von Rechtsanwalt **Dr. Daniel S. Huber**

Verkauf von Waren über Facebook

Waren lassen sich nicht nur über einen eigenständigen Webshop samt eigenem Shopsystem oder über einen eBay-Shop oder Amazon Marketplace verkaufen, sondern auch über Facebook. Ob als alleiniger oder zusätzlicher Vertriebskanal kann Facebook gerade kleineren Händlern als Verkaufsplattform dienen. Ohne großen Aufwand können Waren mittels individueller Kommunikation mit den Kunden verkauft werden. Welche rechtlichen Besonderheiten es dabei zu beachten gilt, erläutert die IT-Recht Kanzlei in diesem Beitrag.

I. Verkaufen über Facebook

Neben Shopsystemen wie eBay oder Amazon Marketplace erfreut sich in letzter Zeit auch das Verkaufen über Facebook wachsender Beliebtheit. Facebook kann von Verkäufern dabei auf verschiedene Art und Weise als Verkaufsplattform genutzt werden. Unabhängig von der Verkaufsweise müssen gewerbliche Verkäufer die zwingenden gesetzlichen Vorschriften beachten, insbesondere die Verbraucherschutzvorschriften, die vor allem mit einer Reihe von Informationspflichten einhergehen.

II. Viele Wege führen zum Verkauf über Facebook

Verkäufer können Facebook auf verschiedene Arten zum Verkauf von Waren verwenden. Von der Nutzung von Facebook als bloße Werbeplattform bis zum direkten Verkauf über das Shopsystem von Facebook ist Vieles möglich:

- Link zum eigenen Webshop: Kein echter Verkauf über Facebook stellt die bloße Verlinkung auf einen eigenen, von Facebook unabhängig geführten Webshop dar. Viele Unternehmen nutzen Facebook bislang in dieser Weise als reine Werbeplattform und verweisen zum Kauf ihrer Waren per Link auf den eigenen Webshop.

- Darstellung des Warensortiments samt Preisen und Verlinkung auf eigenen Webshop: Eine weitere Form des Warenverkaufs unter Nutzung von Facebook ist die Aufnahme des gesamten Warensortiments oder zumindest eines Teils samt Produktbeschreibungen und Endpreisen in die unternehmenseigene Facebook-Präsenz, ohne dass der Kunde am Ende das Produkt bereits direkt auf Facebook kaufen kann. Der Kunde kann in diesem Fall das Sortiment zwar einsehen und die einzelnen Waren betrachten, allerdings in keinen Warenkorb legen. Will er eine Ware kaufen, muss auf einen Link klicken, der ihn auf die entsprechende Produktseite im unternehmenseigenen, von Facebook unabhängigen Webshop weiterleitet. Im Ergebnis erfolgt hierbei somit ebenso kein Verkauf direkt über Facebook.
- Embedded Webshop: Ebenso kein Verkauf direkt über Facebook ist die Integration des unternehmenseigenen Webshops per Embedded-Link in einen Frame der Facebook-Präsenz des Unternehmens. Technisch gesehen kauft der Kunde auch dann nicht über Facebook bzw. ein Facebook-Shopsystem, sondern direkt im Webshop des Unternehmens.
- Facebook Shopsystem: Nach dem Vorbild von Amazon Marketplace oder eBay strebt auch Facebook einen blühenden Handel über ein unternehmenseigenes Shopsystem an, das Händlern als alleinige oder zusätzliche Verkaufsplattform dienen können soll. Bislang sind Facebook-Shops dieser Art jedoch noch nicht besonders weit verbreitet.
- Facebook Marketplace: Im Jahr 2016 hat Facebook in einigen Ländern, wie etwa den USA, mit Facebook Marketplace eine Plattform gestartet, über die wie bei eBay Kleinanzeigen vor allem lokale Geschäfte unter Privaten abgewickelt werden können. In Deutschland ist dieses System noch nicht eingeführt worden. Da sich diese Verkaufsplattform vor allem an Privatleute richtet, die darüber gebrauchte Möbel, Kleidung oder Autos verschenken oder verkaufen können, und damit eher weniger an gewerbliche Verkäufer, spielt Facebook Marketplace bezüglich des Verbraucherschutzrechts (noch) keine allzu große Rolle.
- Verkauf mittels individueller Kommunikation via Facebook: Schließlich können Unternehmen ihr Warensortiment auf Facebook darstellen und mittels individueller Kommunikation per E-Mail („Nachricht senden“ oder „Nachricht an den Verkäufer senden“) Verträge mit den Kunden schließen, also ohne ein Shopsystem, das die Bestellabwicklung automatisiert übernimmt. Interessant ist dies häufig vor allem für kleinere gewerbliche Verkäufer, die für den Verkauf einiger weniger Produkte oder Stückzahlen keinen besonders großen Aufwand betreiben wollen und können.

Nachfolgend stehen nun die rechtlichen Rahmenbedingungen des Verkaufs mittels individueller Kommunikation über Facebook im Mittelpunkt der Betrachtung.

III. Besonderheiten beim Vertragsschluss über Facebook

Facebook ist als Kommunikationsplattform im Prinzip nichts grundlegend anderes als eine Katalogbestellung via E-Mail oder eine Bestellung per E-Mail aufgrund eines Werbeflyers. Der Verkäufer präsentiert auf Facebook wie in einem Katalog oder auf einem Werbeflyer Waren, die die Kunden per E-Mail (Fax oder Brief) verbindlich bestellen können.

Ist der Verkäufer Unternehmer i.S.d. § 14 BGB, unterliegt er dem zwingenden Verbraucherschutzrecht und muss rechtzeitig und formgerecht über das den Kunden zustehende Verbraucherwiderrufsrecht informieren, wenn diese Verbraucher i.S.d. § 13 BGB ist.

Dazu muss der Händler nach § 312d Abs. 1 BGB i.V.m. § 246a § 4 Abs. 1, Abs. 3 EGBGB bereits im Vorfeld auf Facebook prominent sowie klar und verständlich über das diesen zustehende Verbraucherwiderrufsrecht informieren, so dass die Verbraucher die erforderlichen Informationen erhalten, bevor sie ihre verbindliche Bestellung abgeben. Dies kann etwa dadurch geschehen, dass der Händler zu Beginn eines jeden Chronikeintrags auf seiner Facebook-Seite mit einem kurzen Text auf das Verbraucherwiderrufsrecht samt Muster-Widerrufsformular (wie auch ggf. auf die AGB sowie auf die Datenschutzerklärung) hinweist und zugleich einen Link auf eine Unterseite setzt, auf der der vollständige Text der Widerrufsbelehrung samt Muster-Widerrufsformular abrufbar ist.

Dasselbe gilt für die AGB und die Datenschutzerklärung. Denn damit die AGB des Händlers Vertragsbestandteil werden, muss der Händler nach § 305 Abs. 2 BGB ausdrücklich auf sie hinweisen, dem Kunden eine zumutbare Möglichkeit ihrer Kenntnisnahme verschaffen und das Einverständnis des Kunden mit der Geltung der AGB einholen.

IV. Sonstige gesetzliche Vorgaben

Im Übrigen gelten beim gewerblichen Verkauf von Waren über Facebook dieselben gesetzlichen Vorschriften, die für Händler gelten, die einen eigenen Webshop betreiben. Darunter fallen beispielsweise die Impressumspflicht, ggf. sonstige (Produkt-)Informationspflichten (abhängig davon, welches Produkt verkauft wird) und die Preisangabenverordnung (PAngV).

Nach § 1 Abs. 1 PAngV müssen Händler Gesamtpreise angeben, die bereits die Mehrwertsteuer enthalten. Zudem müssen sie gemäß § 1 Abs. 1 PAngV darauf hinweisen, dass die angegebenen Preise die Mehrwertsteuer bereits enthalten; dieser Hinweis muss für die Kunden sichtbar sein, bevor sie eine Bestellung abschicken (können). Ist ein Händler allerdings Kleinunternehmer und deshalb nicht umsatzsteuerpflichtig, so entfallen diese Pflichten. Falls Versandkosten anfallen, muss dieser Umstand und nach Möglichkeit auch deren voraussichtliche Höhe gemäß § 1 Abs. 2 S. 1 Nr. 2, S. 2 PAngV ebenso angegeben werden.

V. Fazit

Der Verkauf von Waren über Facebook mittels individueller Kommunikation mit Kunden ist ein (weitere) Vertriebskanal. Rechtliche Besonderheiten zum sonstigen Warenverkauf im Internet gibt es kaum. Lediglich die Umsetzung einiger rechtlicher Vorgaben im Zuge des Kaufvertragsschlusses mit den Kunden kann aufgrund der technischen Gegebenheiten der Facebook-Plattform Anpassungen erfordern, so etwa in Bezug auf die Einbeziehung von AGB und die gesetzlichen Informationspflichten hinsichtlich des Verbraucherwiderrufsrechts. Im Ergebnis bereiten diese jedoch keine Schwierigkeiten.

Bei Problemen, Rückfragen sowie weiteren Fragen zu diesem Thema hilft Ihnen das Team der IT-Recht Kanzlei selbstverständlich gerne auch persönlich und im Einzelfall weiter.

Autor:
RA Dr. Daniel S. Huber
Rechtsanwalt