

Worauf Sie auf Ihrer Bestellseite hinweisen sollten

☒ Viele Händler werden abgemahnt, da sie auf ihrer Bestellseite nicht alle Informationspflichten erfüllen. Aber welche Infos verlangt das Gesetz eigentlich vor Abgabe der Bestellung durch den Verbraucher? Außerdem muss dem Verbraucher klar werden, wann er den "Final-Klick" tätigt und damit die Bestellung an Sie abschickt.

Hier erfahren Sie, wie Ihre Bestellseite aufgebaut sein sollte.

Bestellschrittinfo

Gemäß § 3 BGB-InfoV müssen Sie Ihre Kunden über die einzelnen technischen Schritte informieren, die zu einem Vertragsschluss führen. Vielfach erklärt sich das Bestellsystem von selbst. Je nach Shopsystem und Geschäftsmodell sind individuelle Erläuterungstexte auf allgemeinen Informationsseiten („sprechende Links“) und/oder auf den einzelnen Seiten des Bestellablaufs zu verwenden.

Korrekturmöglichkeiten

Auf der Bestellseite muss der Kunde die Möglichkeit haben, Eingabefehler zu erkennen und zu berichtigen. Bei Warenkorbsystemen sind Kontrollseiten üblich, bei einfachen Bestellformularen genügt ein Hinweis auf den Reset-Button bzw. die Möglichkeit, Eingabefelder zu löschen.

Das LG Berlin (Urteil v. 17.06.2003, Az. 16 O 743/02) hat entschieden, dass der nach § 312e Abs. 1 Nr. 1 BGB erforderliche Hinweis auf Korrekturmöglichkeiten kein bloßer Formalismus oder entbehrlich ist. Der Händler darf nicht darauf vertrauen, dass der Verbraucher seinen Computer bedienen kann, sondern muss ihm aktiv aufzeigen, wie er Eingaben korrigieren kann (so das Gericht). Stehen dem Kunden keine Korrekturmöglichkeiten zur Verfügung oder wird er über diese nicht informiert, verlängert sich die Widerrufsfrist auf sechs Monate.

Auch das Landesgericht München I (Urteil v. 17.06.2008, Az: 34 O 1300/08) äußerte sich zum Umfang der Verpflichtung der Angabe von Korrekturmöglichkeiten.

Hinweis auf E-Mail-Werbung

Wenn Sie eine E-Mail-Adresse im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware (nicht: bloße Registrierung ohne Verkauf) erhalten, dürfen Sie dem Kunden auch ohne Einwilligung E-Mail-Werbung für eigene ähnliche Waren schicken, wenn der Kunde dieser Verwendung nicht widersprochen hat und bei Erhebung und jeder Verwendung der Adresse auf die Abmeldemöglichkeit hingewiesen wird. Dies besagt die Ausnahmeregelung der § 7 Abs. 3 UWG, welche allerdings vor allem von Verbraucherschützern stark kritisiert wird. Besser ist immer eine Einwilligung oder zumindest eine direkte Widerspruchsmöglichkeit bei Erhebung der Adresse.

Widerrufsrecht

Um eine längere Widerrufsfrist zu vermeiden, ist es zwingend nötig, den Kunden bereits vor Abgabe seiner Bestellung in flüchtiger Form über sein bestehendes Widerrufsrecht zu informieren. Dies kann bspw. durch einen Hinweis mit einem „sprechenden Link“ über dem Bestell-Button erfolgen. Dieser könnte beispielsweise so aussehen:

Widerrufsrecht: Verbraucher können ihre Vertragserklärung innerhalb von zwei Wochen ohne Angabe von Gründen in Textform (z. B. Brief, Fax, E-Mail) oder durch Rücksendung der

Sache widerrufen. Hier finden Sie die Einzelheiten zu Ihrem Widerrufsrecht <Link auf Widerrufsbelehrung >

Einbeziehung von AGB

Wenn Sie AGB verwenden wollen, müssen Sie dem Kunden vor Abgabe der Bestellung die Möglichkeit verschaffen, in zumutbarer Weise Kenntnis von dem Inhalt zu nehmen. Dies kann durch einen Link oberhalb des Bestellbuttons geschehen, aus Beweis Zwecken empfiehlt sich aber die Protokollierung einer Einwilligung, z.B. mittels Checkbox. Zusätzlich kann der Volltext auf der Bestellseite eingebunden werden.

AGB sollten immer kurz und knapp sein und nur zu den Punkten Regelungen treffen, die für Sie absolut notwendig sind. Sie müssen immer leicht speicherbar und druckbar sein und dem Kunden spätestens mit Lieferung in Textform zugeschickt werden.

Der BGH (14.6.2006, Az: I ZR 75/03) hat entschieden, dass es für die Möglichkeit der Kenntnisverschaffung genügen kann, wenn bei einer Bestellung über das Internet die AGB des Anbieters über einen auf der Bestellseite gut sichtbaren Link aufgerufen und ausgedruckt werden können.