

von Rechtsanwalt **Nicolai Amereller**

„Google Shopping“ und das Erfordernis von „Rückgabe- und Erstattungsrichtlinien“

Es mehren sich Berichte von Onlinehändlern, dass Google die Sperrung des „Merchant Center-Konto“ androht bzw. eine Sperrung sogar bereits erfolgt ist. Dies betrifft damit auch die Teilnahme an „Google Shopping“. Google bemängelt dabei meist angeblich fehlende „Rückgabe- und Erstattungsrichtlinien“.

Hintergrund

Google kontaktiert in letzter Zeit entsprechenden Händlerberichten nach anscheinend vermehrt Onlineshopbetreiber, die an Google Shopping teilnehmen und kritisiert dabei eine fehlende Darstellung von „Rückgabe- und Erstattungsrichtlinien“ im Shop.

Google kündigt dazu wohl auch an, diese Händler von der Teilnahme bei „Google Shopping“ auszuschließen bzw. deren Angebote nicht mehr dort zu listen. Zudem werden wohl auch Sperrungen des „Merchant Center-Konto“ angedroht, welches Voraussetzung für eine Teilnahme an „Google Shopping“ ist.

Im Normalfall besteht nur das gesetzliche Widerrufsrecht

Das gesetzliche Widerrufsrecht des Verbrauchers nach §§ 312g, 355 BGB ist für den Onlinehandel bereits Belastung genug und verursacht enorme Kosten.

Deswegen räumt auch nahezu kein Onlinehändler Kunden ein darüberhinausgehendes Recht zur Lösung vom Vertrag ein, etwa in Form eines vertraglichen Rückgaberechts. Vielmehr will das Gros der Händler nur den gesetzlichen Bestimmungen zum Widerrufsrecht des Verbrauchers im Fernabsatz genügen.

Google verlangt kein über das Widerrufsrecht hinausgehendes Recht

Nach dem Verständnis der IT-Recht Kanzlei stört sich Google auch keineswegs an diesem Umstand.

Google fordert von den Händlern nicht, dass diese Verbrauchern eine Rückgabe- bzw. Erstattungsmöglichkeit einräumen, die über das gesetzliche Widerrufsrecht hinausgeht.

Es geht vielmehr um eine Formsache.

Widerrufsbelehrung des Händlers genügt Google oft nicht

Selbstverständlich informieren nahezu alle Onlinehändler die Verbraucher auch entsprechend über das gesetzliche Widerrufsrecht.

Bei Mandanten, die die [professionellen Rechtstexte der IT-Recht Kanzlei](#) beziehen, erfolgt dies durch einen Hinweis in den AGB und durch die Darstellung einer Widerrufsbelehrung mit Muster-Widerrufsformular. Zudem werden diese Informationen dem Kunden vom Händler auch noch mindestens in Textform (z.B. per Email) übermittelt.

Damit kommen die Mandanten umfassend allen gesetzlichen Verpflichtungen bezüglich der Information über das Widerrufsrecht nach.

Google beanstandet nach den Berichten der Händler, dass diese den Verbraucher nicht noch zusätzlich mittels leicht auffindbarer „Rückgabe- und Erstattungsrichtlinien“ informiert.

Dazu verweist Google auf die Einhaltung der „Merchant Center-Richtlinien“, die [hier einsehbar sind](#):

Dort heißt es u.a.:

“

„Wenn Nutzer auf Ihrer Website einkaufen, müssen sie auf die Rückgabe- und Erstattungsrichtlinien zugreifen können. Achten Sie darauf, dass Ihre Rückgabe- und Erstattungsrichtlinien eindeutig und leicht zu finden sind. Auch wenn Sie keine Rückgaben oder Erstattungen anbieten, sollten Sie ausdrücklich auf Ihre Richtlinien hinweisen.

In Ihren Richtlinien muss die Abwicklung von Rückgaben und Erstattungen klar und deutlich erklärt werden. Hierzu gehören unter anderem folgende Punkte:

- Was der Nutzer tun muss
- Unter welchen Bedingungen Sie Rückgaben und Erstattungen anbieten
- Der Zeitraum, in dem Sie Rückgaben akzeptieren
- Wann der Nutzer mit einer Erstattung rechnen kann

”

Gefahrenpotential

Onlinehändlern kann nicht dazu geraten werden, auf ihren Seiten zusätzlich entsprechende Informationen unter einer Rubrik namens „Rückgabe- und Erstattungsrichtlinien“ bereit zu stellen.

Hierbei bestünde die Gefahr, dass diese Informationen den Eindruck erwecken können, der Verkäufer böte über das gesetzliche Widerrufsrecht hinaus auch noch ein freiwilliges Recht zur Loslösung vom Vertrag, etwa in Form eines Rückgaberechts, an.

Dies ist in aller Regel aber gar nicht der Fall. Zudem müsste das weitere Recht dann vom Verkäufer jeweils auch mit allen Bedingungen und Einzelheiten geregelt und der Kunde darüber informiert

werden, und nicht nur stichpunktartig, wie von Google angedacht.

Insbesondere war es bereits Gegenstand zahlreicher Abmahnungen, wenn Verkäufer den Kunden ohne weitere Unterscheidung zugleich über ein Widerrufsrecht und ein Rückgaberecht informiert haben.

Kompromiss denkbar

Es folgt nach Auffassung der IT-Recht Kanzlei aus den Google-Richtlinien auch nicht zwingend, dass die Informationen unter der Rubrik bzw. Überschrift „Rückgabe- und Erstattungsrichtlinien“ zu erfolgen haben.

Wenn Google fehlende Informationen bemängelt, könnte z.B. auf der Startseite oder der Versandkostenseite folgender – im Regelfall ungefährlicher – Hinweis eingefügt werden, sofern dem Verbraucher für die angebotenen Waren tatsächlich im Regelfall auch ein gesetzliches Widerrufsrecht zusteht:

“

"Verbraucher können Waren entsprechend der Bestimmungen des gesetzlichen Widerrufsrechts zurückgeben. Details und Einzelheiten finden Sie in der Widerrufsbelehrung."

”

Dabei sollte das Wort „Widerrufsbelehrung“ unterstrichen dargestellt werden und auf das Dokument der Widerrufsbelehrung verlinkt werden.

Fazit

Verkäufer sollten nicht wie von Google vorgeschlagen, eigene „Rückgabe- und Erstattungsrichtlinien“ schaffen, da hierbei ein erhebliches Abmahnrisiko besteht.

Dies gilt insbesondere dann, wenn der Händler gar kein über das gesetzliche Widerrufsrecht des Verbrauchers hinausgehendes Recht zur Lösung vom Vertrag anbieten will, was die Regel sein dürfte.

In der Regel lässt sich mit dem oben dargestellten Kompromiss eine abmahnsichere Lösung schaffen, die hoffentlich auch Google zufrieden stellen kann.

Allerdings ist trotzdem immer anhand der Gestaltung im Einzelfall zu beurteilen, ob ggf. ein abmahnbare Widerspruch besteht.

Autor:

RA Nicolai Amereller

Rechtsanwalt