ausführung der Dienstleistung mit ausdrücklicher Zustimmung des Verbrauchers vor Ende der Widerrufsfrist begonnen hat oder der Verbraucher diese selbst veranlasst hat.

(4) Das Widerrufsrecht besteht, soweit nicht ein anderes bestimmt ist, nicht bei Fernabsatzverträgen

1. zur Lieferung von Waren, die nach Kundenspezifikation angefertigt werden oder eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse zugeschnitten sind oder die auf Grund ihrer Beschaffenheit nicht für eine Rücksendung geeignet sind oder schnell verderben können oder deren Verfallsdatum überschritten würde,
2. zur Lieferung von Audio- oder Videoaufzeichnungen oder von Software, sofern die gelieferten Datenträger vom Verbraucher entsiegelt worden sind,
3. zur Lieferung von Zeitungen, Zeitschriften und Illustrierten,
4. zur Erbringung von Wett- und Lotterie-Dienstleistungen,
5. die in der Form von Versteigerungen (§ 156) geschlossen werden oder
6. die die Lieferung von Waren oder die Erbringung von Finanzdienstleistungen zum Gegenstand haben, deren Preis auf dem Finanzmarkt Schwankungen unterliegt, auf die der Unternehmer keinen Einfluss hat und die innerhalb der Widerrufsfrist auftreten können, insbesondere Dienstleistungen im Zusammenhang mit Aktien, Anteilscheinen, die von einer Kapitalanlagegesellschaft oder einer ausländischen Investmentgesellschaft ausgegeben werden, und anderen handelbaren Wertpapieren, Devisen, Derivaten oder Geldmarktinstrumenten.

(5) Das Widerrufsrecht besteht ferner nicht bei Fernabsatzverträgen, bei denen dem Verbraucher bereits auf Grund der §§ 495, 499 bis 507 ein Widerrufs- oder Rückgaberecht nach § 355 oder § 356 zusteht. Bei solchen Verträgen gilt Absatz 2 entsprechend.

(6) Bei Fernabsatzverträgen über Finanzdienstleistungen hat der Verbraucher abweichend von § 357 Abs. 1 Wertersatz für die erbrachte Dienstleistung nach den

Vorschriften über den gesetzlichen Rücktritt nur zu leisten, wenn er vor Abgabe seiner Vertragserklärung auf diese Rechtsfolge hingewiesen worden ist und wenn er ausdrücklich zugestimmt hat, dass der Unternehmer vor Ende der Widerrufsfrist mit der Ausführung der Dienstleistung beginnt.

### **§ 312e BGB Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr**

(1) Bedient sich ein Unternehmer zum Zwecke des Abschlusses eines Vertrags über die Lieferung von Waren oder über die Erbringung von Dienstleistungen eines Tele- oder Mediendienstes (Vertrag im elektronischen Geschäftsverkehr), hat er dem Kunden

1. angemessene, wirksame und zugängliche technische Mittel zur Verfügung zu stellen, mit deren Hilfe der Kunde Eingabefehler vor Abgabe seiner Bestellung erkennen und berichtigen kann,
2. die in der Rechtsverordnung nach Artikel 241 des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche bestimmten Informationen rechtzeitig vor Abgabe von dessen Bestellung klar und verständlich mitzuteilen,
3. den Zugang von dessen Bestellung unverzüglich auf elektronischem Wege zu bestätigen und
4. die Möglichkeit zu verschaffen, die Vertragsbestimmungen einschließlich der Allgemeinen Geschäftsbedingungen bei Vertragsschluss abzurufen und in wiedergabefähiger Form zu speichern.

Bestellung und Empfangsbestätigung im Sinne von Satz 1 Nr. 3 gelten als zugegangen, wenn die Parteien, für die sie bestimmt sind, sie unter gewöhnlichen Umständen abrufen können.

(2) Absatz 1 Satz 1 Nr. 1 bis 3 findet keine Anwendung, wenn der Vertrag ausschließlich durch individuelle Kommunikation geschlossen wird. Absatz 1 Satz 1 Nr. 1 bis 3 und Satz 2 findet keine Anwendung, wenn zwischen Vertragsparteien, die nicht Verbraucher sind, etwas anderes vereinbart wird.

(3) Weitergehende Informationspflichten auf Grund anderer Vorschriften bleiben unberührt. Steht dem Kunden ein Widerrufsrecht gemäß § 355 zu, beginnt die Widerrufsfrist abweichend von § 355 Abs. 2 Satz 1 nicht vor Erfüllung der in Absatz 1 Satz 1 geregelten Pflichten.

### **§ 312f BGB Abweichende Vereinbarungen**

Von den Vorschriften dieses Untertitels darf, soweit nicht ein anderes bestimmt ist, nicht zum Nachteil des Verbrauchers oder Kunden abgewichen werden. Die Vorschriften dieses Untertitels finden, soweit nicht ein anderes bestimmt ist, auch Anwendung, wenn sie durch anderweitige Gestaltungen umgangen werden.

Untertitel 3 Anpassung und Beendigung von Verträgen

### **§ 355 BGB Widerrufsrecht bei Verbraucherverträgen**

(1) Wird einem Verbraucher durch Gesetz ein Widerrufsrecht nach dieser Vorschrift eingeräumt, so ist er an seine auf den Abschluss des Vertrags gerichtete Willenserklärung nicht mehr gebunden, wenn er sie fristgerecht widerrufen hat. Der Widerruf muss keine Begründung enthalten und ist in Textform oder durch Rücksendung der Sache innerhalb von zwei Wochen gegenüber dem Unternehmer zu erklären; zur

Fristwahrung genügt die rechtzeitige Absendung.

(2) Die Frist beginnt mit dem Zeitpunkt, zu dem dem Verbraucher eine deutlich gestaltete Belehrung über sein Widerrufsrecht, die ihm entsprechend den Erfordernissen des eingesetzten Kommunikationsmittels seine Rechte deutlich macht, in Textform mitgeteilt worden ist, die auch Namen und Anschrift desjenigen, gegenüber dem der Widerruf zu erklären ist, und einen Hinweis auf den Fristbeginn und die Regelung des Absatzes 1 Satz 2 enthält. Wird die Belehrung nach Vertragsschluss mitgeteilt, beträgt die Frist abweichend von Absatz 1 Satz 2 einen Monat. Ist der Vertrag schriftlich abzuschließen, so beginnt die Frist nicht zu laufen, bevor dem Verbraucher auch eine Vertragsurkunde, der schriftliche Antrag des Verbrauchers oder eine Abschrift der Vertragsurkunde oder des Antrags zur Verfügung gestellt werden. Ist der Fristbeginn streitig, so trifft die Beweislast den Unternehmer.

(3) Das Widerrufsrecht erlischt spätestens sechs Monate nach Vertragsschluss. Bei der Lieferung von Waren beginnt die Frist nicht vor dem Tag ihres Eingangs beim Empfänger. Abweichend von Satz 1 erlischt das Widerrufsrecht nicht, wenn der Verbraucher nicht ordnungsgemäß über sein Widerrufsrecht belehrt worden ist, bei Fernabsatzverträgen über Finanzdienstleistungen ferner nicht, wenn der Unternehmer seine Mitteilungspflichten gemäß § 312c Abs. 2 Nr. 1 nicht ordnungsgemäß erfüllt hat

### **§ 357 BGB Rechtsfolgen des Widerrufs und der Rückgabe**

(1) Auf das Widerrufs- und das Rückgaberecht finden, soweit nicht ein anderes bestimmt ist, die Vorschriften über den gesetzlichen Rücktritt entsprechende Anwendung. § 286 Abs. 3 gilt für die Verpflichtung zur Erstattung von Zahlungen nach dieser Vorschrift entsprechend; die dort bestimmte Frist beginnt mit der Widerrufsoder Rückgabebekanntgabe des Verbrauchers. Dabei beginnt die Frist im Hinblick auf eine Erstattungsverpflichtung des Verbrauchers mit Abgabe dieser Erklärung, im Hinblick auf eine Erstattungsverpflichtung des Unternehmers mit deren Zugang.

(2) Der Verbraucher ist bei Ausübung des Widerrufsrechts zur Rücksendung verpflichtet, wenn die Sache durch Paket versandt werden kann. Kosten und Gefahr der Rücksendung trägt bei Widerruf und Rückgabe der Unternehmer. Wenn ein Widerrufsrecht nach § 312d Abs. 1 Satz 1 besteht, dürfen dem Verbraucher die regelmäßigen Kosten der Rücksendung vertraglich auferlegt werden, wenn der Preis der zurückzusendenden Sache einen Betrag von 40 Euro nicht übersteigt oder wenn bei einem höheren Preis der Sache der Verbraucher die Gegenleistung oder eine Teilzahlung zum Zeitpunkt des Widerrufs noch nicht erbracht hat, es sei denn, dass die gelieferte Ware nicht der bestellten entspricht.

(3) Der Verbraucher hat abweichend von § 346 Abs. 2 Satz 1 Nr. 3 Wertersatz für eine durch die bestimmungsgemäße Ingebrauchnahme der Sache entstandene Verschlechterung zu leisten, wenn er spätestens bei Vertragsschluss in Textform auf diese Rechtsfolge und eine Möglichkeit hingewiesen worden ist, sie zu vermeiden. Dies gilt nicht, wenn die Verschlechterung ausschließlich auf die Prüfung der Sache zurückzuführen ist. § 346 Abs. 3 Satz 1 Nr. 3 findet keine Anwendung, wenn der Verbraucher über sein Widerrufsrecht ordnungsgemäß belehrt worden ist oder hiervon anderweitig Kenntnis erlangt hat.

(4) Weitergehende Ansprüche bestehen nicht.

## § 1 BGB-InfoV Informationspflichten bei Fernabsatzverträgen

(1) Der Unternehmer muss dem Verbraucher gemäß § 312c Abs. 1 des Bürgerlichen Gesetzbuchs folgende Informationen zur Verfügung stellen:

1. seine Identität, anzugeben ist auch das öffentliche Unternehmensregister, bei dem der Rechtsträger eingetragen ist, und die zugehörige Registernummer oder gleichwertige Kennung,
2. die Identität eines Vertreters des Unternehmers in dem Mitgliedstaat, in dem der Verbraucher seinen Wohnsitz hat, wenn es einen solchen Vertreter gibt, oder die Identität einer anderen gewerblich tätigen Person als dem Anbieter, wenn der Verbraucher mit dieser geschäftlich zu tun hat, und die Eigenschaft, in der diese Person gegenüber dem Verbraucher tätig wird,
3. die ladungsfähige Anschrift des Unternehmers und jede andere Anschrift, die für die Geschäftsbeziehung zwischen diesem, seinem Vertreter oder einer anderen gewerblich tätigen Person gemäß Nummer 2 und dem Verbraucher maßgeblich ist, bei juristischen Personen, Personenvereinigungen oder -gruppen auch den Namen eines Vertretungsberechtigten,
4. wesentliche Merkmale der Ware oder Dienstleistung sowie darüber, wie der Vertrag zustande kommt,
5. die Mindestlaufzeit des Vertrags, wenn dieser eine dauernde oder regelmäßig wiederkehrende Leistung zum Inhalt hat,
6. einen Vorbehalt, eine in Qualität und Preis gleichwertige Leistung (Ware oder Dienstleistung) zu erbringen, und einen Vorbehalt, die versprochene Leistung im Fall ihrer Nichtverfügbarkeit nicht zu erbringen,
7. den Gesamtpreis der Ware oder Dienstleistung einschließlich aller damit verbundenen Preisbestandteile sowie alle über den Unternehmer abgeführten Steuern oder, wenn kein genauer Preis angegeben werden kann, über die Grundlage für seine Berechnung, die dem Verbraucher eine Überprüfung des Preises ermöglicht,
8. gegebenenfalls zusätzlich anfallende Liefer- und Versandkosten sowie einen Hinweis auf mögliche weitere Steuern oder Kosten, die nicht über den Unternehmer abgeführt oder von ihm in Rechnung gestellt werden,
9. Einzelheiten hinsichtlich der Zahlung und der Lieferung oder Erfüllung,
10. das Bestehen oder Nichtbestehen eines Widerrufs- oder Rückgaberechts sowie die Bedingungen, Einzelheiten der Ausübung, insbesondere Namen und Anschrift desjenigen, gegenüber dem der Widerruf zu erklären ist, und die Rechtsfolgen des Widerrufs oder der Rückgabe, einschließlich Informationen über den Betrag, den der Verbraucher im Fall des Widerrufs oder der Rückgabe gemäß § 357 Abs. 1 des Bürgerlichen Gesetzbuchs für die erbrachte Dienstleistung zu zahlen hat,
11. alle spezifischen, zusätzlichen Kosten, die der Verbraucher für die Benutzung des Fernkommunikationsmittels zu tragen hat, wenn solche zusätzlichen Kosten durch den Unternehmer in Rechnung gestellt werden, und
12. eine Befristung der Gültigkeitsdauer der zur Verfügung gestellten Informationen, beispielsweise die Gültigkeitsdauer befristeter Angebote, insbesondere hinsichtlich des Preises.

(2) Bei Fernabsatzverträgen über Finanzdienstleistungen muss der Unternehmer dem Verbraucher gemäß § 312c Abs. 1 des Bürgerlichen Gesetzbuchs ferner folgende Informationen zur Verfügung stellen:

1. die Hauptgeschäftstätigkeit des Unternehmers und die für seine Zulassung zuständige Aufsichtsbehörde,

2. gegebenenfalls den Hinweis, dass sich die Finanzdienstleistung auf Finanzinstrumente bezieht, die wegen ihrer spezifischen Merkmale oder der durchzuführenden Vorgänge mit speziellen Risiken behaftet sind oder deren Preis Schwankungen auf dem Finanzmarkt unterliegt, auf die der Unternehmer keinen Einfluss hat, und dass in der Vergangenheit erwirtschaftete Erträge kein Indikator für künftige Erträge sind,
3. die vertraglichen Kündigungsbedingungen einschließlich etwaiger Vertragsstrafen,
4. die Mitgliedstaaten der Europäischen Union, deren Recht der Unternehmer der Aufnahme von Beziehungen zum Verbraucher vor Abschluss des Fernabsatzvertrags zugrunde legt,
5. eine Vertragsklausel über das auf den Fernabsatzvertrag anwendbare Recht oder über das zuständige Gericht,
6. die Sprachen, in welchen die Vertragsbedingungen und die in dieser Vorschrift genannten Vorabinformationen mitgeteilt werden, sowie die Sprachen, in welchen sich der Unternehmer verpflichtet, mit Zustimmung des Verbrauchers die Kommunikation während der Laufzeit dieses Vertrags zu führen,
7. einen möglichen Zugang des Verbrauchers zu einem außergerichtlichen Beschwerde- und Rechtsbehelfsverfahren und gegebenenfalls die Voraussetzungen für diesen Zugang und
8. das Bestehen eines Garantiefonds oder anderer Entschädigungsregelungen, die nicht unter die Richtlinie 94/19/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 30. Mai 1994 über Einlagensicherungssysteme (ABl. EG Nr. L 135 S. 5) und die Richtlinie 97/9/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 3. März 1997 über Systeme für die Entschädigung der Anleger (ABl. EG Nr. L 84 S. 22) fallen.

(3) Bei Telefongesprächen hat der Unternehmer dem Verbraucher gemäß § 312c Abs. 1 des Bürgerlichen Gesetzbuchs nur Informationen nach Absatz 1 zur Verfügung zu stellen, wobei eine Angabe gemäß Absatz 1 Nr. 3 nur erforderlich ist, wenn der Verbraucher eine Vorauszahlung zu leisten hat. Satz 1 gilt nur, wenn der Unternehmer den Verbraucher darüber informiert hat, dass auf Wunsch weitere Informationen übermittelt werden können und welcher Art diese Informationen sind, und der Verbraucher ausdrücklich auf die Übermittlung der weiteren Informationen vor Abgabe seiner Vertragserklärung verzichtet hat.

(4) Der Unternehmer hat dem Verbraucher gemäß § 312c Abs. 2 des Bürgerlichen Gesetzbuchs folgende Informationen in Textform mitzuteilen:

1. die in Absatz 1 genannten Informationen,
2. bei Finanzdienstleistungen auch die in Absatz 2 genannten Informationen,
3. bei der Lieferung von Waren und sonstigen Dienstleistungen ferner
  - a) die in Absatz 2 Nr. 3 genannten Informationen bei Verträgen, die ein Dauerschuldverhältnis betreffen und für eine längere Zeit als ein Jahr oder für unbestimmte Zeit geschlossen sind, sowie
  - b) Informationen über Kundendienst und geltende Gewährleistungs- und Garantiebedingungen.

Zur Erfüllung seiner Informationspflicht nach Absatz 1 Nr. 10 über das Bestehen des Widerrufs- oder Rückgaberechts kann der Unternehmer das in § 14 für die Belehrung über das Widerrufs- oder Rückgaberecht bestimmte Muster verwenden. Soweit die Mitteilung nach Satz 1 durch Übermittlung der Vertragsbestimmungen einschließlich der Allgemeinen Geschäftsbedingungen erfolgt, sind die Informationen nach Absatz 1 Nr. 3

und 10, Absatz 2 Nr. 3 sowie Satz 1 Nr. 3 Buchstabe b in einer hervorgehobenen und deutlich gestalteten Form mitzuteilen.



**Anlage 2**  
(zu § 14 Abs. 1 und 3)  
**Muster**  
**für die Widerrufsbelehrung**

**Widerrufsbelehrung**

**Widerrufsrecht**

Sie können Ihre Vertragserklärung innerhalb von [zwei Wochen] <sup>1</sup> ohne Angabe von Gründen in Textform (z. B. Brief, Fax, Email) [oder durch Rücksendung der Sache] <sup>2</sup> widerrufen. Die Frist beginnt frühestens mit Erhalt dieser Belehrung. Zur Wahrung der Widerrufsfrist genügt die rechtzeitige Absendung des Widerrufs [oder der Sache] <sup>2</sup>.

Der Widerruf ist zu richten an: <sup>3</sup>

**Widerrufsfolgen** <sup>4</sup>

Im Falle eines wirksamen Widerrufs sind die beiderseits empfangenen Leistungen zurückzugewähren [und ggf. gezogene Nutzungen (z. B. Zinsen) herauszugeben] <sup>5</sup>. Können Sie uns die empfangene Leistung ganz oder teilweise nicht oder nur in verschlechtertem Zustand zurückgewähren, müssen Sie uns insoweit ggf. Wertersatz leisten <sup>6</sup>. [Bei der Überlassung von Sachen gilt dies nicht, wenn die Verschlechterung der Sache ausschließlich auf deren Prüfung – wie sie Ihnen etwa im Ladengeschäft möglich gewesen wäre – zurückzuführen ist. Im Übrigen können Sie die Wertersatzpflicht vermeiden, indem Sie die Sache nicht wie Ihr Eigentum in Gebrauch nehmen und alles unterlassen, was deren Wert beeinträchtigt. Paketversandfähige Sachen sind [auf unsere Kosten und Gefahr] <sup>7</sup> zurückzusenden. Nicht paketversandfähige Sachen werden bei Ihnen abgeholt.] <sup>2</sup> Verpflichtungen zur Erstattung von Zahlungen müssen Sie innerhalb von 30 Tagen nach Absendung Ihrer Widerrufserklärung erfüllen.

**Besondere Hinweise** <sup>8</sup>

**Finanzierte Geschäfte** <sup>9</sup>

(Ort), (Datum), (Unterschrift des Verbrauchers) <sup>10</sup>

**Gestaltungshinweise**

<sup>1</sup> Wird die Belehrung erst nach Vertragsschluss mitgeteilt, lautet der Klammerzusatz "einem Monat".

<sup>2</sup> Der Klammerzusatz kann bei Leistungen, die nicht in der Überlassung von Sachen bestehen, entfallen.

<sup>3</sup> Einsetzen: Namen/Firma und ladungsfähige Anschrift des Widerrufsadressaten. Zusätzlich können angegeben werden Telefaxnummer, Email-Adresse und/oder, wenn der Verbraucher eine Bestätigung seiner Widerrufserklärung an den Unternehmer erhält, auch eine Internet-Adresse.

<sup>4</sup> Dieser Absatz kann entfallen, wenn die beiderseitigen Leistungen erst nach Ablauf der Widerrufsfrist erbracht werden. Dasselbe gilt, wenn eine Rückabwicklung nicht in Betracht kommt (z. B. Hereinnahme einer Bürgschaft).

<sup>5</sup> Der Klammerzusatz entfällt bei Widerrufsrechten nach § 485 Abs. 1 BGB.

<sup>6</sup> Bei Finanzdienstleistungen ist folgender Satz einzufügen:

"Dies kann dazu führen, dass Sie die vertraglichen Zahlungsverpflichtungen für den Zeitraum bis zum Widerruf gleichwohl erfüllen müssen."

<sup>7</sup> Ist entsprechend § 357 Abs. 2 Satz 3 BGB eine Übernahme der Versandkosten durch den Verbraucher vereinbart worden, kann der Klammerzusatz weggelassen werden. Stattdessen ist an dieser Stelle in das Muster folgender Text aufzunehmen:

“Sie haben die Kosten der Rücksendung zu tragen, wenn die gelieferte Ware der bestellten entspricht und wenn der Preis der zurückzusendenden Sache einen Betrag von 40 Euro nicht übersteigt oder wenn Sie bei einem höheren Preis der Sache zum Zeitpunkt des Widerrufs noch nicht die Gegenleistung oder eine vertraglich vereinbarte Teilzahlung erbracht haben. Anderenfalls ist die Rücksendung für Sie kostenfrei.“

☒ Bei einem Widerrufsrecht gemäß § 312d Abs. 1 BGB ist hier folgender Hinweis aufzunehmen:

“Ihr Widerrufsrecht erlischt vorzeitig, wenn Ihr Vertragspartner mit der Ausführung der Dienstleistung mit Ihrer ausdrücklichen Zustimmung vor Ende der Widerrufsfrist begonnen hat oder Sie diese selbst veranlasst haben (z. B. durch Download etc.).“

Gilt das Widerrufsrecht nach § 312d Abs. 1 BGB für einen Fernabsatzvertrag über Finanzdienstleistungen, lautet der Hinweis wie folgt:

“Ihr Widerrufsrecht erlischt vorzeitig, wenn der Vertrag vollständig erfüllt ist und Sie dem ausdrücklich zugestimmt haben.“

Bei einem Widerrufsrecht nach § 485 Abs. 1 BGB ist hier folgender Hinweis aufzunehmen:

“Die Widerrufsfrist verlängert sich auf einen Monat, wenn Ihnen nicht bereits vor Vertragsschluss ein Prospekt über das Wohnungsobjekt ausgehändigt worden ist oder wenn der Prospekt nicht in der Sprache des Staates, dem Sie angehören oder in dem Sie Ihren Wohnsitz haben, abgefasst ist. Ist der Prospekt in deutsch abgefasst, gilt dies, wenn Sie Bürger oder Bürgerin eines Mitgliedstaats der Europäischen Union oder eines Vertragsstaats des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraums sind, nur, wenn Sie um einen Prospekt in der oder einer der Amtssprachen Ihres Heimatlandes gebeten und ihn nicht erhalten haben.

Bei Widerruf müssen Sie ggf. auch die Kosten einer notariellen Beurkundung erstatten.“

Sofern bei einem Widerrufsrecht nach § 495 Abs. 1 BGB eine Regelung einschlägig ist, nach der der Widerruf bei nicht rechtzeitiger Rückzahlung des Darlehens als nicht erfolgt gilt, ist hier folgender Hinweis aufzunehmen:

“Ihr Widerruf gilt als nicht erfolgt, wenn Sie das empfangene Darlehen nicht binnen zwei Wochen entweder nach Erklärung des Widerrufs oder nach Auszahlung des Darlehens zurückzahlen.“

Diese Rubrik entfällt, wenn keiner der vorgenannten Fälle einschlägig ist.

☒ Die nachfolgenden Hinweise für finanzierte Geschäfte können entfallen, wenn ein verbundenes Geschäft nicht vorliegt.

Wenn für das finanzierte Geschäft belehrt werden soll, lautet der Hinweis wie folgt:

“Haben Sie diesen Vertrag durch ein Darlehen finanziert und widerrufen Sie den finanzierten Vertrag, sind Sie auch an den Darlehensvertrag nicht mehr gebunden, wenn beide Verträge eine wirtschaftliche Einheit bilden. Dies ist insbesondere anzunehmen, wenn wir gleichzeitig Ihr Darlehensgeber sind oder wenn sich Ihr Darlehensgeber im Hinblick auf die Finanzierung unserer Mitwirkung bedient. Wenn uns das Darlehen bei Wirksamwerden des Widerrufs oder der Rückgabe bereits zugeflossen ist, können Sie sich wegen der Rückabwicklung nicht nur an uns, sondern auch an Ihren Darlehensgeber halten. Letzteres gilt nicht, wenn der vorliegende Vertrag den Erwerb von Wertpapieren, Devisen, Derivaten oder Edelmetallen zum Gegenstand hat.“

Wenn für den Darlehensvertrag belehrt werden soll, lautet der Hinweis wie folgt:

“Widerrufen Sie diesen Darlehensvertrag, mit dem Sie Ihre Verpflichtungen aus einem anderen Vertrag finanzieren, so sind Sie auch an den anderen Vertrag nicht gebunden, wenn beide Verträge eine wirtschaftliche Einheit bilden. Dies ist insbesondere anzunehmen, wenn wir zugleich auch Ihr Vertragspartner im Rahmen des anderen Vertrags sind, oder wenn wir uns bei Vorbereitung oder Abschluss des Darlehensvertrags der Mitwirkung Ihres Vertragspartners bedienen. Können Sie auch den anderen Vertrag widerrufen, so müssen Sie den Widerruf gegenüber Ihrem diesbezüglichen Vertragspartner erklären.

Wird mit diesem Darlehensvertrag die Überlassung einer Sache finanziert, gilt Folgendes: Wenn Sie diese Sache im Falle des Widerrufs ganz oder teilweise nicht oder nur in verschlechtertem Zustand zurückgeben können, haben Sie dafür ggf. Wertersatz zu leisten. Dies gilt nicht, wenn die Verschlechterung der Sache ausschließlich auf deren Prüfung – wie sie Ihnen etwa im Ladengeschäft möglich gewesen wäre – zurückzuführen ist. Im Übrigen können Sie die Wertersatzpflicht vermeiden, indem Sie die Sache nicht wie Ihr Eigentum in Gebrauch nehmen und alles unterlassen, was deren Wert beeinträchtigt. Paketversandfähige Sachen sind [auf Kosten und Gefahr Ihres Vertragspartners] zurückzusenden. Nicht paketversandfähige Sachen werden bei Ihnen abgeholt. Wenn Ihrem Vertragspartner das Darlehen bei Wirksamwerden des Widerrufs oder der Rückgabe bereits zugeflossen ist, können Sie sich wegen der Rückabwicklung nicht nur an diesen, sondern auch an uns halten.“

Bei einem finanzierten Erwerb eines Grundstücks oder eines grundstücksgleichen Rechts ist Satz 2 der vorstehenden Hinweise durch den folgenden Satz zu ersetzen:

“Dies ist nur anzunehmen, wenn die Vertragspartner in beiden Verträgen identisch sind oder wenn der Darlehensgeber über die Zurverfügungstellung von Darlehen hinausgeht und Ihr Grundstücksgeschäft durch Zusammenwirken mit dem Veräußerer fördert, indem er sich dessen Veräußerungsinteressen ganz oder teilweise zu Eigen macht, bei der Planung, Werbung oder Durchführung des Projekts Funktionen des Veräußerers übernimmt oder den Veräußerer einseitig begünstigt.“

<sup>10</sup> Ort, Datum und Unterschriftsleiste können entfallen. In diesem Fall sind diese Angaben entweder durch die Wörter “Ende der Widerrufsbelehrung“ oder durch die Wörter “Ihr(e) (einsetzen: Firma des Unternehmers)“ zu ersetzen.“

## § 11 EGBGB neu

### Überleitungsvorschrift zu dem Gesetz zur Änderung der Vorschriften über Fernabsatzverträge bei Finanzdienstleistungen vom 2. Dezember 2004

(1) Auf Schuldverhältnisse, die bis zum Ablauf des 7. Dezember 2004 entstanden sind, finden das Bürgerliche Gesetzbuch und die BGB-Informationspflichten-Verordnung in der bis zu diesem Tag geltenden Fassung Anwendung. Satz 1 gilt für Vertragsverhältnisse im Sinne des § 312b Abs. 4 Satz 1 des Bürgerlichen Gesetzbuchs mit der Maßgabe, dass es auf die Entstehung der erstmaligen Vereinbarung ankommt.

(2) Verkaufsprospekte, die vor dem Ablauf des 7. Dezember 2004 hergestellt wurden und die der Neufassung der BGB-Informationspflichten-Verordnung nicht genügen, dürfen bis zum 31. März 2005 aufgebraucht werden, soweit sie ausschließlich den Fernabsatz von Waren und Dienstleistungen betreffen, die nicht Finanzdienstleistungen sind.

