

von Rechtsanwalt **Arndt Joachim Nagel**

AGB für Online-Shops: Was ist aus rechtlicher Sicht zu beachten?

Viele Online-Händler verwenden heutzutage AGB in Ihren Online-Shops. Doch was sind eigentlich AGB und muss man überhaupt AGB verwenden? Wie werden sie wirksam in den Vertrag mit dem Kunden einbezogen und was gilt, wenn der Kunde eigene AGB verwendet, die von den AGB des Unternehmers abweichen? Diese und andere Fragen zum Thema „AGB“ beleuchten wir in den nachfolgenden FAQ.

Was sind eigentlich AGB?

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) sind gemäß § 305 Abs. 1 BGB 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.

AGB bilden somit den rechtlichen Rahmen für Verträge zwischen dem Online-Händler und seinen Kunden, wobei die Kunden grundsätzlich sowohl Verbraucher als auch Unternehmer sein können.

Abzugrenzen sind AGB insbesondere von Individualvereinbarungen und von den gesetzlichen Regelungen.

1) Individualvereinbarungen

Individualvereinbarungen sind Verträge oder Vereinbarungen, die zwischen Online-Händler und Kunde individuell ausgehandelt werden, bei denen also nicht auf vorformulierte Klauseln zurückgegriffen wird, die für alle Kunden des Händlers gelten sollen.

Individualvereinbarungen haben immer Vorrang vor AGB oder den gesetzlichen Regelungen. Hat der Händler dem Kunden etwa individuell etwas zugesichert, kann er sich nach Vertragsschluss nicht darauf berufen, dass diese Zusicherung im Widerspruch zu seinen AGB steht und damit keine Gültigkeit hat. Andererseits gibt das Gesetz auch für Individualvereinbarungen bestimmte Grenzen vor, über die sich der Händler nicht hinwegsetzen darf. Insbesondere bei Verträgen mit Verbrauchern können Individualvereinbarungen unwirksam sein, wenn sie beispielsweise fundamentale Rechte des Verbrauchers beschneiden (z. B. Vereinbarung, dass der Verbraucher auf sein gesetzliches Widerrufsrecht verzichtet, wenn er im Gegenzug bestimmte Vorzüge erhält).

2) Gesetzliche Regelungen

Die gesetzlichen Regelungen geben gewissermaßen den rechtlichen Rahmen vor, innerhalb dessen sich Individualvereinbarungen und AGB bewegen müssen. Zwar dürfen sowohl Individualvereinbarungen als auch AGB von den gesetzlichen Regelungen abweichen, zumal das Gesetz auch nicht jeden denkbaren Sachverhalt regelt. Allerdings darf der gesetzliche Rahmen dabei nicht überschritten werden, indem eine der Vertragsparteien unangemessen benachteiligt wird. Die gesetzlichen Regelungen stellen somit ein Korrektiv für vertragliche Vereinbarungen dar, um die Vertragsparteien vor unbilligen rechtlichen Ergebnissen zu schützen. Zugleich dienen die gesetzlichen Regelungen zur Auslegung von Vereinbarungen, die von den Parteien nicht eindeutig genug getroffen wurden und über die zwischen den Parteien nach Vertragsschluss Streit entstanden ist. Schließlich haben die gesetzlichen Regelungen auch eine Auffangfunktion für unwirksame Vereinbarungen, auf die sich die Vertragsparteien nicht berufen können.

Gibt es eine Pflicht zur Verwendung von AGB für Online-Shops?

Das Gesetz schreibt nicht vor, dass man als Unternehmer AGB verwenden muss. Daher kann man als Unternehmer auch nicht dafür abgemahnt werden, dass man keine AGB verwendet. Allerdings sieht das Gesetz bei Verträgen mit Verbrauchern (B2C) insbesondere für den elektronischen Geschäftsverkehr einige besondere Informationspflichten vor, die man sinnvoll nur im Rahmen von AGB erfüllen kann.

Danach muss der Unternehmer den Verbraucher insbesondere informieren über

- die Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen, den Termin, bis zu dem der Unternehmer die Waren liefern oder die Dienstleistung erbringen muss, und gegebenenfalls das Verfahren des Unternehmers zum Umgang mit Beschwerden,
- das Bestehen eines gesetzlichen Mängelhaftungsrechts für die Waren oder die digitalen Produkte,
- gegebenenfalls das Bestehen und die Bedingungen von Kundendienst, Kundendienstleistungen und Garantien,
- gegebenenfalls die Laufzeit des Vertrags oder die Bedingungen der Kündigung unbefristeter Verträge oder sich automatisch verlängernder Verträge,
- gegebenenfalls die Mindestdauer der Verpflichtungen, die der Verbraucher mit dem Vertrag eingeht,
- gegebenenfalls die Tatsache, dass der Unternehmer vom Verbraucher die Stellung einer Kaution oder die Leistung anderer finanzieller Sicherheiten verlangen kann, sowie deren Bedingungen,
- gegebenenfalls, dass der Verbraucher ein außergerichtliches Beschwerde- und Rechtsbehelfsverfahren, dem der Unternehmer unterworfen ist, nutzen kann, und dessen Zugangsvoraussetzungen,
- die einzelnen technischen Schritte, die zu einem Vertragsschluss führen,
- darüber, ob der Vertragstext nach dem Vertragsschluss von dem Unternehmer gespeichert wird und ob er dem Kunden zugänglich ist,

- darüber, wie er mit den nach § 312i Absatz 1 Satz 1 Nummer 1 des Bürgerlichen Gesetzbuchs zur Verfügung gestellten technischen Mitteln Eingabefehler vor Abgabe der Vertragserklärung erkennen und berichtigen kann,
- die für den Vertragsschluss zur Verfügung stehenden Sprachen und
- sämtliche einschlägigen Verhaltenskodizes, denen sich der Unternehmer unterwirft, sowie über die Möglichkeit eines elektronischen Zugangs zu diesen Regelwerken.

Deshalb ist es vor allem für Unternehmer, die auch an Verbraucher (B2C) verkaufen indirekt notwendig, eigene AGB zu verwenden.

Welche Vorteile bieten AGB in Online-Shops?

Die Verwendung von AGB im Online-Shop kann zweckmäßig sein, insbesondere wenn man sich als Unternehmer rechtliche Vorteile im Vergleich zur gesetzlichen Lage verschaffen möchte. Dabei lässt das Gesetz bei Verträgen mit Unternehmern weitreichendere Abweichungen von den gesetzlichen Regelungen zu als bei Verträgen mit Verbrauchern. Dennoch sind auch bei Verträgen mit Verbrauchern Regelungen in AGB zulässig, die die gesetzlichen Schranken nicht überschreiten.

Solche gesetzlichen Schranken stellen bei Verträgen mit Verbrauchern insbesondere die §§ 305 ff. BGB dar. Darin ist u. a. geregelt, wie AGB wirksam in den Vertrag einbezogen werden und welche Regelungen im Verhältnis zu Verbrauchern unwirksam sind.

Zugleich ergibt sich aus § 310 BGB, dass viele dieser gesetzlichen Schranken im Verhältnis zu Unternehmern (B2B) nicht gelten. Gleichwohl stellt das Gesetz insbesondere über die Regelung des § 307 BGB sicher, dass auch bei Verträgen zwischen Unternehmern nicht alles zulässig ist, was man in AGB regeln kann. Danach sind Bestimmungen in AGB unwirksam, wenn sie den Vertragspartner des Verwenders entgegen den Geboten von Treu und Glauben unangemessen benachteiligen.

Neben den vorgenannten Vorteilen kann die Verwendung professioneller AGB im Online-Shop auch das Vertrauen der angesprochenen Verkehrskreise erhöhen, da diese einen professionellen Eindruck des Shops vermitteln.

Welche Risiken bestehen bei der Verwendung von AGB?

AGB müssen einerseits inhaltlich zu dem konkret praktizierten Geschäftsmodell des Unternehmers passen und sie müssen andererseits mit den konkreten gesetzlichen Vorgaben in Einklang stehen, dürfen also insbesondere nicht so weit zum Nachteil des Vertragspartners vom Gesetz abweichen, dass sie diesen unangemessen benachteiligen. Bei Verträgen mit Verbrauchern sind zudem besondere Regelungen zum Verbraucherschutz zu beachten, die unter keinen Umständen durch AGB umgangen werden dürfen.

Bei der Verwendung unzulässiger bzw. unwirksamer AGB drohen ggf. kostenpflichtige wettbewerbsrechtliche Abmahnungen von Mitbewerbern oder Verbänden, die zur Abmahnung berechtigt sind. Zudem kann man sich als AGB-Verwender im Falle eines Rechtsstreits mit dem

Vertragspartner nicht auf unwirksame AGB-Klauseln berufen. Diese werden ggf. durch die gültige Rechtslage ersetzt.

B2B oder B2C – Unternehmer oder Verbraucher?

Bereits aus den obigen Ausführungen ergibt sich, dass es einen entscheidenden Unterschied macht, ob der Unternehmer seine AGB ausschließlich gegenüber anderen Unternehmern (B2B) oder auch gegenüber Verbrauchern (B2C) verwendet. So sieht das Gesetz für AGB, die gegenüber Verbrauchern verwendet werden, deutlich strengere Grenzen vor, als für B2B-AGB (siehe oben).

Zudem gelten bei Verträgen mit Verbrauchern im elektronischen Geschäftsverkehr zusätzliche Informationspflichten, die auch dann beachtet werden müssten, wenn der Unternehmer keine AGB verwendet (siehe oben). Verwendet der Unternehmer AGB, so muss er bei Verträgen mit Verbrauchern sicherstellen, dass diese auch die oben genannten Informationspflichten abdecken.

Ein Online-Shop wird übrigens nicht allein dadurch zum reinen B2B-Shop, dass der Unternehmer seine Angebote ausschließlich an andere Unternehmer richtet. Vielmehr muss auch durch technische Maßnahmen sichergestellt werden, dass Verbraucher keinen Zugriff auf den Online-Shop haben bzw. hierüber keine Bestellungen auslösen können. Welche technischen Maßnahmen geeignet sind, um einen Shop zum reinen B2B-Shop zu machen, erläutern wir [in diesem Beitrag](#).

Was ist bei gesetzlichen Änderungen zu beachten?

Das Recht unterliegt einem stetigen Wandel. Ändert sich das Gesetz, kann dies u. U. auch Auswirkungen auf die AGB des Unternehmers haben. Für den Online-Handel spielen dabei immer öfter Gesetzesänderungen eine Rolle, die vom EU-Gesetzgeber initiiert werden. Ein plastisches Beispiel bietet hierfür etwa das Inkrafttreten der Warenkaufrichtlinie im Jahr 2022.

Diese hatte [einige signifikante Änderungen des deutschen Kaufrechts](#) zur Folge. Insbesondere ergaben sich hierdurch Änderungen in folgenden Bereichen des Kaufrechts:

- Begriff des Sachmangels
- Verlängerung der Frist für die Beweislastumkehr bei B2C-Verträgen
- Verjährungsfristverkürzung für gebrauchte Sachen bei B2C-Verträgen
- Garantien
- Voraussetzungen für Rücktritt und Schadensersatz bei Mängeln
- Updatepflicht für Waren mit digitalen Inhalten

Diese Änderungen mussten auch in den AGB des Unternehmers berücksichtigt werden, sofern er hierzu Regelungen in seinen AGB getroffen hatte.

Das vorgenannte Beispiel zeigt, dass AGB einer regelmäßigen Kontrolle bedürfen, ob sie noch den aktuellen gesetzlichen Vorgaben entsprechen. Wird eine wesentliche Gesetzesänderung übersehen,

kann dies schnell dazu führen, dass die AGB veralten und nicht mehr rechtssicher sind. Damit kann die Verwendung von AGB für den Unternehmer zum Risiko werden (siehe oben).

Wie werden AGB im Online-Handel wirksam einbezogen?

Bei der Frage, wie AGB im Online-Handel wirksam einbezogen werden, muss zwischen Verträgen mit Verbrauchern (B2C) und Verträgen zwischen Unternehmern (B2B) differenziert werden.

1) Verträge mit Verbrauchern (B2C)

Bei Verträgen mit Verbrauchern (B2C) werden Allgemeine Geschäftsbedingungen nach § 305 Abs. 2 BGB 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 Ort 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.

Das Gesetz regelt nicht explizit, wie AGB vom Unternehmer konkret in seine Online-Präsenz eingebunden werden müssen. Zudem sind die technischen Voraussetzungen für die Darstellung der Inhalte auch nicht immer gleich und können – je nach Vertriebskanal – völlig unterschiedlich sein. Daher kann insoweit auch kein pauschaler Hinweis erfolgen. Es ist vielmehr zu beachten, welche Darstellungsmöglichkeiten sich dem Unternehmer auf dem jeweiligen Vertriebskanal für seine Rechtstexte bieten.

Wie sich dies in der Praxis für unterschiedliche Online-Vertriebskanäle umsetzen lässt, erläutern wir [in diesem Beitrag](#).

2) Verträge mit Unternehmern (B2B)

Bei Verträgen mit Unternehmern (B2B) sind die Anforderungen für die wirksame Einbeziehung von AGB nicht ganz so hoch, wie bei Verbrauchern. Dies ergibt sich daraus, dass die Regelung des § 305 Abs. 2 BGB gemäß § 310 Abs. 1 BGB auf solche Verträge keine Anwendung findet, da Unternehmer aus Sicht des Gesetzgebers nicht gleichermaßen schutzbedürftig sind wie Verbraucher.

Im B2B-Geschäftsverkehr reicht es für die Einbeziehung von AGB grundsätzlich aus, dass der Verwender im Zusammenhang mit dem Vertragsschluss auf sie hinweist und der Vertragspartner der Geltung nicht widerspricht.

So hat etwa der EuGH mit Urteil vom 24.11.2022 (C-358/21) entschieden, dass es insoweit für die Einbeziehung von AGB ausreicht, wenn bei einem schriftlich geschlossenen Vertrag der Hyperlink zur Webseite, auf der die AGB eingesehen und heruntergeladen werden können, angegeben wird. Allerdings

müssen die AGB unter dem angegebenen Link auch tatsächlich abrufbar sein, so dass der Vertragspartner diese vor oder bei Vertragsschluss zur Kenntnis nehmen könnte.

Braucht man eine Checkbox für AGB?

Entgegen einer weit verbreiteten Meinung ist eine ausdrückliche Bestätigung der Geltung der AGB durch den Kunden, etwa durch das Setzen eines Häkchens in einer Checkbox im Zusammenhang mit gängigen Formulierungen wie „Hiermit bestätige ich, die AGB zur Kenntnis genommen zu haben und erkläre mich mit deren Geltung einverstanden“ oder vergleichbaren Formulierungen im elektronischen Bestellprozess nicht Voraussetzung für deren wirksame Einbeziehung in den Vertrag.

Werden die AGB unter Berücksichtigung der oben dargestellten Grundsätze im Online-Shop vorgehalten, werden diese auch dann Bestandteil des Vertrages, wenn der Kunde deren Kenntnisnahme nicht ausdrücklich bestätigt. Der Kunde muss die AGB noch nicht einmal zur Kenntnis nehmen, damit diese Vertragsbestandteil werden. Denn das Gesetz verlangt nur die Möglichkeit der Kenntnisnahme in zumutbarer Weise. Anderenfalls hätte es der Kunde in der Hand, gegen den Willen des Anbieters mit diesem einen Vertrag ohne Einbezug von dessen AGB zu schließen.

Über Sinn und Zweck von Checkboxes, ohne deren Aktivierung eine Fortsetzung des elektronischen Bestellprozesses technisch unterbunden wird, lässt sich daher streiten. Im Falle einer streitigen Auseinandersetzung mit dem Kunden, bei der es auf die Frage ankommt, ob die AGB des Anbieters Vertragsbestandteil geworden sind, kann dem Anbieter hierdurch möglicherweise eine für ihn günstige Beweisführung erleichtert werden. Denn er kann sich darauf berufen, dass der Bestellvorgang ohne eine Bestätigung des Kunden, die AGB zur Kenntnis genommen zu haben, überhaupt nicht hätte abgeschlossen werden können. Andererseits kann hierdurch nicht der Nachweis erbracht werden, dass der Link auf die AGB zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses überhaupt funktioniert hat.

Müssen AGB auch in Textform übermittelt werden?

Gemäß § 312f Abs. 2 BGB ist der Unternehmer bei Fernabsatzverträgen verpflichtet, dem Verbraucher eine Bestätigung des Vertrags, in der der Vertragsinhalt wiedergegeben ist, innerhalb einer angemessenen Frist nach Vertragsschluss, spätestens jedoch bei der Lieferung der Ware oder bevor mit der Ausführung der Dienstleistung begonnen wird, auf einem dauerhaften Datenträger zur Verfügung zu stellen. Die Bestätigung nach Satz 1 muss die in Artikel 246a des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche genannten Angaben enthalten, es sei denn, der Unternehmer hat dem Verbraucher diese Informationen bereits vor Vertragsschluss in Erfüllung seiner Informationspflichten nach § 312d Absatz 1 auf einem dauerhaften Datenträger zur Verfügung gestellt.

Hieraus ergibt sich, dass der Unternehmer dem Kunden – sofern dieser als Verbraucher handelt – neben einer Bestellbestätigung mit allen vertragswesentlichen Punkten sowohl seine AGB als auch seine Widerrufsbelehrung zusätzlich in Textform übermitteln muss.

Hierdurch soll der genaue Vertragsinhalt für den Verbraucher dokumentiert und vor nachträglichen Manipulationen geschützt werden, die beispielsweise nach Vertragsschluss noch an den Inhalten auf

der Website des Unternehmers vorgenommen werden könnten.

Wie sich dies in der Praxis für unterschiedliche Online-Vertriebskanäle umsetzen lässt, erläutern wir [in diesem Beitrag](#).

In welcher Sprache müssen AGB verfasst sein?

Grundsätzlich müssen AGB dem Vertragspartner in einer verständlichen Sprache zugänglich sein. Dies stellt kein Problem dar, wenn beide Vertragspartner dieselbe Muttersprache (z. B. Deutsch) haben und die AGB in dieser Muttersprache vorgehalten werden.

Problematisch sind insoweit solche Fälle, in denen die Vertragspartner unterschiedliche Muttersprachen haben. Jedenfalls bei Verträgen mit Verbrauchern, bei denen der Vertragspartner seinen Wohnsitz in einem Land hat, in welchem eine andere Amtssprache gilt als im Land des AGB-Verwenders, dürften die AGB des Verwenders überhaupt nur dann wirksam einbezogen werden, wenn der Verbraucher die Sprache versteht, in der die AGB des Verwenders verfasst sind. Anderenfalls dürfte die Einbeziehung der AGB bereits an der mangelnden Verständlichkeit für den Vertragspartner scheitern.

Die Lösung des Problems könnte nun darin bestehen, dass der Unternehmer seine AGB in allen Amtssprachen vorhält, die den Ländern entsprechen, aus denen seine potenziellen Kunden stammen. Dass dies angesichts der Vielzahl der potenziellen Länder für die allermeisten Unternehmer in der Praxis nicht umsetzbar ist, liegt auf der Hand. In der Praxis sind daher viele Unternehmer dazu übergegangen, ihre AGB neben der eigenen Landessprache zusätzlich in englischer Sprache vorzuhalten, da es sich hierbei international um eine gängige Handelssprache handelt. Ob dies allerdings für eine wirksame Einbeziehung der AGB in allen denkbaren Sprachkonstellationen ausreicht, ist fraglich.

Für Unternehmer mit Sitz in Deutschland dürfte es entgegen der Ansicht einiger Shop-Betreiber jedenfalls nicht ausreichen, die AGB ausschließlich in englischer Sprache vorzuhalten. Dies wird häufig damit begründet, dass sich der Shop nicht nur an Interessenten in Deutschland sondern an Interessenten in der ganzen Welt richtet. Daher sei die englische Sprache als weltweit gängigste Handelssprache vorzugswürdig. Was zunächst plausibel klingt, erweist sich aber jedenfalls dann als Trugschluss, wenn sich die Angebote des Händlers auch an Verbraucher mit Sitz in Deutschland richten, was in der Regel der Fall sein dürfte. Denn die wirksame Einbeziehung von AGB ist auch an die verwendete Sprache geknüpft. Welche Probleme sich bei der ausschließlichen Verwendung von englischsprachigen AGB stellen, erläutern wir [in diesem Beitrag](#).

Was gilt bei kollidierenden AGB?

Gerade bei Verträgen zwischen Unternehmern kommt es in der Praxis häufiger vor, dass beide Parteien ihre AGB (z. B. Verkaufsbedingungen auf Verkäuferseite und Einkaufsbedingungen auf Käuferseite) in den Vertrag einbeziehen möchten. Soweit sich die AGB der Vertragspartner decken, werden diese jeweils Vertragsbestandteil, wenn sie nicht aus anderen Gründen unwirksam sind.

Ein Problem stellt sich in der Praxis, wenn und soweit sich die AGB der Vertragspartner widersprechen, diese also kollidieren. Sofern beide Parteien in ihren AGB eine Abwehrklausel verwenden, nach der im Kollisionsfall ausschließlich die AGB des Verwenders gelten sollen, werden diese Klauseln nicht Vertragsbestandteil, da es insoweit an dem für den Vertragsschluss notwendigen Konsens fehlt. Die hierdurch entstehenden Vertragslücken werden durch die gesetzlichen Vorschriften ausgefüllt. Soweit diese fehlen, muss eine ergänzende Vertragsauslegung erfolgen.

Darf man AGB von fremden Quellen kopieren?

AGB sind grundsätzlich als Schriftwerke urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht ohne Zustimmung des Urhebers/Rechteinhabers vervielfältigt und/oder öffentlich zugänglich gemacht werden. Wer AGB ohne entsprechende Lizenz von fremden Quellen übernimmt, begeht damit in der Regel eine Urheberrechtsverletzung, was zu einer kostenpflichtigen Abmahnung durch den Rechteinhaber führen kann. Zudem können die übernommenen AGB inhaltlich fehlerhaft sein, mit der Folge, dass sich der Verwender damit zugleich auch dem Risiko einer wettbewerbsrechtlichen Abmahnung durch Mitbewerber oder Verbände aussetzt.

Was ist bei der Verwendung von Standard-AGB zu beachten?

Gerade für Betreiber von Online-Shops kann sich die Verwendung von Standard-AGB anbieten, da diese in der Regel deutlich günstiger sind als individuell erstellte AGB vom Rechtsanwalt. Allerdings können Standard-AGB nicht alle denkbaren Sachverhalte berücksichtigen und sollten daher nur verwendet werden, wenn das Geschäftsmodell zur Beschreibung der Standard-AGB passt.

Vor der Verwendung von Standard-AGB sollte der Unternehmer daher folgende Punkte prüfen:

1) Was wird im Online-Shop angeboten?

Für den Inhalt der AGB macht es einen entscheidenden Unterschied, ob der Unternehmer beispielsweise Waren zum Verkauf, die Bereitstellung digitaler Inhalte, Sachen zur Vermietung oder Dienstleistungen anbietet. Je nach Geschäftsmodell müssen die AGB unterschiedliche Regelungen enthalten. Die Auswahl unpassender Standard-AGB kann daher schon zu einem Risiko für den Unternehmer führen.

2) An wen richten sich die Angebote im Online-Shop?

Richten sich die Angebote ausschließlich an Unternehmer (B2B) oder auch an Verbraucher (B2C)? Je nachdem, welche Zielgruppe der Shop hat, müssen hierfür passende AGB verwendet werden. Insoweit könnte insbesondere dann ein Risiko für den Unternehmer bestehen, wenn er B2B-AGB für sein Geschäftsmodell verwendet, tatsächlich aber auch Verträge mit Verbrauchern abschließt.

3) Wie kommen die Verträge mit den Kunden zustande?

Für die richtige Wahl der AGB ist grundsätzlich auch relevant, wie im konkreten Fall die Verträge mit den Kunden zustande kommen. Werden diese über ein klassisches Online-Bestellsystem ausschließlich in elektronischer Form geschlossen oder per individueller Kommunikation zwischen Unternehmer und Kunde? Von wem stammt das Angebot und wer erklärt die Annahme des Angebots? Was ist als Angebot aufzufassen und wie kann ggf. die Annahme erklärt werden? Auch insoweit sollten die AGB zur gelebten Praxis des Unternehmers passen, da sich anderenfalls ein Risiko für den Unternehmer ergeben könnte.

Was berücksichtigen die Online-Shop-AGB der IT-Recht Kanzlei?

Im Rahmen ihrer [Schutzpakete](#) bietet die IT-Recht Kanzlei Rechtstexte für zahlreiche Anwendungsfälle im Online-Handel an. Neben dem klassischen Verkauf von Standard-Waren spielen dabei immer häufiger auch andere Geschäftsmodelle eine Rolle, wie etwa der Verkauf von personalisierten Produkten, der Verkauf von Waren im Rahmen von Abonnements, der Verkauf von Gutscheinen oder die Bereitstellung von digitalen Produkten. Wir haben dies zum Anlass genommen, unsere AGB für eigene Online-Shops im Lauf der Zeit um zahlreiche praxisrelevante Anwendungsfälle zu erweitern, so dass diese inzwischen einen beachtlichen Leistungsumfang bieten.

Die Online-Shop-AGB der IT-Recht Kanzlei berücksichtigen die für den Online-Handel einschlägigen Regelungen wie etwa die EU-Verbraucherrechterichtlinie sowie die einschlägigen Vorschriften des BGB und des EGBGB.

Zudem beherrschen die AGB folgende für den Warenverkauf besonders praxisrelevante Sachverhalte:

- Lieferungen die per Spedition „frei Bordsteinkante“ erfolgen,
- Eigentumsvorbehalt bei Vorleistungspflicht des Verkäufers,
- Beschränkung der Mängelhaftung – etwa für gebrauchte Ware,
- Vereinbarung deutschen Kaufrechts bei Verträgen mit ausländischen Käufern,
- Ausschluss des Widerrufsrechts für Verbraucher aus Nicht-EU-Mitgliedstaat,
- Haftungsfreistellung bei der Verletzung von Drittrechten für individualisierbare Produkte,
- Lieferung von Waren im Rahmen von Abonnementverträgen.

Darüber hinaus berücksichtigen die AGB auch folgende Leistungen, die vom Unternehmer ggf. neben dem Verkauf physischer Waren über einen eigenen Online-Shop angeboten werden:

- Verkauf von Waren mit digitalen Elementen,
- Verkauf von Datenträgern mit digitalen Inhalten,
- Verkauf von Gutscheinen,
- Verkauf von Tickets,
- Bereitstellung digitaler Inhalte (ausgenommen Software, die in elektronischer Form geliefert wird),
- Bereitstellung von Lizenzschlüsseln in physischer oder digitaler Form,
- Vermittlung von Telekommunikationsverträgen,
- Montage/Einbau von Gegenständen beim Kunden, die diesem vom Unternehmer verkauft wurden,
- Reparatur von (paketversandfähigen) Gegenständen des Kunden beim Unternehmer (außerhalb der kaufrechtlichen Gewährleistung).

Entsprechende AGB bieten wir im Rahmen unserer [Schutzpakete](#) bereits zu einem Monatspreis ab 9,90 EUR zzgl. USt. an. Zusätzlich enthalten unsere Schutzpakete weitere Rechtstexte wie etwa eine Widerrufsbelehrung und eine Datenschutzerklärung. Flankiert werden die Rechtstexte von zahlreichen Mustern, Anleitungen und sonstigen Services für den Online-Handel.

Unser Schutzpaket mit AGB für eigene Online-Shops kann [hier](#) bezogen werden.

Autor:

RA Arndt Joachim Nagel

Rechtsanwalt und Fachanwalt für Informationstechnologierecht