von Rechtsanwalt **Nicolai Amereller**

Wie wird ein Onlineshop zum reinen B2B-Shop? Maßnahmenplan der IT-Recht Kanzlei

Viele Onlinehändler haben kein Interesse, Verträge mit Verbrauchern zu schließen. Dieser Umstand ist teilweise dem angebotenen Sortiment geschuldet, andererseits haben manche Händler auch keine Lust auf die Einhaltung der überbordenden Verbraucherschutzregeln. Doch wie wird ein Onlineshop überhaupt zu einem reinen B2B-Shop?

1. Ausnahmefall B2B – nur bei entsprechenden Maßnahmen wird ein Shop zum reinen B2B-Shop

Eine Beschränkung des Verkaufs ausschließlich an Unternehmer ist rechtlich unstrittig zulässig, schon aus Gründen der Vertragsfreiheit. Der Weg zu einem rechtssicheren B2B-Verkauf dagegen ist dagegen nicht ohne.

Grundsätzlich kann ein Verbraucher von einem frei zugänglichen Onlineshop ohne Zugangskontrollen und ohne klare Hinweise auf eine Beschränkung des Verkaufs nur an Unternehmer erwarten, dass auch er als Verbraucher einen Vertrag mit dem Anbieter schließen kann. Dementsprechend muss ein solcher Shop dann auch die die hohen Hürden verbraucherschützender Vorgaben erfüllen.

2. Maßnahmenplan für Gestaltung eines reinen B2B-Shops

Fragen wie „Wie werde ich zum B2B-Shop?“ und „Wie kann ich Verbraucher wirksam ausschließen?“ werden uns sehr häufig gestellt.

Eine innere Einstellung des Verkäufers, nur B2B verkaufen zu wollen, reicht für eine wirksame Beschränkung des Erwerberkreises klar nicht aus.

Wer als Shopanbieter daher das Privileg des reinen B2B-Verkaufs rechtssicher nutzen möchte, muss vielmehr entsprechende Maßnahmen umsetzen, damit sein Shop den Sonderstatus „reiner B2B-Shop“ erreicht.

Zunächst ist festzustellen, dass bloße Hinweise wie „wir verkaufen ausschließlich B2B“ / „Verkauf nur an Unternehmer“ / „kein Verkauf an Verbraucher“ keinesfalls als Maßnahme genügen, damit aus einem Onlineshop ein reiner B2B-Shop im rechtlichen Sinne wird.

Vielmehr sind weitere Maßnahmen erforderlich.

2.1 Erste Maßnahme: Deutlicher Hinweis auf Beschränkung des Kundenkreises auf jeder Shopseite

Zunächst muss eindeutig und leicht erkennbar auch die Beschränkung des Erwerberkreises hingewiesen werden. Dies ist für eine wirksame Beschränkung notwendige, aber nicht hinreichende Maßnahme.

Ein solcher Hinweis könnte etwa wie folgt lauten:

> *Unsere Angebote richten sich nur an Unternehmer, §14 BGB, also an natürliche oder juristische Personen oder rechtsfähige Personengesellschaften, die bei Abschluss eines Rechtsgeschäfts in Ausübung ihrer gewerblichen oder selbständigen beruflichen Tätigkeit handeln. Wir schließen keine Verträge mit Verbrauchern, § 13 BGB.*

Eine Kurzform des Hinweises könnte wie folgt lauten:

> *Unsere Angebote richten sich ausschließlich an Unternehmer. Wir schließen keine Verträge mit Verbrauchern.*

Der Hinweis muss leicht erkennbar sowie klar und verständlich dargestellt werden.

Es empfiehlt sich daher, einen solchen Hinweis prominent auf der Startseite des Onlineshops sowie im Header oder Footer jeder einzelnen Shopseite zu platzieren.

2.2 Zweite Maßnahme: Bestätigung der Unternehmereigenschaft im Checkout

Zur Sicherstellung der Kenntnisnahme des Bestellers von der Beschränkung des Erwerberkreises auf Unternehmer sollte der vorgenannte Hinweis auf der finalen Bestellseite des Checkouts wiederholt werden und mit einer Checkbox versehen werden, die für einen Abschluss der Bestellung bestätigt werden muss.

Dies könnte dann etwa wie folgt aussehen:

> "Unsere Angebote richten sich nur an Unternehmer, § 14 BGB, also an natürliche oder juristische Personen oder rechtsfähige Personengesellschaften, die bei Abschluss eines Rechtsgeschäfts in Ausübung ihrer gewerblichen oder selbständigen beruflichen Tätigkeit handeln. Wir schließen keine Verträge mit Verbrauchern, § 13 BGB.

> [ ] Hiermit bestätige ich, dass ich die Bestellung als Unternehmer im Sinne von § 14 BGB tätige."

Eine Kurzform des Hinweises könnte wie folgt lauten:

> „Unsere Angebote richten sich ausschließlich an Unternehmer, §14 BGB. Wir schließen keine Verträge mit Verbrauchern, § 13 BGB."
>
> [ ] Hiermit bestätige ich, dass ich die Bestellung als Unternehmer im Sinne von § 14 BGB tätige."

Damit bestätigt der Kunde nachweislich seine Kenntnis von der vom Anbieter gewollten Beschränkung des Erwerberkreises.

2.3 Dritte Maßnahme: Sicherstellung geeigneter Sicherungs- und Kontrollmaßnahmen

Über die vorgenannten Hinweispflichten hinaus ist der Händler gehalten, zudem noch Sicherungs- und Kontrollmechanismen in seinen Shop implementieren, die – zumindest im Regelfall – zum Ausfiltern von Verbraucherbestellungen taugen.

Dies kann etwa proaktiv durch eine Zugangskontrolle erfolgen, indem für das Betreten des Shops bzw. Nutzung des Bestellablaufs eine Legitimierung durch Übersendung geeigneter Dokumente (z.B. Gewerbenachweis, Handelsregisterauszug) erforderlich ist.

Natürlich dürfte in der Praxis eine solche Zugangskontrolle auf Interessenten ggf. abschreckend wirken.

Als Alternative bietet es sich daher an, im Rahmen des Bestellablaufs vom Besteller im Rahmen von Pflichtfeldern Daten abzufragen, über die nur Unternehmer verfügen (z.B. Angabe des Firmennamens, Angabe der USt-IDNr., Angabe der Handelsregisterdaten).

Nur wenn zumindest eines dieser Felder mit einer entsprechenden Angabe befüllt wurde, sollte eine Bestellung möglich sein.

In jedem Fall sollte der Händler dann - zumindest im Rahmen regelmäßiger Stichproben – noch Kontrollen durchführen, ob die angegeben Daten plausibel sind (z.B. anhand einer Internetrecherche) und ob die bestellten Waren auch zum angegebenen Unternehmen passen, um auszuschließen, dass ein Unternehmer für seinen privaten Bedarf Waren bestellt (da er dann insoweit als Verbraucher anzusehen wäre).

Werden die genannten Maßnahmen für einen wirksamen Ausschluss von Verbrauchern nicht umgesetzt, sollte die Präsenz auch nicht als reine B2B-Präsenz betrieben werden.

Für diesen Fall müssen vom Anbieter dann natürlich auch sämtliche rechtlichen Vorgaben, die für

Verkaufspräsenzen, welche auch an Verbraucher verkaufen gelten, unbedingt eingehalten werden (z.B. Vorhalten von AGB, die auch gegenüber Verbrauchern zulässig sind sowie von Widerrufsbelehrung und Muster-Widerrufsformular, Angabe von Bruttopreisen).

3. Keine Entwarnung durch BGH-Urteil

Auch wenn eine jüngere BGH-Entscheidung vielfach als „Entwarnung“ hinsichtlich der Anforderungen an einen reinen B2B-Shop interpretiert wird, sollten Händler, die einen reinen B2B-Verkauf betreiben möchten, nach wie vor die genannten Maßnahmen umsetzen, um den sichersten Weg zu gehen.

Die BGH-Entscheidung ist nach Ansicht der IT-Recht Kanzlei missverständlich und bezieht sich auf einen Sonderfall. Wir informieren dazu hier.

4. Auf Plattformen in aller Regel kein reines B2B-Geschäft möglich

Bezüglich des Anbietens auf Verkaufsplattformen (etwa Amazon.de oder eBay.de) gilt, dass dort in der Regel keine ausreichenden Kontroll- und Sicherungsmaßnamen zum Ausschluss von Verbraucherbestellungen technisch umsetzbar sind, ein rechtsicherer Verkauf rein B2B dort also meist nicht realisierbar ist.

Wer dort anbietet, bietet also immer (auch) B2C an, so dass sämtliche rechtlichen Voraussetzungen für den Verkauf an Verbraucher dort zu erfüllen sind.

Andernfalls besteht eine Abmahngefahr

Insbesondere wer nur „pro forma“ einen B2B-Shop betreibt, ohne Verbraucher wirksam auszuschließen, geht die Gefahr einer Abmahnung ein.

Werden dann z.B. nur Nettopreise angegeben oder nicht korrekt über das Widerrufsrecht des Verbrauchers informiert, liegen abmahnbare Wettbewerbsverstöße vor.

5. Spezielle B2B-Rechtstexte erforderlich

Will sich der Anbieter eines Onlineshops rein auf B2B-Verkäufe beschränken, muss dies zudem auch Niederschlag in den genutzten Rechtstexten finden.

Wer dann AGB nutzt, die bezüglich des Vertragspartners des Händlers sowohl auf Unternehmer als auch auf Verbraucher abstellen, weicht damit die Beschränkung auf B2B wieder auf. Ebenso macht eine Widerrufsbelehrung im reinen B2B-Bereich keinen Sinn.

Neben passenden B2B-AGB werden auch Impressum und Datenschutzerklärung benötigt.

Die IT-Recht Kanzlei bietet professionelle Rechtstexte für den Warenverkauf über einen reinen B2B-Onlineshop (Impressum, AGB, Datenschutzerklärung) zu mtl. 9,90 Euro an.

Autor:
RA Nicolai Amereller
Rechtsanwalt