

von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

Rechtssicher verkaufen im Online-Handel

Regelmäßig treten beim Online-Handel mit Lebensmitteln, Kosmetika und Alkohol neue gesetzlichen Vorschriften in Kraft. Die wichtigsten Regelungen sollte man im Blick haben. In Zusammenarbeit mit dem E-Commerce Magazin (Ausgabe 07/200/) klärt RA Max-Lion Keller, wie ein rechtssicherer Handel möglich bleibt.

I. Einführung

Die Zahl der Informations- und Kennzeichnungspflichten im Bereich Onlinehandel sind kaum noch zu überschauen – es herrscht hier ein nahezu unüberschaubarer Dickicht diverser (in manchen Fällen schon als abwegig zu bezeichnender) Kennzeichnungspflichten. So ist man in Deutschland schon längst an einem Punkt angekommen, wo von einem ein gewerblichen Handeln im Internet ohne anwaltliche Hilfestellung nur noch abgeraten werden kann. Zu groß ist heutzutage einfach die Gefahr, durch einen Wettbewerber kostenpflichtig abgemahnt zu werden – was nicht selten einen Schaden im mittleren vierstelligen Bereich nach sich zieht.

Wie ungeheuer komplex das gewerbliche Anbieten selbst einfachster Konsumgüter im Internet geworden ist, soll nachfolgend anhand dreier Beispiele skizziert werden – dabei geht es exemplarisch um den Verkauf von

- alkoholhaltigen Getränken,
- Kosmetikprodukten sowie
- Lebensmitteln.

Hinweis: Eine umfassende Darstellung aller einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen im Zusammenhang mit dem Verkauf der oben genannten Produktgruppen würde den Rahmen dieses Beitrags mehr als sprengen, so dass im Folgenden lediglich einige wichtige rechtliche Eckpunkte behandelt werden können.

II. Rechtssicherer Verkauf von alkoholischen Getränken

Wie verkauft man eigentlich rechtssicher alkoholische Getränke im Internet? Abgesehen von den allgemeinen rechtlichen Vorgaben (z.B. richtige Widerrufsbelehrung, vollständiges Impressum, umfassende Preisauszeichnung etc.) hat der Online-Händler insbesondere zwei spezielle rechtliche Hürden zu beachten, nämlich die Lebensmittel-Kennzeichnungsverordnung sowie das Jugendschutzgesetz.

1. Vorgaben der Lebensmittel-Kennzeichnungsverordnung (LMKV)

Die LMKV sieht vor, dass der Online-Händler den genauen Alkoholgehalt seiner jeweiligen Ware anzugeben hat. Dabei ist die vorhandene Alkoholgehalt in Volumenprozenten bis auf höchstens eine Dezimalstelle anzugeben. Dieser Angabe ist wiederum das Symbol "% vol" und das Wort "Alkohol" oder die Abkürzung "alc." beizufügen. Darüber hinaus sind auch Angaben zum Mindesthaltbarkeitsdatum zu treffen wobei das Mindesthaltbarkeitsdatum unverschlüsselt mit den Worten "mindestens haltbar bis..." unter Angabe von Tag, Monat und Jahr in dieser Reihenfolge anzugeben ist. In bestimmten Fällen ist die Angabe des Mindesthaltbarkeitsdatums wiederum jedoch nicht erforderlich, etwa bei Getränken mit einem Alkoholgehalt von zehn oder mehr Volumenprozent.

2. Vorgaben des Jugendschutzgesetzes (JuSchG)

Der Versandhändler hat darüber hinaus mittels geeigneter Maßnahmen Minderjährige von seinem Angebot auszuschließen. Nur, wie macht er das? Bedarf es entsprechender Regelungen in den AGB? Reicht bereits die Zusicherung der Volljährigkeit am Telefon oder per E-Mail aus? Muss man sich eine Kopie des Ausweises des Kunden zuschicken lassen?

Tatsächlich ist für einen effektiven Kinder- und Jugendschutz eine zuverlässige Altersverifikation vor dem Versand der Getränke erforderlich. Andererseits muss aber auch sichergestellt sein, dass die abgesandte Ware nicht von Minderjährigen in Empfang genommen wird. So lässt sich etwa durch das Postidentverfahren vor Versendung der Ware ausreichend gewährleisten, dass der Kunde volljährig ist. Außerdem muss die Ware in einer Weise versandt werden, die regelmäßig sicherstellt, dass sie dem volljährigen Kunden, an den sie adressiert ist, persönlich ausgehändigt wird. Das kann etwa durch eine Versendung als "Einschreiben eigenhändig" sichergestellt werden.

III. Rechtssicherer Verkauf von Kosmetika

Gerade was das gewerbliche Anbieten von Kosmetika im Internet anbelangt: Die rechtlichen Anforderungen hierzu sind immens und werden nur von den allerwenigsten (rechtlich beratenen) Händlern eingehalten. So greifen in diesem Bereich mehrere Verordnungen (wie etwa auch die sog. Fertigverpackungsverordnung), wobei im Folgenden lediglich auf die wichtigsten Vorgaben der Kosmetikverordnung eingegangen werden sollen.

Die Kosmetikverordnung setzt voraus, dass die folgenden Angaben im Zusammenhang mit dem Verkauf von Kosmetika unverwischbar, deutlich sichtbar und leicht lesbar anzugeben sind:

- Die Behältnisse und Verpackungen müssen eine Identifizierung der Hersteller ermöglichen.
- Das Mindesthaltbarkeitsdatum ist anzugeben.
- Zwingend ist auch die Angabe der Verwendungsdauer nach dem Öffnen bei Erzeugnissen mit einer Mindesthaltbarkeit von mehr als 30 Monaten.

- Nicht übersehen werden darf die Angabe des Verwendungszweckes des Erzeugnisses.
- Die Bestandteile der jeweiligen Kosmetika sind anzugeben.

In der Praxis gibt es hier enorme Rechtsunsicherheiten. So wissen viele Händler beispielsweise nicht, welche Mindesthaltbarkeitsdaten sie etwa bei den Probeartikel angeben sollen. Auch herrscht Verwirrung darüber, welche „Bestandteile“ einer Kosmetika nun konkret kennzeichnenpflichtig sind. Wo sollen all diese Informationen etwa bei einem kleinem Lippenstift untergebracht werden? Etc.etc.

IV. Rechtssicherer Verkauf von Lebensmitteln

Bereits die Darstellung der einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen im Bereich des Lebensmittelrechts – ohne auf deren Inhalt einzugehen – könnte eine DIN A4 Seite füllen.

Um jedoch zumindest vorweg einen Eindruck von der deutschen (und mitunter auch europäischen) Regelungswut zu geben, sollen nachfolgend exemplarisch einige Rechtsquellen zur allgemeinen Kennzeichnungspflicht im deutschen Lebensmittelrecht aufgelistet werden. Hier wären insbesondere die folgenden gesetzlichen Bestimmungen zu nennen:

- Lebensmittel-Kennzeichnungsverordnung. (Diese regelt in Deutschland die Kennzeichnung von Lebensmitteln, die in Fertigpackungen an den Endverbraucher abgegeben werden.)
- Los-Kennzeichnungs-Verordnung. (Danach dürfen Lebensmittel nur dann in den Verkehr gebracht werden, wenn sie mit einer Angabe gekennzeichnet sind, aus der das Los zu ersehen ist, zu dem sie gehören. Dabei muss die Angabe aus einer Buchstaben-Kombination, Ziffern-Kombination oder Buchstaben-/Ziffern-Kombination bestehen.)
- Rückstands-Höchstmengenverordnung. (Verordnung über Höchstmengen an Rückständen von Pflanzenschutz- und Schädlingsbekämpfungsmitteln, Düngemitteln und sonstigen Mitteln in oder auf Lebensmitteln und Tabakerzeugnissen)
- Diätverordnung. (Verordnung über diätetische Lebensmittel)
- Nährwert-Kennzeichnungsverordnung. (Verordnung über nährwertbezogene Angaben bei Lebensmitteln und die Nährwertkennzeichnung von Lebensmitteln)
- VO über tiefgefrorene Lebensmittel.
- Eichgesetz (Das Eichgesetz bestimmt genaue Vorschriften für Verpackungen, Gefäße und Waagen.)
- FertigpackungsVO. (Ähnlich der Preisangabenverordnung regelt die FertigpackungsVO, dass alle Händler, die Waren an Verbraucher verkaufen, nach der Preisangaben- und Fertigpackungsverordnung den Grundpreis angeben müssen.)
- und die Fischhygieneverordnung, Fleischhygieneverordnung, Geflügelhygieneverordnung, Milchhygieneverordnung und andere Vermarktungsgesetz

Für den E-Commerce) mit am wichtigsten ist die oben genannte Lebensmittelkennzeichnungsverordnung (LMKV), die gesetzlich bestimmt, mit welchen Angaben ein Lebensmittelprodukt vom Hersteller deklariert sein muss. Da ein Verbraucher auch im Online-Bereich in die Lage versetzt werden muss, sich die entsprechenden Informationen des Herstellers zuzueignen, haben auch Online-Händler zwingend zu beachten, dass sie die entsprechenden

Kennzeichnungsinformationen mit in ihrem Online-Angebot aufführen.

V. Fazit: Onlinehändler verlieren die Lust am Fernabsatzhandel

Viele Onlinehändler (und übrigens auch Rechtsanwälte) sind mittlerweile der Ansicht, dass es schlicht unmöglich sei, einen wirklich rechtssicheren Warenhandel über das Internet zu betreiben – egal um welche Waren es dabei geht. Hinzu kommt, dass so gut wie alle Internetverkaufsplattformen (wie etwa eBay, Amazon etc.) es den Onlinehändlern schon in technischer (!) Hinsicht nicht ermöglichen, auch etwa nur die rechtlichen Mindestvorgaben allgemeinsten Art zu erfüllen. Abgemahnt wird am Ende dennoch nicht die Verkaufsplattform, sondern immer nur der Online-Händler...

Autor:

RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)

Rechtsanwalt