

von Rechtsanwalt **Phil Salewski**

Wesentliche rechtliche Unterschiede im elektronischen B2C- und B2B-Geschäftsverkehr

Auch wenn der Online-Handel mit Verbrauchern boomt und als Verkaufskanal dem Absatz über Ladengeschäfte stetig steigende Konkurrenz macht, gibt es viele Händler, die nicht nur an Private, sondern auch oder gar ausschließlich an Firmenkunden verkaufen. In rechtlicher Hinsicht unterscheiden sich der Fernabsatz gegenüber Verbrauchern und derjenige gegenüber Unternehmen allerdings deutlich voneinander. Im nachfolgenden Beitrag zeigt die IT-Recht Kanzlei auf, welche wesentlichen rechtlichen Abweichungen zwischen den Geschäftszweigen in Bezug auf Rechtspflichten und Regelungsmöglichkeiten bestehen.

Hinweis vorab: der folgende Beitrag erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit und berücksichtigt nur die relevantesten Unterschiede im elektronischen B2B- und B2C-Geschäftsverkehr. Aus Gründen der Übersichtlichkeit und Leserlichkeit wurden einzelne Gesetzespflichten und produktspezifische Regelungen nicht berücksichtigt.

I. B2C- und B2B-Geschäftsbeziehungen im Fernabsatz

„Business-to-Consumer“ (B2C) -Geschäftsbeziehungen sind dadurch geprägt, dass einem Unternehmer als Verkäufer ein Verbraucher als Käufer gegenübersteht. Während als Unternehmer gemäß § 14 BGB jede natürliche oder juristische Person bzw. rechtsfähige Personengesellschaft gilt, die bei Abschluss eines Rechtsgeschäfts in Ausübung ihrer gewerblichen oder selbständigen beruflichen Tätigkeit handelt, ist ein Verbraucher nach § 13 BGB jede natürliche Person, die ein Rechtsgeschäft zu Zwecken abschließt, die überwiegend weder ihrer gewerblichen noch ihrer selbständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet werden können.

An derartige B2C-Geschäfte, die vom Gesetzgeber auch als „Verbraucherverträge“ bezeichnet werden, stellt das Gesetz vor allem, aber nicht nur im Fernabsatz besondere Anforderungen. Grund hierfür ist ein vermutetes, erhöhtes Informations- und Schutzbedürfnis des Verbrauchers als Privatperson.

Derartigen Geschäften stehen vertragliche Beziehungen zwischen zwei Unternehmern („Business-to-Business“-, also B2B-Beziehungen) gegenüber, in deren Rahmen eine besondere Schutzbedürftigkeit einer Partei grundsätzlich nicht angenommen wird.

Vor diesem Hintergrund existieren zwischen den beiden Geschäftszweigen beträchtliche rechtliche Unterschiede in Bezug auf die verpflichtenden rechtlichen Ausgestaltungen und Regelungsmöglichkeiten.

II. Fernabsatzrechtliche Informationspflichten

Das geltende Verbraucherrecht zwingt Online-Händler bei Fernabsatzgeschäften mit Verbrauchern dazu, weitgehende Informationspflichten zu erfüllen. Auch bei Online-Kaufverträgen mit Unternehmern muss aber einiges beachtet werden.

1.) Pflichten nur gegenüber Verbrauchern

Bei Verkäufen an Verbraucher sind Händler zunächst gemäß § 312d Abs.1 BGB i.V.m. Art. 246a EGBGB gehalten, besondere produkt- und vertragsbezogene Pflichtangaben auf ihrer Website so einzubinden, dass der Verbraucher vor der Abgabe seiner Bestellung Kenntnis nehmen kann. Hierzu gehören unter anderem Informationen über die wesentlichen Eigenschaften des jeweiligen Produkts, die Lieferzeiten, bestehende Händler- und Herstellergarantien, gesetzliche Gewährleistungsrechte und Kontaktdaten.

Zusätzlich müssen Händler gemäß § 312j Abs. 1 BGB vor Beginn eines Bestellvorgangs die von ihnen akzeptierten Zahlungsmittel darlegen und über etwaige Lieferbeschränkungen aufklären.

Erweitert wird dieses vorvertragliche Pflichtprogramm noch durch die Preisangabenverordnung (PAngV), nach deren § 1 allen Preisangaben gegenüber Verbrauchern der Hinweis hinzugefügt werden muss, dass die gesetzliche Mehrwertsteuer im Preis enthalten ist und dass gegebenenfalls zusätzliche Versandkosten anfallen, die (entweder unmittelbar oder auf einer verlinkten Unterseite) konkret zu beziffern sind.

Nicht zu missachten ist in diesem Zusammenhang auch die Pflicht, bei nach Mengeneinheit verkauften Produkten neben dem Gesamtpreis den Grundpreis als Preis pro Mengeneinheit anzugeben (§ 2 Abs. 1 PAngV).

Hinzukommt, dass Händler bei Verbrauchergeschäften ihre Bestellsituation so gestalten müssen, dass der Verbraucher mit der Abgabe seiner Bestellung eindeutig auf die Zahlungspflichtigkeit hingewiesen wird. Hierfür schreibt § 312j Abs. 3 BGB eine entsprechend bezeichnete Schaltfläche, etwa in der Form „Jetzt kaufen“ oder „Jetzt zahlungspflichtig bestellen“ vor.

Schließlich sind Händler gegenüber Verbrauchern auch gehalten, auf der Bestellübersichtsseite erneut unter anderem die wesentlichen Produkteigenschaften auszuweisen und einen Gesamtpreis, zusammengesetzt aus dem Netto-Preis und eventuellen Versandkosten, anzugeben.

Nach der Bestellung sind gegenüber Verbrauchern die AGB und die Widerrufsbelehrung mit Muster-Widerrufsformular gemäß § 312f Abs.2 BGB auf einem dauerhaften Datenträger (etwa als PDF per Mail) zur Verfügung stellen.

Interessante weiterführende Hinweise zu den Informationspflichten im Online-Handel mit Verbrauchern haben wir [in diesem Beitrag](#) zusammengetragen.

Verkaufen Händler demgegenüber an einen anderen Unternehmer, sind für sie keine der benannten Angaben verpflichtend. Weder ist der Informationspflichtenkatalog des §312d Abs.1 BGB umsetzen oder über Zahlungsmittel oder Lieferbeschränkungen zu informieren, noch muss der Mehrwertsteuer- und Versandkostenhinweis aufgenommen oder der Bestellbutton mit einer entsprechenden Formulierung versehen werden. Schließlich sind Händler im B2B-Verkehr auch nicht verpflichtet, im Nachgang von Bestellungen Vertragsdokumente per Mail-Anhang zu versenden. Insofern wird hier von einem Wissens- und Erfahrungsvorsprung des unternehmerischen Käufers ausgegangen, der die Informationspflichten obsolet macht.

2.) Pflichten gegenüber Unternehmern und Verbrauchern

Unabhängig davon, ob gegenüber Unternehmern oder Verbrauchern verkauft wird, erlegt §312i BGB Händlern im Fernabsatz aber eine Reihe von Handlungsobliegenheiten auf. Diese sind sowohl im B2B- als auch im B2C-Geschäftsverkehr gleichermaßen zu erfüllen.

So sind Händler gehalten, dem Kunden nach seiner Bestellung unverzüglich eine elektronische Bestellbestätigung zu schicken. Auch muss der Kunde verwendete Allgemeine Geschäftsbedingungen spätestens bei Vertragsschluss abrufen und in wiedergabefähiger Form speichern können.

Schließlich sind Geschäfts- und Privatkunden vor Abgabe der Bestellung unter anderem (idealerweise innerhalb der AGB) über die technischen Schritte informieren, die zum Vertragsschluss führen. Auch müssen sie zwingend Informationen zur Speicherung des Vertragstextes sowie zur Abrufbarkeit nach der Bestellung sowie zu den für den Vertragsschluss verfügbaren Sprachen erhalten. Letztlich ist es verpflichtend, sämtliche vom Händler eingegangene Verhaltenskodizes vor der Bestellung offen zu legen und die dahinterstehenden Regelwerke etwa per Link zugänglich zu machen.

III. Das Widerrufsrecht

Das Gesetz räumt Verbrauchern ein besonderes Recht ein, sich grundlos und regelmäßig innerhalb von 2 Wochen nach der Warenlieferung vom Vertrag zu lösen.

Deshalb sind Händler bei Online-Verkäufen an Verbrauchern gehalten, diesen nach Maßgabe des § 312g BGB das sogenannte Widerrufsrecht einzuräumen. Das Widerrufsrecht kann der Verbraucher mittels eindeutiger Erklärung (schriftlich und auch mündlich) gegenüber dem Händler ausüben. Auf eine wirksame Widerrufserklärung hin ist dem Verbraucher grundsätzlich der Kaufpreis mit Hinsendekosten erstatten, nachdem die Ware vom Verbraucher zurückerhalten wurde oder dieser die Einsendung hinreichend nachgewiesen hat.

Über dieses Widerrufsrecht und seine Bedingungen ist vorvertraglich durch Einbindung der sogenannten Widerrufsbelehrung mitsamt eines Muster-Widerrufsformulars gemäß § 312d Abs. 1 i.V.m. Art. 246a § 1 Abs. 2 EGBGB auf der Website des Händlers zu belehren. Auch muss die Belehrung mit

Musterformular nach Vertragsschluss dem Verbraucher auf einem dauerhaften Datenträger zugehen.

Im Geschäftsverkehr mit Unternehmern existieren ein solches Widerrufsrecht und mithin auch diesbezügliche Informationspflichten dahingegen nicht. Unternehmerkunden können sich dem Händler gegenüber daher nicht einfach grundlos vom Vertrag lösen, sondern sind an diesen gebunden, wenn Ihnen das Gesetz nicht ausnahmsweise eine Rückabwicklung (etwa im Rahmen des Schadensersatzes oder Rücktritts) zugesteht.

IV. Das Gewährleistungsrecht

Als Gewährsrecht wird die gesetzliche Haftung verstanden, welcher der Verkäufer unterliegt, wenn er ein mangelhaftes Produkt geliefert hat. Hier stehen Kunden grundsätzlich weitgehende Rechte zu, die mit Nachlieferungs- und Nachbesserungsansprüchen beginnen und bis zu Schadensersatz- und Rückabwicklungsforderungen reichen.

Gegenüber Verbrauchern ist das Gewährleistungsrecht rigide und kaum zu Gunsten des Händlers modifizierbar. Nach § 476 BGB darf zulasten von Verbrauchern von den gesetzlichen Bestimmungen nämlich grundsätzlich nicht abgewichen werden. Weder sind Einschränkungen zulässig, noch dürfen Verjährungsfristen verkürzt werden. Einzig beim Verkauf gebrauchter Sachen darf die Gewährleistungsfrist von zwei auf ein Jahr herabgesenkt werden.

Hinzukommt, dass bei Warenschäden im Rahmen von Verkäufen an Verbraucher gemäß § 477 BGB innerhalb der ersten 6 Monate nach der Warenlieferung vermutet wird, dass die Ware den Schaden schon vor der Lieferung aufgewiesen hat. Zugunsten des Verbrauchers wird in diesem Zeitraum also von einem Eingreifen der Gewährleistungsrechte ausgegangen. Händler sind demnach die ersten sechs Monate also in der Pflicht, das Gegenteil zu beweisen, wenn sie sich von ihren Gewährleistungspflichten lösen wollen.

Beim Verkauf an Unternehmer können Händler gesetzliche Gewährleistungsrechte dahingegen deutlich einschränken.

Zunächst gilt hier die besondere Vorschrift des § 377 HGB. Zählt der Kauf für den Unternehmer zum Betrieb seines eigenen Gewerbes (etwa, wenn er weiterverkaufen will) und ist mithin ein Handelsgeschäft im Sinne des § 343 HGB, so muss er die Ware grundsätzlich unverzüglich nach Eingang überprüfen und dem Händler sichtbare Mängel unverzüglich anzeigen. Wird diese Anzeige unterlassen und wäre der Mangel bei der Untersuchung erkennbar gewesen, verliert der kaufende Unternehmer dann sämtliche Gewährleistungsrechte für die Ware.

Unabhängig von dieser Spezialregelung ist es im B2B-Geschäftsverkehr aber darüber hinaus zulässig, von gesetzlichen Vorschriften abzuweichen. Zwar kann die Gewährleistung in AGB oder Individualverträgen nicht allgemein ausgeschlossen werden. Zulässig ist aber ein Totalausschluss für gebrauchte Ware, während für neue Ware eine Verkürzung der Gewährleistungsfrist auf 1 Jahr rechtens ist.

Schließlich findet die belastende Vermutungsregelung des § 477 BGB bei Verkäufen gegenüber Unternehmern keine Anwendung, sodass das Vorliegen eines Mangels bei der Lieferung stets vom

unternehmerischen Käufer zu beweisen ist.

Detaillierte weitere Ausführungen zu gesetzlichen Gewährleistungsrecht bei Kaufverträgen stellt die IT-Recht Kanzlei in [diesen umfangreichen FAQ](#) bereit.

V. Gefahrtragung beim Warenversand

Zu eklatanten Unterschieden zwischen B2C und B2B kommt es schließlich auch hinsichtlich der Haftung für zufällige, also unverschuldete Untergänge oder Beschädigungen der Ware auf dem Versandweg.

Wird die Ware auf dem Versandweg zerstört oder beschädigt, ohne dass dem Händler oder einem von ihm beauftragten Versandunternehmen ein Verschulden anzulasten ist (denkbar bei Naturgewalteinwirkungen, Diebstahl oder Fremdeinwirkungen), geht das Transportrisiko bei Verkäufen gegenüber Unternehmern gemäß § 447 BGB in dem Moment auf den Käufer über, sobald die Ware dem Versandunternehmen übergeben wurde. Als Folge kannst du der Händler bei zufälligen Beschädigungen oder Untergängen auf dem Transportweg an den unternehmerischen Käufer den vollen Kaufpreis behalten, muss aber nicht erneut liefern oder die Ware reparieren.

Dies ist bei Verkäufen gegenüber Verbrauchern anders. Hier geht die Gefahr zufälliger Warenuntergänge oder -verschlechterungen auf dem Transportweg nicht auf den Verbraucher über (§475 Abs. 2 BGB). Vielmehr findet ein Gefahrübergang gemäß § 446 BGB grundsätzlich erst in dem Zeitpunkt statt, in dem der Verbraucher die Ware auch grundsätzlich erhält. Etwas anderes gilt nur, dann wenn der Verbraucher die Versendung an ihn ohne ein Zutun des Händlers selbst beauftragt.

VI. Die Rechtstexte der IT-Recht Kanzlei

Die IT-Recht Kanzlei bietet Händlern sowohl im B2C- als auch im B2B-Bereich professionelle, abmahnsichere Rechtstexte für den Online-Handel an, welche die oben dargestellten Pflichten im erforderlichen Umfang berücksichtigen und so maximale Rechtssicherheit garantieren.

Bei monatlicher Kündigung ist ein juristischer Pflegeservice in den Paketpreisen mitinbegriffen, der für eine dauerhafte Rechtssicherheit der Rechtstexte sorgt.

Das Starter-Paket für den Online-Handel im B2C- und B2B-Bereich enthält bei einem monatlichen Preis von nur 9,90€ zzgl. USt. abmahnsichere Rechtstexte in Form von AGB, der Widerrufsbelehrung, der Datenschutzerklärung und eines Impressums.

[Mehr Informationen zum B2C-B2B-Paket finden sich hier.](#)

Das Starter-Paket für den Online-Handel speziell im B2B-Bereich bietet zu einem monatlichen Preis von 14,90€ zzgl. USt. abmahnsichere Rechtstexte in Form von speziellen B2B-AGB mit besonderen Regelungs- und Gestaltungsmöglichkeiten, einer Datenschutzerklärung und einem Impressum.

[Mehr Informationen zum speziellen B2B-Paket finden sich hier.](#)

Im Preis zusätzlich mit inbegriffen ist der Zugang zu über 80 hilfreichen Mustern und

Handlungsanleitungen.

VII. Fazit

Das geltende Recht misst Verbrauchern auf der Käuferseite ein deutliches höheres Schutz- und Informationsbedürfnis bei als unternehmerischen Käufern. Dies hat zur Folge, dass das händlerische Pflichtenprogramm im elektronischen B2C-Geschäftsverkehr einerseits von umfänglichen und starren informatorischen und gestalterischen Anforderungen geprägt ist und vertragliche Beziehungen andererseits mit strengen Verboten belegt sind, vom geltenden Recht abzuweichen.

B2B-Geschäftsbeziehungen lassen sich aufgrund nur weniger und grundsätzlich freizügigerer Vorgaben dahingegen deutlich liberaler ausgestalten und unterwerfen Händler daher weitaus geringeren rechtlichen Anforderungen.

Zu beachten gilt allerdings, dass auf Webseiten, die sich sowohl an Verbraucher als auch an unternehmerische Käufer richten, im Zweifel alle Vorgaben des Verbraucherrechts eingehalten werden sollten, um nicht die Missachtung zwingender Rechtspflichten für Verbrauchergeschäfte zu riskieren.

Autor:

RA Phil Salewski

Rechtsanwalt