

Die 15 wichtigsten Urteile für Shopbetreiber im Jahr 2014

✘ Einer schon langen Tradition folgend, möchten wir auch in diesem Jahr wieder die wichtigsten Urteile des vergangenen Jahres für Sie zusammenfassen: Unvergessen bleiben dabei sicher Urteile wie das des AG Köln zum "kaufen"-Button oder des BGH zum Abbruch einer eBay-Auktion. Im letzten Jahr gab es auch neue Entscheidungen zu Bewertungen.

Aber lesen Sie mehr dazu in unserem juristischen Jahresrückblick.

Schadenersatz bei Abbruch einer eBay-Auktion

Stellen Verkäufer bei eBay eine Auktion ein, stellt dies ein rechtlich verbindliches Angebot da. Der Vertrag kommt immer mit dem Höchstbietenden zustande. Der Verkäufer kann eine einmal eingestellte Auktion nicht einfach so beenden. Dies ist nur bei Vorliegen von eng definierten Bedingungen möglich. Bricht der Verkäufer eine Auktion aber ab, weil er außerhalb von eBay einen Käufer findet, der wesentlich mehr zahlen will, als die bisher Bietenden, macht er sich gegenüber dem Höchstbietenden Schadenersatzpflichtig, weil eben mit diesem ein Kaufvertrag zustande gekommen ist, stellte der BGH in seinem Urteil klar.

eBay Auktion: Abbruch kostet Händler 8.500 Euro

Formale Anforderung an die Widerrufsbelehrung

Im Bestellprozess müssen Verbraucher auf der letzten Seite oft die AGB bzw. die Widerrufsbelehrung per Check-Box abhaken. Ohne dieses Häkchen kann der Bestellprozess oft nicht abgeschlossen haben. Aber hat das vom Verbraucher gesetzte Häkchen an dem Satz "Widerrufsbelehrung zur Kenntnis genommen und ausgedruckt oder abgespeichert?" eine Bedeutung? Und wenn ja, welche? Diese Frage hat der BGH beantwortet.

BGH: Widerrufsbelehrung auf Website genügt auch bei Häkchensetzung nicht

Double-Opt-In Mail ist zulässig

Im Jahr 2012 sorgte ein Urteil des OLG München für Aufruhr im Online-Marketing. Das Gericht entschied damals, dass auch die Bestätigungsmail, die im Rahmen des Double-Opt-In Verfahrens verschickt wird, Werbung darstelle und daher ohne ausdrückliche Einwilligung unzulässig sei. Dieser Auffassung widersprach das OLG Celle. Es bleibt zu hoffen, dass der BGH eine Klarstellung treffen kann.

OLG Celle: Double-Opt-In Mail ist keine unzulässige Werbung

Werbung in einer Auto-Mail dagegen ist unzulässig

Werbung darf nur dann per Mail verschickt werden, wenn der Empfänger hierzu seine ausdrücklich Einwilligung erklärt hat. Das AG Stuttgart-Bad Cannstatt hat nun wenig überraschend entschieden, dass dieser Grundsatz auch gilt, wenn in einer Autoresponder-Mail werblicher Inhalt enthalten ist. Im entschiedenen Fall hatte jemand eine Versicherung per Mail gekündigt und bekam statt einer Kündigungsbestätigung mehrfach eine Autoresponder-Mail, mit der im ersten Drittel der Eingang der Mail-Anfrage bestätigt wurde, die weiteren 2 Drittel der Mail enthielten Werbung für die Produkte der Versicherung.

Auch Werbung in Auto-Mail ist ohne Einwilligung unzulässig

Button-Lösung: Wie darf der Button nicht beschriftet sein?

Obwohl die Button-Lösung schon seit 1. August 2012 in Deutschland gilt, wurden noch immer nicht in allen Online-Shops die Bestellbutton umbeschriftet. Das OLG Hamm hat klargestellt, dass die Beschriftung "Bestellung abschicken" gegen die Vorgaben aus dem Gesetz verstößt.

OLG Hamm zur Button-Beschriftung in Online-Shops

Versteht der Verbraucher "kaufen" als Button-Beschriftung?

Seit 1. August 2012 ist die Button-Lösung in Deutschland Realität. Diese schreibt vor, dass der Bestellbutton mit den Worten "zahlungspflichtig bestellen" oder mit einer entsprechend eindeutigen Formulierung zu versehen ist. Die Gesetzesbegründung meint, dass auch das Wort "kaufen" ausreicht. Dem widersprach das AG Köln allerdings mit einer abenteuerlichen Begründung und meinte: Der Verbraucher wisse nicht, dass er etwas zahlen müsse, wenn der Bestellbutton mit dem Wort "kaufen" beschriftet ist.

AG Köln: "Kaufen" ist als Button-Bezeichnung unzureichend

Welche Angaben gehören in die Widerrufsbelehrung?

Seit 13. Juni gilt das neue Verbraucherrecht mit zahlreichen neuen und geänderten Informationspflichten – unter anderem gibt es seit dem eine neue Muster-Widerrufsbelehrung. Nun hat das LG Bochum seine Meinung zur korrekten Belehrung über das Widerrufsrecht geäußert: Es verlangt zwingend die Angabe einer E-Mail-Adresse, einer Faxnummer und einer Telefonnummer innerhalb der Widerrufsbelehrung.

LG Bochum: Mail-Adresse, Fax- und Telefonnummer gehören zwingend in die Widerrufsbelehrung

Händler muss schlechte Bewertung akzeptieren

Negative Bewertungen sind für jeden Händler ärgerlich. Teilweise vergeben Kunden nur wenige Sterne, obwohl aus Sicht des Händlers alles wunderbar abgewickelt wurde. Schlechte Noten (oder wenige Sterne) muss der Händler allerdings hinnehmen, denn hierbei handle es sich um Meinungsäußerungen, die dem im Grundgesetz garantiertem Schutz der Meinungsfreiheit unterliegen. Ein Anspruch auf Löschung einer schlechten Notenvergabe besteht daher nicht, hat das LG Kiel klargestellt.

LG Kiel: Kein Anspruch auf Löschung schlechter Bewertungen

Negative Bewertung: Muss sich der Kunde vorher melden?

Ein weiteres Ärgernis für viele Händler sind negative Bewertungen z.B. über eine Mangelhaftigkeit der Ware. Diese Bewertungen werden teilweise abgegeben, obwohl der Kunde zuvor gar keinen Gewährleistungsfall geltend gemacht hat. Auch dies sei zulässig, so das LG Bonn. Der Kunde ist nicht verpflichtet, sich vor Abgabe einer solchen Bewertung beim Händler zu melden, denn ob er sein Gewährleistungsrecht geltend macht oder nicht, liege allein im Entscheidungsbereich des Kunden.

Muss der Kunde sich melden, bevor er eine negative Bewertung abgibt?

Mehrwertnummer im Impressum ist unzulässig

Online-Händler haben in ihrem Impressum zahlreiche Angaben zu machen, unter anderen neben der E-Mail-Adresse mindestens eine weitere Angabe, die eine effiziente Kontaktaufnahme ermöglicht. Oftmals wird hierfür eine Telefonnummer gewählt. Diese darf aber keine Mehrwertnummer sein. Ein entsprechendes Urteil des LG Frankfurt a.M. bestätigte das OLG Frankfurt. Der Fall liegt mittlerweile aber beim BGH, sodass das höchste deutsche Zivilgericht hier noch eine abschließende Entscheidung treffen wird, sodass in dieser Frage auch absolute Klarheit herrschen wird.

OLG Frankfurt: Mehrwertnummer im Impressum ist unzulässig

Gewährleistungsfrist bei B-Ware

In Deutschland haben Verbraucher ein Gewährleistungsrecht, das sie innerhalb einer Frist von zwei Jahren ab Übergabe der Ware geltend machen können. Das Gesetz räumt Händlern aber das Recht ein, diese Frist bei gebrauchter Ware auf ein Jahr zu verkürzen. Das OLG Hamm hat nun ein Urteil des LG Essen bestätigt, nachdem eine Verkürzung der Gewährleistungsfrist bei nicht gebrauchter B-Ware unzulässig ist.

OLG Hamm zur Gewährleistungsfrist bei B-Ware

Kein Widerrufsrecht bei Kundenspezifikation

Für Verbraucher ist der Online-Einkauf sehr bequem, denn grundsätzlich steht ihnen ein 14-tägiges Widerrufsrecht zu. Das Widerrufsrecht ist allerdings dann ausgeschlossen, wenn der Verbraucher Ware bestellt hat, die nach Kundenspezifikation bzw. auf seine persönlichen Bedürfnisse zugeschnitten ist. Wann dies bei Möbeln der Fall ist, hat das AG Siegburg aktuell näher herausgearbeitet.

AG Siegburg: Ausschluss des Widerrufsrechtes bei Kundenspezifikation

“Es gilt deutsches Recht” - Klausel kann abgemahnt werden

In vielen AGB von Online-Händlern liest man die Klausel “Es gilt deutsches Recht” oder “Diese Vertragsbestimmungen unterliegen deutschem Recht.” oder ähnliche Bestimmungen. Solche Klauseln können für Online-Händler sehr gefährlich werden. Denn können im Shop auch Verbraucher aus dem Ausland bestellen, ist diese Klausel falsch und schränkt Verbraucherrechte unzulässig ein. Das führt dazu, dass diese Klauseln sowohl von Mitbewerbern als auch von Verbänden abgemahnt werden können.

“Es gilt deutsches Recht” - Klausel kann abgemahnt werden

Anforderungen an den Versand jugendgefährdender Medien

Der Versandhandel mit jugendgefährdenden Medien unterliegt dem strengen Regime des Jugendschutzgesetzes. Darin sind die genauen Voraussetzungen an die Zulässigkeit für diesen Versand definiert, Rechtsprechung existiert bisher nur wenig. Das OLG Frankfurt a.M. hat die gesetzlichen Vorgaben nun konkretisiert: Der Händler muss sowohl vor Abgabe der Bestellung als auch bei der Auslieferung von jugendgefährdenden Medien die Identität (und damit auch das Alter) des Kunden prüfen (lassen).

Anforderungen an den Versand jugendgefährdender Medien

Liefertermin: Angabe von ca-Lieferzeiten weiterhin zulässig

Seit der Umsetzung der Verbraucherrechterichtlinie zum 13. Juni 2014 in deutsches Recht müssen Online-Händler den Termin nennen, bis zu dem sie die Ware liefern. Bislang war ungeklärt, wie genau dieser Termin anzugeben ist. Jetzt liegt eine erste Entscheidung des OLG München zu dieser Frage vor: Die Angabe der Lieferzeit mit "ca. 2 - 4 Werktage" ist weiterhin zulässig.

Lieferzeit: Die Angabe "ca. 2 - 4 Werktage" ist weiterhin zulässig

Neues Verbraucherrecht 2014

Außerdem gab es in diesem Jahr die wohl größte Rechtsänderung für Online-Händler der vergangenen 10 Jahre: Die Verbraucherrechterichtlinie wurde zum 13. Juni 2014 in deutsches Recht umgesetzt. Dies war mit umfangreichen Änderungen in allen Online-Shops verbunden. Besonders problematisch dabei: Es gab keine Übergangszeit. Pünktlich zum Freitag, den 13. mussten alle Änderungen online gehen, wollte man Abmahnungen vermeiden.

Artikelreihe zum neuen Verbraucherrecht

Ein Blick in die Geschichte: Urteile seit 2008

Wollen Sie noch einmal den Blick in die Geschichte des E-Commerce-Rechts wagen? Welche Themen und Urteile haben Online-Händler in den Jahren seit 2008 beschäftigt? Hier noch einmal alle unsere juristischen Jahresrückblicke:

Die 20 wichtigsten Urteile für Shop-Betreiber aus dem Jahr 2008

Die 20 wichtigsten Urteile für Shopbetreiber im Jahr 2009

Die 20 wichtigsten Urteile für Shopbetreiber im Jahr 2010

Die 20 wichtigsten Urteile für Shopbetreiber im Jahr 2011

Die 10 wichtigsten Urteile für Shopbetreiber im Jahr 2012

Die 10 wichtigsten Urteile für Shopbetreiber im Jahr 2013