von **Dr. Bea Brünen**

Geschickt eingefädelt: Was Hobby-Näher bei Impressum, Widerrufsbelehrung, AGB & Co beachten müssen

Nähen erlebt zurzeit eine Renaissance: Immer mehr Kreative entdecken ihre Liebe zu Stoffen, Schnittmustern und Nähmaschinen. Viele von ihnen wollen weitere Handgemacht-Begeisterte an ihrer Leidenschaft teilhaben lassen und bieten ihre Ware im eigenen Online-Shop oder auf Marketplaces wie DaWanda, Etsy & Co an. Was bei den meisten dabei nicht (ganz oben) auf der Agenda steht: Hobby-Näher, die ihre kleinen Kostbarkeiten verkaufen möchten, müssen von der Impressumsangabe über die Widerrufsbelehrung bis hin zur transparenten Angabe von Preisen zahlreiche rechtliche Fallstricke beachten. Dabei können bereits kleine Fehler zu (teuren) wettbewerbsrechtlichen Abmahnungen führen. Wie Sie die rechtlichen Stolpersteine vermeiden und Ihr Genähtes rechtssicher an den Kunden bringen, zeigen wir Ihnen im Folgenden Beitrag.

A. Noch privater Verkäufer oder doch schon gewerblicher Anbieter?

Die erste Frage, die sich Hobby-Näher stellen sollten, wenn Sie Schönes aus Stoff zum Kauf anbieten, ist: Möchte ich meine kleinen Kostbarkeiten als privater Verkäufer oder als gewerblicher Anbieter an den Kunden bringen?

I. Hobby oder Gewerbe: Was sind die Folgen?

Ob man sich als privater oder gewerblicher Anbieter betätigt, hat erhebliche rechtliche Folgen:

- **Informationspflichten**: Gewerbliche Verkäufer müssen die zahlreichen (abmahngefährdeten) Vorschriften des Fernabsatzrechts beachten (vgl. § 312d Abs. 1 BGB i. V. m. Art. 246a EGBGB, § 312g Abs. 1 i. V. m § 355 BGB). Private Verkäufer sind hingegen nicht an das Fernabsatzrecht gebunden.
- **Gewährleistungsausschluss:** Ein gewerblicher Verkäufer muss bei Neuwaren eine Gewährleistung von 24 Monaten einräumen. Private Verkäufer können die Gewährleistung sogar komplett ausschließen.
- **Transportrisiko:** Der gewerbliche Verkäufer trägt im Gegensatz zum privaten Verkäufer das Risiko dafür, dass die gekaufte Ware beim Transport nicht beschädigt wird oder verloren geht.
- **Wettbewerbsrechtliche Abmahnungen:** Nur gewerbliche Verkäufer können von Mitbewerbern abgemahnt werden. Private Anbieter müssen keine Abmahnungen befürchten.
- **Markenrechtliche Abmahnungen:** Nur gewerbliche Anbieter können nach § 14 MarkenG wegen einer Markenverletzung abgemahnt werden. Private Anbieter sind auch hier keinen Gefahren ausgesetzt.

II. Hobby oder Gewerbe: Richtig unterscheiden

Die Rechtsprechung hat in den letzten Jahren zahlreiche Indizien herausgearbeitet, die für eine gewerbliche Tätigkeit eines Anbieters sprechen:

- gleichartige Waren
- Neuwaren
- Gegenstände von hohem Wert bzw. keine Alltagsgegenstände
- Wiederholte Verkaufstätigkeit (zwischen 15 - 25 Verkäufen innerhalb eines Monats)
- Verkaufsaktionen erstrecken sich über einen längeren Zeitraum
- mehr als 25 Käuferbewertungen
- Auf eBay: Powersellerstatus
- Anbieter handelt auch „sonst“ gewerblich
- Veräußerung für Dritte

Grundsätzlich ist eine Gesamtabwägung sämtlicher Indizien notwendig, die für bzw. gegen eine Unternehmereigenschaft des Anbieters sprechen.

Daraus folgt: Bieten Sie

- über einen längeren Zeitraum
- wiederholt
- gleichartige Waren

in Ihrem eigenen Shop oder auf DaWanda, Etsy & Co an, sind Sie in der Regel ein gewerblicher Anbieter.

B. Exkurs: Anmeldung eines Gewerbes

Egal, ob Sie durch das Nähen „nur“ einen Zusatzverdienst zum Hauptberuf oder einen Nebenverdienst zum Studium erwirtschaften oder ihre Leidenschaft gar in Vollzeit-Selbstständigkeit ausüben möchten: Mit einem Kleingewerbe ist es möglich, ohne Startkapital ein eigenes Unternehmen zu gründen.

Als Kleinunternehmer werden solche Gewerbetreibende bezeichnet, die unter die Kleinunternehmerregelung des Umsatzsteuergesetzes fallen. Ihr Vorteil: Sie sind zwar rechtlich gesehen ein Unternehmer, jedoch kein Kaufmann, sodass zahlreiche Vorschriften des Handelsgesetzbuchs auf Sie keine Anwendung finden. Sie sind als Kleingewerbetreibender bspw. nicht zur doppelten Buchführung verpflichtet. Auch eine Anmeldung im Handelsregister ist nicht erforderlich.

Dennoch müssen Sie einige Behördengänge machen, um Ihr Gewerbe anzumelden. Bei folgenden Ämtern müssen Sie für die Anmeldung Ihres Gewerbes vorbeischauen:

- Gewerbeamt
- Finanzamt
- Berufsgenossenschaft
- IHK oder HWK

C. Impressumspflicht für Hobby-Näher?

Die Gefahr einer wettbewerbsrechtlichen Abmahnung wegen eines fehlenden oder nur unvollständigen Impressums ist besonders groß. Dabei ist es keine Kunst, ein rechtssicheres Impressum zu erstellen.

I. Wer benötigt ein Impressum?

Fast jede Webseite benötigt ein Impressum. Dies folgt aus dem Telemediengesetz (TMG) das in § 5 TMG besondere identitätsbezogene Ausweispflichten normiert. Wer konkret in die Pflicht genommen wird, regelt § 5 Abs. 1 TMG. Danach trifft die Impressumspflicht

- alle Diensteanbieter,
- die geschäftsmäßige, in der Regel gegen Entgelt angebotene elektronische Informations- und Kommunikationsdienste (Telemedien) bereithalten.

Daraus folgt: Hobby-Näher, die ihre Ware gegen Entgelt im eigenen Shop oder auf Marketplaces vertreiben, müssen auf den Shop-Seiten in aller Regel ein Impressum bereithalten. Dabei kommt es nicht darauf an, ob Sie (noch) privater Verkäufer oder (schon) gewerblicher Anbieter sind. Sie müssen in jedem Fall ein Impressum bereithalten.

Achtung: Die Impressumspflicht gilt auch für soziale Netzwerke wie Facebook und Instagram (dazu OLG Düsseldorf, Beschluss v. 13.8.2013, I-20 U 75/13). Gerade hier kann die Impressumspflicht schneller zuschlagen, als man glaubt. Denn „geschäftsmäßig" umfasst „jede nachhaltige Tätigkeit, egal ob mit oder ohne Gewinnerzielungsabsicht". Es kommt also nicht darauf an, ob die Seite von einem Unternehmen betrieben wird oder ob damit Gewinne erzielt werden. So können auch öffentlich einsehbare, aber private Facebook-Seiten, die regelmäßig eigene Warenangebote „teilen" und so sozialgeprägte und beruflich-motivierte Posts vermengen, geschäftsmäßig sein und damit der Impressumspflicht unterliegen.

II. Was muss im Impressum stehen?

§ 5 TMG nennt gleich einen ganze Reihe von Informationspflichten, die im Impressum umzusetzen sind: Zu den bereitzuhaltenden Informationen gehören unter anderem:

- der vollständige Name des Online-Händlers bzw. die vollständige Firmenbezeichnung inklusive Rechtsformzusatz
- die vollständige Anschrift des Online-Händlers (Straße, Hausnummer, Postleitzeitzahl und Ort)
- der Sitz der juristischer Personen (bei mehreren Niederlassungen sollte die Hauptniederlassung angegeben werden)
- die E-Mail-Adresse und Telefonnummer, ggf. die Faxnummer
- der/die Vertretungsberechtigte(n), vgl. dazu OLG München, Urteil v. 26.07.2001, 29 U 3265/01
- die zuständige Aufsichtsbehörde
- die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer oder eine Wirtschafts-Identifikationsnummer.

D. Widerrufsbelehrung

Hat ein Kunde einen Artikel im Internet bestellt, steht ihm grundsätzlich ein 14-tägiges Widerrufsrecht zu. Der Verkäufer ist dann verpflichtet, das bereits gezahlte Geld innerhalb von 14 Tagen zurückzuerstatten. Sinn und Zweck des Widerrufsrechts ist, die Nachteile des Online-Handels gegenüber dem stationären Handel auszugleichen. Dem Verbraucher soll ermöglicht werden, die von ihm bestellte Ware einer „Prüfung“ zu unterziehen, um dann zu entscheiden, ob er sie zurückgeben oder behalten möchte. Den Verkäufer trifft dabei die Pflicht, den Verbraucher über das Widerrufsrecht ausführlich zu informieren.

Auch eine unzureichende oder fehlende Widerrufsbelehrung gehört zu den Abmahnklassikern. Höchste Zeit also, den eigenen Shop dahingehend auf seine Rechtssicherheit zu überprüfen.

I. Wer muss über das Widerrufsrecht belehren?

Vorweg sei gesagt: Nur gewerbliche Anbieter müssen über das Widerrufsrecht belehren. Hobby-Näher, die ihre Artikel als private Verkäufer veräußern, unterliegen nicht der Pflicht zur Widerrufsbelehrung.

Konkret sieht das Gesetz die Pflicht zur Belehrung über das Widerrufsrecht bei sogenannten Fernabsatzverträgen vor. Zu diesen gehören nach § 312b Abs. 1 BGB Verträge über die Lieferung von Waren oder über die Erbringung von Dienstleistungen, die

- zwischen einem Unternehmer und
- einem Verbraucher
- unter ausschließlicher Verwendung von Fernkommunikationsmitteln

abgeschlossen werden.

„Fernkommunikationsmittel“ sind hierbei Kommunikationsmittel, die zur Anbahnung oder zum Abschluss eines Vertrags zwischen einem Verbraucher und einem Unternehmer ohne gleichzeitige körperliche Anwesenheit der Vertragsparteien eingesetzt werden können, wie etwa E-Mail, Telefon, Briefe, Kataloge und Faxe.

Daraus folgt: Bestellen Verbraucher in einem Online-Shop oder auf einem Marketplace Schönes aus Stoff, steht ihnen grundsätzlich das gesetzliche Widerrufsrecht gemäß § 355 BGB zu. Das Gesetz sieht jedoch zahlreiche Ausnahmen von der Gewährung eines gesetzlichen Widerrufsrechts vor. Eine für Hobby-Näher besonders relevante Regelung ist § 312g Abs. 2 Nr. 1 BGB. Danach besteht das Widerrufsrecht, soweit die Parteien nichts anderes vereinbart haben, nicht bei Verträgen zur Lieferung von Waren, die nicht vorgefertigt sind und für deren Herstellung eine individuelle Auswahl oder Bestimmung durch den Verbraucher maßgeblich ist oder die eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse des Verbrauchers zugeschnitten sind.

Achtung: Daraus folgt nicht, dass das Widerrufsrecht bei allen personalisierten Artikeln ausgeschlossen ist. Die personalisierte Ware muss für den Unternehmer nach der Anfertigung vielmehr insofern wirtschaftlich wertlos sein, als dass der Absatz wegen der Kundenspezifikation unmöglich wird oder nur

unter großen Schwierigkeiten mit erheblichen Preisnachlässen erfolgen kann. Das bedeutet auch: Kann die Kundenspezifikation mit verhältnismäßig geringem Aufwand rückgängig gemacht werden, kann das Widerrufsrecht nicht ausgeschlossen werden. Zudem muss der Kunde wissen oder erkennen können, dass er bei der Bestellung einen Prozess in Gang setzt, der eine Zuschneidung des Produkts nach seinen bestimmten Bedürfnissen oder Wünschen und mithin eine den Widerruf ausschließende Kundenspezifikation zur Folge hat.

II. Widerrufsbelehrung: Das muss rein!

Gewerbliche Anbieter von handgefertigten Artikeln müssen in der Widerrufsbelehrung über

- die Bedingungen,
- die Fristen,
- das Verfahren für die Ausübung des Widerrufsrechts
- und Namen und Anschrift des Unternehmens

belehren. Ob die Darstellung der Telefonnummer in der Widerrufsbelehrung zwingend ist, wird von der Rechtsprechung unterschiedlich beurteilt (OLG Hamm, Urteil v. 24.03.2015, 4 U 30/14; OLG Düsseldorf, Urteil v. 18.02.2016, 1-15 U 54/15). Händler, die auf Nummer sicher gehen wollen, **sollten die Telefonnummer aufgrund der unsicheren Rechtslage mit angeben**. Händler können zur Umsetzung ihrer Informationspflichten zudem die Muster-Widerrufsbelehrung verwenden. Diese findet sich in Anlage 1 zu Artikel 246a (1) Abs. 2 S. 2 EGBGB.

Darüber hinaus muss der Widerrufsbelehrung das Muster-Widerrufsformular beigefügt werden. Dieses soll dem Verbraucher die Möglichkeit geben, seinen Widerruf möglichst einfach mit Hilfe des bereitgestellten Formulars zu erklären.

E. Allgemeine Geschäftsbedingungen

AGB sind – allgemein gesagt - der rechtliche Rahmen für Verträge. Sie dienen der Vereinfachung von Vertragsschlüssen und der Abwicklung der Verträge. Im Gegensatz zu individuell ausgehandelten Verträgen handelt es sich bei AGB um vom Verwender vorformulierte Vertragsbedingungen, die für eine Mehrzahl von Verträgen (mindestens drei bis fünf Verwendungen) genutzt werden.

I. Braucht jeder Shop AGB?

Die Verwendung von AGB ist nicht gesetzlich vorgeschrieben. Grundsätzlich steht es daher jedem Händler frei, AGB zu benutzen oder nicht. Werden keine AGB verwendet, so gilt für die Rechtsbeziehungen zwischen den Parteien das Gesetz, im Regelfall das BGB.

Aber Achtung

Die Rechtsprechung hat in den letzten Jahren für Shop-Betreiber im B2C-Bereich allerdings quasi „durch die Hintertür“ eine AGB-Pflicht eingeführt. Rechtlicher Hintergrund dessen ist folgender: Das BGB und das Einführungsgesetz zum BGB (EGBGB) normieren für Vertragsschlüsse mit Verbrauchern im Fernabsatz bzw. im elektronischen Verkehr zahlreiche (vorvertragliche) Belehrungs- und Informationspflichten, denen man kaum sinnvollerweise ohne AGB nachkommen kann. Zu den Fernabsatzverträgen gehören nach § 312b Abs. 1 BGB Verträge über die Lieferung von Waren oder über die Erbringung von Dienstleistungen, die

- zwischen einem Unternehmer und
- einem Verbraucher
- unter ausschließlicher Verwendung von Fernkommunikationsmitteln

abgeschlossen werden.

„Fernkommunikationsmittel“ sind hierbei Kommunikationsmittel, die zur Anbahnung oder zum Abschluss eines Vertrags zwischen einem Verbraucher und einem Unternehmer ohne gleichzeitige körperliche Anwesenheit der Vertragsparteien eingesetzt werden können. Zu den Fernkommunikationsmitteln zählen unter anderem

- E-Mail
- Telefon
- Briefe
- Kataloge
- Faxe.

Shop-Betreiber, deren Waren- und Dienstleistungsangebot sich auch an Verbraucher richtet, sprich die im B2C-Bereich tätig sind, müssen demnach in aller Regel die Informationspflichten erfüllen. Zu den bereitzustellenden Informationen gehören:

- Informationen über die wesentlichen Eigenschaften der Waren oder Dienstleistungen in dem für das Kommunikationsmittel und für die Waren und Dienstleistungen angemessenen Umfang
- 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
- Informationen über das Zustandekommen des Vertrags
- Informationen darüber, ob der Vertragstext nach dem Vertragsschluss von dem Unternehmer gespeichert wird und ob er dem Kunden zugänglich ist
- Informationen darüber, wie er Eingabefehler vor Abgabe der Vertragserklärung erkennen und berichtigen kann
- Informationen über die für den Vertragsschluss zur Verfügung stehenden Sprachen.

Indirekt gibt es somit eine Pflicht, AGB zu verwenden, nämlich dann, wenn Waren (auch) an private Kunden verkauft werden.

II. Verwenden von AGB: So gehts!

AGB werden nur dann Vertragsbestandteil, wenn der Verwender die andere Vertragspartei

- bei Vertragsschluss
- ausdrücklich auf die AGB hinweist und
- der anderen Vertragspartei die Möglichkeit verschafft, von ihrem Inhalt Kenntnis zu nehmen.

Bei AGB ist zudem darauf zu achten, dass diese nicht nur „irgendwo“ im Shop platziert und erst nach einer längeren Recherche auffindbar sind. Ein versteckter Hinweis kann dazu führen, dass die AGB im Zweifel nicht einbezogen werden und dementsprechend die - für den Shop-Betreiber oft ungünstigeren - Regelungen des BGB gelten.

Zudem sollten zur Vermeidung von Unklarheiten nur solche Begriffe verwendet werden, die ein Durchschnittsverbraucher als Hinweis auf verwendete AGB erwarten darf, wie etwa „AGB“, „AGBs, „Unsere AGB(s)“, „Es gelten unsere AGB“ oder statt der Abkürzung „AGB“ auch Begriffe wie „Allgemeine Geschäftsbedingungen“ oder „Nutzungsbedingungen“.

Weitere zwingende Anforderungen sind:

- Die AGB müssen sinnvoll gegliedert und sprachlich und inhaltlich klar sein.
- Es dürfen keine Formulierungen verwendet werden, die nur ein Jurist versteht.
- Das Layout muss ein Mindestmaß an Übersichtlichkeit aufweisen.
- Das Lesen der AGB darf keine Lupe erfordern.

F. Empfehlung der IT-Recht Kanzlei

Sie haben keine Lust abgemahnt zu werden? Vertrauen auch Sie auf den Schutz der führenden Kanzlei in Sachen dauerhafter Online-Händler-Betreuung und profitieren Sie von der Qualität und langjährigen Expertise der IT-Recht Kanzlei:

Die IT-Recht Kanzlei bietet Händlern passende abmahnsichere Rechtstexte an. Diese Rechtstexte berücksichtigen die für den Online-Handel einschlägigen Regelungen wie etwa die EU-Verbraucherrechterichtlinie sowie die einschlägigen Vorschriften des BGB und des EGBGB.

Autor:
Dr. Bea Brünen
(freie jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)