Unsere neue Beitragsreihe: AGB für Online-Shops

Rechtliche Texte sind für Online-Händler von besonderer Bedeutung. Zum einen sollen sie einen Vertrag gestalten. Die zweite (und teilweise wichtigere) Bedeutung ist aber, dass Fehler in rechtlichen Texten abgemahnt werden können. Daher möchten wir eine Reihe zum Thema "AGB für Online-Händler" starten. Im ersten Beitrag soll es um die Fragen gehen, was AGB überhaupt sind und wie sie richtig in den Vertrag einbezogen werden.

Bei AGB für Online-Händler sind zwei Punkte besonders wichtig: Der Inhalt und die Einbeziehung. Denn was nützen die besten Texte, wenn sie rechtlich nicht Vertragsbestandteil werden?

Was sind überhaupt AGB?

Zunächst einmal stellt sich die Frage: Was sind überhaupt AGB? Eine Definition dafür liefert § 305 Abs. 1 BGB:

> *"Allgemeine Geschäftsbedingungen sind alle für eine Vielzahl von Verträgen vorformulierten Vertragsbedingungen, die eine Vertragspartei (Verwender) der anderen Vertragspartei bei Abschluss eines Vertrags stellt.*
>
> *Gleichgültig ist, ob die Bestimmungen einen äußerlich gesonderten Bestandteil des Vertrags bilden oder in die Vertragsurkunde selbst aufgenommen werden, welchen Umfang sie haben, in welcher Schriftart sie verfasst sind und welche Form der Vertrag hat."*

Wichtig für das Verständnis ist insbesondere Satz 2: AGB sind also nicht nur die Klauseln, die in einem Dokument namens AGB niedergelegt sind. Es gehören noch vielmehr Punkte eines Online-Shops dazu.

Kann der Kunde im Bestellprozess z.B. die Zahlungsart "Vorkasse" wählen? Das ist eine Allgemeine Geschäftsbedingung!

Diese Definition gilt übrigens in allen Geschäftsbereichen: Es spielt für die Definition also keine Rolle, ob es sich um AGB für Online-Händler oder um AGB für stationäre Händler handelt.

Wie werden AGB Vertragsbestandteil?

Auch die Frage, wie AGB Vertragsbestandteil werden, also inhaltlich überhaupt Geltung beanspruchen können, beantwortet das Gesetz. § 305 Abs. 2 BGB bestimmt hierzu:

> *"Allgemeine Geschäftsbedingungen werden nur dann Bestandteil eines Vertrags, wenn der Verwender bei Vertragsschluss*
>
> *1. die andere Vertragspartei ausdrücklich oder, wenn ein ausdrücklicher Hinweis wegen der Art des Vertragsschlusses nur unter unverhältnismäßigen Schwierigkeiten möglich ist, durch deutlich sichtbaren Aushang am Orte des Vertragsschlusses auf sie hinweist und*
>
> *2. der anderen Vertragspartei die Möglichkeit verschafft, in zumutbarer Weise, die auch eine für den Verwender erkennbare körperliche Behinderung der anderen Vertragspartei angemessen berücksichtigt, von ihrem Inhalt Kenntnis zu nehmen,*
>
> *und wenn die andere Vertragspartei mit ihrer Geltung einverstanden ist."*

Es muss also zunächst ein ausdrücklicher Hinweis auf die AGB erfolgen. Dies geschieht im Online-Shop meist deutlich auf der Bestellseite durch einen Link auf die AGB. Eine solche Verlinkung ist nach Ansicht des BGH (Urt. v. 14.6.2006, I ZR 75/03) auch ausreichend.

Der Hinweis ist so zu gestalten, dass der Verbraucher ihn schwerlich überlesen kann. Dies wäre z.B. dann der Fall, wenn der Hinweis auf die AGB nur in einer Link-Leiste oder unterhalb des Bestell-Buttons erscheint. Er muss deutlich oberhalb des Buttons platziert werden.

Wichtig ist, dass der Hinweis auf der Bestellseite erfolgt. Kann man die AGB nur irgendwo abrufen, wie dies zum Beispiel bei amazon der Fall ist, werden die Händler AGB nicht wirksam in den Vertrag einbezogen und der Online-Händler kann sich später auch nicht auf seine AGB berufen, so das LG Wiesbaden (Urt. v. 21.12.2011, 11 O 65/11).

Außerdem muss der Verbraucher ihren Inhalt zur Kenntnis nehmen können. Das bedeutet zunächst, dass der Link auf die AGB funktionieren muss. Sind die AGB nicht verlinkt, sondern befinden sich in einer Scrollbox, muss diese mindestens sechs Zeilen hoch sein, LG Frankfurt a.M. (Beschl. v. 27.1.2009, 3-11 O 12/09). Das gilt auch für mobile Endgeräte.

Eine Verlinkung auf ein PDF-Dokument oder auf eine separate HTML-Seite ist aber ebenfalls möglich.

Außerdem ist es wichtig, eine verständliche Sprache zu wählen. In deutschen Online-Shops gilt daher grundsätzlich, dass die AGB ebenfalls auf Deutsch sein müssen. Auch die Länge von AGB spielt hier eine Rolle. Gerade im B2C-Bereich sollten diese nie länger als 1,5 bis 2 DIN A4-Seiten lang sein.

Wichtig ist natürlich auch, die AGB in einer angemessenen Schriftgröße bereitzuhalten. Außerdem sollte sich die Textfarbe vom Hintergrund absetzen (also nicht etwa graue Schrift auf einem Hintergrund in einem leicht anderen Grauton).

AGB gliedern

Wichtig ist außerdem, dass die AGB gegliedert sind. Zwischenüberschriften und nicht zu lange Absätze sind notwendig, damit die Zumutbarkeit der Kenntnisnahme gegeben ist.

AGB für Online-Händler

Oft lassen sich Händler die “Kenntnisnahme” der AGB per Checkbox bestätigen. Dies ist aber nicht zwingend notwendig. Sind die ersten zwei Voraussetzungen erfüllt (ausdrücklicher Hinweis und Möglichkeit der zumutbaren Kenntnisnahme) und klickt der Verbraucher anschließend auf den Bestellbutton, erklärt er damit schlüssig, dass er mit der Geltung der AGB einverstanden ist.

> *Zum Vergleich:*
>
> *Im Supermarkt sagt auch kein Verbraucher an der Kasse “Ja, ich bin mit den AGB einverstanden”.*

Fazit

Haben Sie Ihre AGB wirksam in den Vertrag einbezogen? Dann ist die erste Hürde schon einmal geschafft. Als nächstes gilt es, sich mit dem Inhalt zu beschäftigen. Hier werden wir in unserer nun gestarteten Reihe jede Menge Tipps geben, damit Sie sich auf das Wesentliche konzentrieren können: Den Verkauf Ihrer Produkte! Unsere Beitragsreihe soll Ihnen dabei helfen, rechtliche Klippen zu umschiffen, damit Sie auf nicht in die Abmahnfalle tappen. (mr)

[hubspotform whitepaper=”false” title=”” image_path=”” image_text=”” copy_text=”” portal_id=”603347″ form_id=”82168aec-4d13-4404-956b-6b59f824bbec” css=””]

Bildnachweis: fotogestoeber/shutterstock.com