eBay App: Chance oder Risiko für Shopbetreiber?

Im Bereich Mobile-Commerce, also Shopping via Mobiltelefon, gibt es nicht nur mobile Ansichten für Websites, sondern auch kleine Programme (sog. Apps) der verschiedenen Anbieter, die zum Shoppen einladen sollen. Wo liegen die Chancen und Risiken der eBay App für Betreiber von Online-Shops?

iPhone, Blackberry und andere internetfähige mobile Endgeräte erfreuen sich immer größerer Beliebtheit.

Verwendung fremder Shopping Apps

Die verschiedenen Anbieter sogenannter Shopping Portale (z. B. Amazon) oder Online-Auktionshäuser (z. B. eBay) bieten seit einiger Zeit eigene Shopping Apps an. Ihr Ziel: Verbrauchern soll bei Verwendung geeigneter Endgeräte ein noch einfacheres Einkaufen ermöglicht werden. Die Shopping Apps sind daher äußerst einfach gehalten, um die Benutzerfreundlichkeit zu maximieren.

Auch Händler, die sich zum Verkauf ihrer Produkte dieser Portale bedienen, sehen in den Shopping Apps eine Chance, ein Stück des “Mobile-Commerce Kuchens” abzubekommen.

Wenn Sie beispielsweise ihr Sortiment über den Amazon Marketplace oder über eBay verkaufen, erscheinen Ihre Angebote automatisch auch in den Shopping Apps der Portale und die Verbraucher können auch unterwegs in Ihrem Sortiment stöbern.

Die Idee ist sicherlich sehr gut und auch die Verbraucher freuen sich über die gesteigerte Usability. Aber wie schneiden die Shopping Apps im Lichte des E-Commerce Rechts ab?

Im Folgenden werden drei Bereiche der eBay App für das iPhone einmal genauer untersucht: Anbieterkennzeichnung, Preisangaben und Hinweise auf das Widerrufsrecht.

Vorab ein Wort zur Haftung

Selbstverständlich haftet jeder Händler selbst für seine Angebote innerhalb fremder Shopping Apps. Der Händler, der seine Angebote in eine Handelsplattform einstellt, haftet wettbewerbsrechtlich für seine Angebote (auch in der Shopping App), ohne dass es dabei auf sein eigenes Verschulden ankommt. Der Händler bietet objektiv rechtswidrig Waren an Endverbraucher an, wenn erforderliche Informationspflichten nicht erfüllt werden.

Shopping Apps und das Impressum

Gemäß § 5 Abs. 1 Nr. 1 ff. TMG ist in den Shopping Apps die Integration der Anbieterkennzeichnung (Impressum) des Verkäufers erforderlich. Die gesetzlichen Anforderungen sind dabei recht hoch:

> *Diensteanbieter haben für geschäftsmäßige, in der Regel gegen Entgelt angebotene Telemedien folgende Informationen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten:*

Das Impressum des einzelnen Anbieters des Angebots muss leicht erkennbar und unmittelbar erreichbar sein.

Hierfür können “sprechende Links” verwendet werden. Folgende Kriterien muss ein sprechender Link erfüllen:

> *1. Der Link ist als solcher deutlich erkennbar.*
> *2. Der Link ist so bezeichnet, dass der Verbraucher sofort erkennt, was sich dahinter verbirgt.*
> *3. Der Link ist dort platziert, wo der Verbraucher in typischerweise erwartet.*

Das Impressum in der eBay App

Der Verbraucher kann bei jedem Angebot über die Links “Verkäufer” oder “Rechtliche Informationen des Verkäufers” direkt zur Anbieterkennzeichnung gelangen.

Die erste Frage ist, ob die Links als solche erkennbar sind. Dabei ist fraglich, warum bestimmte Links als Button dargestellt werden und andere als Text in Kombination mit einer spitzen Klammer.

Bei strenger Auslegung könnte es hier bereits an der “leichten Erkennbarkeit” fehlen. Nach unserer Ansicht sollte die Kombination aus eindeutiger Bezeichnung (hier: “Verkäufer” oder “Rechtliche Informationen des Verkäufers”) in Kombination mit der spitzen Klammer, die auf das Vorhandensein eines Links hindeutet, aber eine ausreichende Ausgestaltung darstellen und die Maßgaben des § 5 TMG bezüglich leichter Erkennbarkeit und unmittelbarer Erreichbarkeit erfüllen.

Eindeutiger wäre allerdings die Ausgestaltung als Button, wie dies bei anderen Links innerhalb der App der Fall ist.

In der verlinkten Anbieterkennzeichnung sucht man derzeit bei eintragungspflichtigen Unternehmen (z. B. GmbH) allerdings vergeblich nach bestimmten Pflichtinformationen, so beispielsweise der Angabe des Registergerichts oder der Registernummer. Dies sind aber nach § 5 Abs. 1 S. 1 Nr. 4 TMG zwingend erforderliche Angaben.

Da diese Mängel bei sämtlichen stichprobenartig gewählten Anbietern auftrat, ist davon auszugehen, dass es sich auch hierbei um einen Fehler der eBay App handelt.

Shopping Apps und Preisangaben

Nach § 1 Abs. 2 PAngV muss der gewerbs- oder geschäftsmäßig handelnde Anbieter bei sämtlichen Preisangaben in Verbindung mit dem Angebot von Waren oder Dienstleistungen unter anderem darauf hinweisen,

> *1. dass die für Waren oder Leistungen geforderten Preise die Umsatzsteuer und sonstige Preisbestandteile enthalten und*
>
> *2. ob zusätzlich Liefer- und Versandkosten anfallen.*

Nach § 2 Abs. 1 PAngV ist zudem der

> *… (Grundpreis) in unmittelbarer Nähe des Endpreises … anzugeben. Dies gilt auch für denjenigen, der als Anbieter dieser Waren gegenüber Letztverbrauchern unter Angabe von Preisen wirbt. …*

Preisangaben in der eBay App

Die eBay App sieht hier auf den ersten Blick recht gut aus. Der Hinweis auf die enthaltene Mehrwertsteuer ist direkt beim Preis vorhanden und auch die Höhe der Versandkosten wird ausdrücklich in unmittelbarer Nähe zum Preis des Artikels genannt …

… jedenfalls meistens. Ebenfalls zu finden ist die Angabe “Verkäufer um Angaben zu den Versandkosten bitten”. Nach § 1 Abs. 2 PAngV muss der Händler über sonstige Preisbestandteile informieren, hierzu gehören auch die Versandkosten. Nach höchstrichterlicher Rechtsprechung muss der Hinweis auf die Versandkosten z. B. in einem Onlineshop erfolgen, bevor ein Artikel in den Warenkorb gelegt wird. Überträgt man diese Entscheidung auf die untersuchten Shopping Apps, so muss der Hinweis ebenfalls hier auf der Artikelseite erfolgen. Selbst ein späterer Hinweis (auch dieser existiert nicht) wäre nicht ausreichend.

Auch die Suche nach Grundpreisangaben bleibt erfolglos. Grundpreise werden in der Shopping App von ebay grundsätzlich nicht angegeben, womit ein Verstoß gegen § 2 Abs. 1 PAngV vorliegt. Das bekannte Problem der Angebotsseiten auf der ebay Website existiert also leider auch in der Shopping App.

Shopping Apps und die Widerrufsbelehrung

Der Verbraucher muss vor dem Absenden der Bestellung auf das Bestehen oder Nichtbestehen eines Widerrufs- oder Rückgaberechts sowie die Bedingungen und Einzelheiten der Ausübung hingewiesen werden.

Nach der Rechtsprechung des BGH genügt es, durch einen „sprechenden Link“ auf die Informationen zum Widerrufsrecht hinzuweisen. Die oben genannten Anforderungen an einen “sprechenden Link” (Erkennbarkeit als Link, eindeutige Bezeichnung, Positionierung) gelten insoweit auch hier. Der Link sollte nach unserer Ansicht dabei unbedingt über dem Bestellbutton positioniert werden.

Widerrufsbelehrung in der eBay App

In der eBay App findet sich weder oberhalb des Bestellbuttons noch darunter ein sprechender Link auf die Widerrufsbelehrung. Der Link “Rechtliche Informationen des Verkäufers” ist unzureichend, da es sich gerade nicht um einen “sprechenden Link” handelt. Dieser Anforderung kann man wohl nicht genügen, ohne auch das Wort “Widerrufsrecht” oder “Widerrufsbelehrung” zu verwenden.

Der Anbieter verletzt hiermit eine gesetzliche Informationspflicht, da der Verbraucher nicht auf sein Widerrufsrecht hingewiesen wird.

Es gibt noch viel zu tun

Wie der stichprobenartige Test der eBay App zeigt, gibt es noch viel Nachbesserungsbedarf.

Zum Zeitpunkt des Tests fehlten in der Anbieterkennzeichnung bestimmte Pflichtinformationen.

Im Hinblick auf Preisangaben sieht die Situation nicht besser aus. Die Versandkosten werden mitunter nicht genannt und Grundpreisangaben fehlen.

Als ob dies nicht schon genügen würde, fehlt auch ein Hinweis auf das Widerrufsrecht.

In fast allen Fällen ist das Fehlen der Pflichtinformationen direkt auf Unzulänglichkeiten der eBay App zurückzuführen, auf die der Händler keinen Einfluss nehmen kann.

Folgen für den Händler

Wie bereits einleitend bemerkt, haftet der Händler für seine Angebote, auch wenn er sich zum Vertrieb eines Portals bedient und dieses wiederum eine Shopping App zum Einkauf in diesem Portal anbietet. Allen Händlern, die diese Portale nutzen ist also anzuraten, auf die Anbieter solcher Shopping Apps einzuwirken und eine Anpassung zu bewirken, oder sich vorerst von diesen Plattformen zurückzuziehen, wie es das OLG Hamm in seinem Urteil zur Haftung des Händlers für

Fehler in fremden Shopping Apps empfohlen hat.

Die Behebung der aufgezeigten Fehler ist mit einfachen Mitteln möglich. Warum nicht den Bestellbutton ans Ende der Seite verlegen und zuvor geeignete “sprechende Links” auf die Anbieterkennzeichnung, die AGB und die Widerrufsbelehrung einfügen? Warum nicht vollständige Informationen und Preisangaben integrieren?

Die Anbieter der Shopping Apps müssen zur Reaktion bewegt werden, zum Wohl der Verbraucher und zum Schutz der anbietenden Händler.

Lesen Sie mehr zu Ihren Informationspflichten

Worauf Sie auf Ihrer Bestellseite hinweisen sollten
BGH: Hinweis auf Mwst und Versandkosten im Warenkorb zu spät
Der perfekte Online-Shop: Einzelheiten zu Zahlung und Lieferung
Wie weist man korrekt auf anfallende Versandkosten hin?
OLG Hamm: Auslandsversandkosten müssen angegeben werden