

Online-Shops und Startups

Plattformen rechtssicher gründen und betreiben

Bearbeitet von
Von Niko Härting

2. Auflage 2019. Buch. 269 S. Softcover
ISBN 978 3 406 73460 1
Format (B x L): 14,1 x 22,4 cm
Gewicht: 395 g

[Recht > Handelsrecht, Wirtschaftsrecht > Telekommunikationsrecht, Postrecht, IT-Recht > IT-Recht, Internetrecht, Informationsrecht](#)

Zu [Inhalts-](#) und [Sachverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](#) ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Es bietet sich an, bereits vor Beginn der Nutzung der App ein Pop-Up-Fenster einblenden zu lassen, über das der Nutzer ausdrücklich der Datenverarbeitung zustimmen muss, die in der (verlinkten) Datenschutzerklärung näher erläutert wird.

App-Anbieter stehen oft im Verdacht, Daten über ihre Nutzer wahllos und ohne Zweckbindung zu erheben und zu verarbeiten. Um dem entgegenzuwirken, sollten zwei Prinzipien der DSGVO schon bei der Entwicklung und Programmierung der App beachtet werden: „**Privacy by design**“ bedeutet, dass bereits bei der Erstellung der App die datenschutzrechtlichen Bestimmungen beachtet werden müssen. Die App-Entwickler sollten daher bereits im Vorfeld „interne Strategien“, wie beispielsweise Maßnahmen zur frühestmöglichen Anonymisierung und Pseudonymisierung von Daten, festlegen. Beispiele und Leitfäden finden sich unter <https://www.enisa.europa.eu/publications/privacy-and-data-protection-by-design>.

„**Privacy by default**“ bedeutet, dass die App-Anbieter verpflichtet sind sicherzustellen, dass Apps mit **Voreinstellungen** ausgeliefert werden, die standardmäßig nur solche personenbezogenen Daten verarbeiten, die zwingend erforderlich sind.

5. Einwilligung bei Minderjährigen

Manche Apps richten sich vorrangig oder zumindest teilweise an Kinder und andere minderjährige Kunden. Die DSGVO sieht für den Umgang mit personenbezogenen Daten dieser Personengruppen besonders scharfe Regelungen vor. Nach Art. 8 DSGVO müssen die **Träger der elterlichen Verantwortung** für Kinder, die das 16. Lebensjahr noch nicht vollendet haben, die Einwilligung erklären. Dabei ist der Verantwortliche (App-Betreiber) dazu verpflichtet, die nötigen technischen Maßnahmen zu ergreifen, um sich zu vergewissern, dass die Einwilligung tatsächlich durch die Eltern erfolgt ist und nicht durch den Minderjährigen selbst.

Welche technischen Maßnahmen für die Wahrung der gesetzlichen Vorgaben am besten geeignet sind, muss **nach dem Einzelfall** bewertet werden. Von besonderer Bedeutung ist die Frage, welche **Art von Daten des Minderjährigen** betroffen ist. Je sensibler die Daten, desto aufwändiger muss das Prüfverfahren durch den Verantwortlichen ausgestaltet sein.

Eine Möglichkeit der Überprüfung ist der Einsatz eines Double-Opt-In-Verfahrens unter Verwendung der E-Mail-Adresse eines Elternteils. Denkbar ist auch das Verlangen eines von den Eltern unterschriebenen Dokuments, welches per E-Mail, Post oder durch Upload in der App bereitgestellt wird, oder die Einrichtung einer Hotline, über die die Einwilligung telefonisch oder per Videochat eingeholt werden kann.



VEGGI will sich dafür einsetzen, dass sich Kinder schon im frühen Alter über eine gesunde Ernährung informieren, und möchte eine App auf den Markt bringen, die Minigames rund um das Thema Garten beinhaltet. Die App soll durch einen Login den jeweiligen Fortschritt der Spieler speichern. Bei der Anmeldung werden Informationen über Alter und Geschlecht des Kindes abgefragt. Um den datenschutzrechtlichen Bestimmungen gerecht zu werden, muss VEGGI die App so gestalten, dass bei der Anmeldung die elterliche Einwilligung eingeholt wird. Dafür setzen sie ein Double-Opt-In-Verfahren ein, in dem die Eltern ihre Einwilligung erklären und ihre E-Mail-Adresse angeben müssen, um die Anmeldung erfolgreich abzuschließen.

IV. Der Vertrag mit dem Kunden

1. Übersicht über die Informationspflichten

Ein Online-Händler hat gegenüber seinem Kunden zahlreiche Informationspflichten zu erfüllen, die sich aus Art. 246a EGBGB ergeben.



Zu den Pflichtangaben zählen Informationen über:

1. die wesentlichen Eigenschaften der Waren oder Dienstleistungen,
2. die Identität des Händlers, zB Handelsnamen sowie die Anschrift des Ortes, an dem er niedergelassen ist, seine Telefonnummer und gegebenenfalls seine Telefaxnummer und E-Mail-Adresse sowie gegebenenfalls die Anschrift und die Identität des Unternehmers, in dessen Auftrag er handelt,
3. den Gesamtpreis der Waren oder Dienstleistungen einschließlich aller Steuern und Abgaben, oder in den Fällen, in denen der Preis auf Grund der Beschaffenheit der Waren oder Dienstleistungen vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden kann, die

Art der Preisberechnung sowie gegebenenfalls alle zusätzlichen Fracht-, Liefer- oder Versandkosten und alle sonstigen Kosten, oder in den Fällen, in denen diese Kosten vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden können, die Tatsache, dass solche zusätzlichen Kosten anfallen können,

- 4. im Falle eines unbefristeten Vertrags oder eines Abonnement-Vertrags den Gesamtpreis; wenn die Gesamtkosten vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden können, ist die Art der Preisberechnung anzugeben,*
- 5. die Kosten für den Einsatz des für den Vertragsabschluss genutzten Fernkommunikationsmittels, sofern dem Verbraucher Kosten berechnet werden, die über die Kosten für die bloße Nutzung des Fernkommunikationsmittels hinausgehen,*
- 6. 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,*
- 7. das Bestehen eines gesetzlichen Mängelhaftungsrechts für die Waren,*
- 8. gegebenenfalls das Bestehen und die Bedingungen von Kundendienst, Kundendienstleistungen und Garantien,*
- 9. gegebenenfalls bestehende einschlägige Verhaltenskodizes gemäß der EU-Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken*
- 10. gegebenenfalls die Laufzeit des Vertrags oder die Bedingungen der Kündigung unbefristeter Verträge oder sich automatisch verlängernder Verträge,*
- 11. gegebenenfalls die Mindestdauer der Verpflichtungen, die der Verbraucher mit dem Vertrag eingeht,*
- 12. gegebenenfalls die Tatsache, dass der Unternehmer vom Verbraucher die Stellung einer Kaution oder die Leistung anderer finanzieller Sicherheiten verlangen kann, sowie deren Bedingungen,*
- 13. gegebenenfalls die Funktionsweise digitaler Inhalte, einschließlich anwendbarer technischer Schutzmaßnahmen für solche Inhalte,*
- 14. gegebenenfalls, soweit wesentlich, Beschränkungen der Interoperabilität und der Kompatibilität digitaler Inhalte mit Hard- und*

Software, soweit diese Beschränkungen dem Unternehmer bekannt sind oder bekannt sein müssen.

Wenn dem Verbraucher ein Widerrufsrecht zusteht, muss er nach Art. 246 Abs. 3 EGBGB zusätzlich Informationen erhalten

- über die Tatsache, dass ihm ein Widerrufsrecht zusteht
- darüber, dass der Widerruf keiner Begründung bedarf
- über Namen und Anschrift desjenigen, dem gegenüber der Widerruf erklärt werden kann
- über Dauer, Beginn und fristwahrende Handlung für den Widerruf

2. Vorvertragliche Pflichtangaben

Generell wird zwischen vorvertraglichen und nachvertraglichen Informationspflichten unterschieden. Der Zeitpunkt der Informationspflichten entscheidet meist auch über die Form, in der die Informationen dem Verbraucher mitgeteilt werden müssen.



Alle Informationen aus Art. 246a EGBGB müssen dem Kunden sowohl vorvertraglich als auch nachvertraglich mitgeteilt werden.

Vorvertragliche Informationen sollen dem Verbraucher bei der Entscheidungsfindung helfen. So soll er, bevor er einen Vertrag schließt, über alle Umstände Bescheid wissen, die für den Vertragsschluss relevant sind. Die Information muss daher vor Vertragsschluss erfolgen. Diese Voraussetzung ist erfüllt, wenn der Verbraucher die Pflichtangaben einsehen kann, bevor er die Ware verbindlich bestellt.

Grundsätzlich können vorvertragliche Informationen dem Verbraucher ohne besondere Form erteilt werden.



Die vorvertraglichen Informationen müssen **klar und verständlich** sowie **mediengerecht** sein. Klar und verständlich sind die Pflichtangaben dann, wenn der Verbraucher sie leicht verstehen kann und sie in einer angemessenen graphischen Gestaltung und Schrift abgefasst sind.

Um die Informationen mediengerecht bereitzustellen, kann der Händler sie in den Bestellprozess einbauen. Hierbei empfehlen

sich Links, die die Pflichtangaben bereithalten. Zum einen kann der Kunde die Links zur Kenntnis nehmen, zum anderen bleibt die Website übersichtlich, da nicht alle Angaben auf einmal dargestellt werden. Natürlich müssen manche Informationen (wie etwa Preis oder Produktbeschreibung) direkt am Produkt angezeigt werden.

a) Produktbeschreibung (Spezialgesetze und die wichtigsten Beispiele)

Die Produkte im Online-Shop müssen eine bestimmte Kennzeichnung und Artikelbeschreibung aufweisen. Nach Art. 246a Abs. 1 Nr. 1 EGBGB muss der Unternehmer den Verbraucher über die wesentlichen Eigenschaften der Waren oder Dienstleistungen in angemessenem Umfang informieren. Es kommt stets auf die konkrete Ware bzw. Dienstleistung an. Notwendig ist eine Beschreibung, aus der der Verbraucher die für seine Entscheidung maßgeblichen Merkmale entnehmen kann. Dies ist bei Bekleidung beispielsweise die Größe, Farbe und das Material der Textilien.

Bei einigen Produkten kommen weitere Informationspflichten aus speziellen Vorschriften wie dem Textilkennzeichnungsgesetz oder der Lebensmittelkennzeichnungsverordnung in Betracht.

Die Pflichtangaben gehören in der Regel auf die Produktseite.

Tipp

Vorsicht bei der Verwendung von Bildern zusätzlich zur Produktbeschreibung. Verwenden Sie stets nur ein Abbild des zu verkaufenden Artikels und bedienen Sie sich nicht eines Bildes, das dem Originalprodukt lediglich ähnelt. Der Bundesgerichtshof entschied im Jahr 2011, dass ein Bild ebenso wie die textliche Beschreibung verbindlich sein kann, wenn der Kunde auf eine bestimmte Eigenschaft vertraut (BGH Ur. v. 12.1.2011 – VIII ZR 346/09).



aa) Lebensmittel

Seit Inkrafttreten der Lebensmittel-Informationsverordnung der EU (LMIV) gelten beim Online-Vertrieb von Lebensmitteln ähnlich hohe Auflagen wie im stationären Handel. Mit Ausnahme des Mindesthaltbarkeitsdatums und des Verbrauchsdatums sind die Informationen,

die auf der Produktverpackung anzugeben sind, auch für die Darstellung im Online-Shop verbindlich.

Es geht um den Schutz der Qualität von Lebensmitteln und Nahrungsergänzungsmitteln und um eine verbraucherfreundliche Darstellung der Inhaltsstoffe. Dies soll durch folgende Pflichtangaben nach Art. 9 iVm Art. 14 LMIV sichergestellt werden:

- die Bezeichnung des Lebensmittels;
- das Verzeichnis der Zutaten;
- Stoffe, die Allergien und Unverträglichkeiten auslösen können;
- die Menge bestimmter Zutaten oder Klassen von Zutaten;
- die Nettofüllmenge des Lebensmittels;
- gegebenenfalls besondere Anweisungen für die Aufbewahrung und/oder Anweisungen für die Verwendung;
- der Name oder die Firma und die Anschrift des Lebensmittelunternehmers;
- das Ursprungsland oder der Herkunftsort;
- eine Gebrauchsanleitung, falls es schwierig wäre, das Lebensmittel ohne eine solche angemessen zu verwenden;
- für Getränke mit einem Alkoholgehalt von mehr als 1,2 Volumenprozent die Angabe des vorhandenen Alkoholgehalts in Volumenprozent;
- eine Nährwertdeklaration.



Ein Lebensmittel muss mit seiner rechtlich vorgeschriebenen Bezeichnung bezeichnet werden. Fehlt eine solche, so wird das Lebensmittel mit seiner verkehrüblichen Bezeichnung oder, falls es keine verkehrübliche Bezeichnung gibt oder diese nicht verwendet wird, mit einer beschreibenden Bezeichnung bezeichnet, die unmissverständlich deutlich macht, um was es sich handelt. Für einige Lebensmittel, zB Schokolade, gibt es Vorgaben in speziellen Produktverordnungen. Weitere Bezeichnungen enthält das Deutsche Lebensmittelbuch (www.dlmbk.de).



Bei vorverpackten Lebensmitteln, die über das Internet verkauft werden, müssen alle Pflichtangaben mit Ausnahme des Mindesthaltbarkeitsdatums und des Verbrauchsdatums schon vor dem Abschluss des Kaufvertrags verfügbar sein. Auch wenn Sie das Produkt nur vertreiben und nicht selbst herstellen, müssen Sie als Online-Händler nach Art. 14 LMIV sämtliche Pflichtangaben in dem Shop zugänglich machen. Die Angaben müssen in deutscher Sprache erfolgen.



65g Bio Macadamia

Die Macadamia Nuss ist die Königin der Nüsse. Sie gilt als Delikatesse. Noch besser schmeckt sie nur in hochwertiger RITTER SPORT Bio-Vollmilchschokolade. Der hohe Anteil an Edelschokolade aus Ecuador und Peru sowie die knackig gerösteten Macadamia Nüsse machen jeden Bissen zum Festmahl. Wenn Sie auch majestätisch tafeln wollen, brauchen Sie nur hier in unserem WebShop zu klicken und die Krönung der RITTER SPORT Bio-Schokolade wird zu Ihnen gebracht.

Bitte die Mindestbestellmenge von 4 Stück je Bestellung beachten.

Kontrolliert durch DE-ÖKO-003

1,09 €
(100g - 1,68 €)

4,36 €
Preise inkl. gesetzl. MwSt zzgl. Versandkosten

IN DEN WARENKORB

DURCHSCHNITTLICHE NÄHRWERTANGABEN PRO 100G

Energie	2429 kJ / 584 kcal
Fett	41 g
davon gesättigte Fettsäuren	17 g
Kohlenhydrate	44 g
davon Zucker	43 g
Eiweiß	7,6 g
Salz	0,17 g
Nettofüllmenge	65g
Lagerhinweis	Vor Wärme und Feuchtigkeit schützen
Herstelleradresse	siehe Impressum



Vollmilchschokolade mit Macadamianuss-Stückchen (14%). Kakao: 35% mindestens im Schokoladenanteil.

ZUTATEN
Zucker*, Kakaobutter*, Macadamianüsse*, Kakao Masse*, Vollmilchpulver*, Magermilchpulver*, Butterreinfett*, Emulgator: Lecithine (Soja), Bourbon Vanille Extrakt*.

Kann Spuren von **Erdnüssen**, anderen **Schalenfrüchten**, **Gluten** und **Ei** enthalten.

(* aus ökologischer Landwirtschaft)

Bitte beachten Sie auch die Angaben auf der Verpackung.

Produktinformationen auf ritter-sport.de



Tipp

Neben den verpflichtenden Angaben gibt es Informationen über Lebensmittel, die viele Unternehmen freiwillig bereitstellen. Dies können Aussagen zur Qualität, Herstellung oder Hinweise auf bestimmte Auszeichnungen durch Prüfinstitute sein. Wichtig ist, dass die Informationen richtig sind und nicht irreführen.



VEGGI beschließt zur Steigerung seines Absatzes sein Soja-Schnitzel ohne vorherige Prüfung durch ein Institut mit dem Bio-Siegel der Europäischen Union zu kennzeichnen. Das geschwungene Blatt aus den 12 Sternen der EU-Flagge soll seit 2012 Lebensmittel kennzeichnen, die die höchsten gesetzlich gesicherten lebensmittelrechtlichen Standards erfüllen. Die Anforderungen des Siegels sind hoch. Die Lebensmittel dürfen höchstens 0,9 % gentechnisch verändertes Material enthalten und mindestens 95 % der Inhaltsstoffe müssen aus Öko-Anbau kommen. VEGGI's Soja-Schnitzel wird jedoch nur zu 80 % aus Öko-Anbau hergestellt. Die Kennzeichnung des Schnitzels mit dem Bio-Siegel stellt einen Wettbewerbsverstoß dar, der teuer werden kann. Zudem riskiert der Händler nach dem Gesetz über den Ökolandbau ein Bußgeld.

bb) Elektronik

Auch für Elektronik gelten spezialgesetzliche Vorschriften beim Vertrieb. Das Elektroggesetz setzt die europäischen Vorgaben rund um das Inverkehrbringen, die Rücknahme und die umweltverträgliche Entsorgung von Elektro- und Elektronikgeräten in deutsches Recht um.



Elektro- und Elektronikgeräte, die unter die besonderen Vorschriften fallen, sind Produkte, die zu ihrem ordnungsgemäßen Betrieb elektrische Ströme bzw. elektromagnetische Felder erzeugen, verbrauchen, übertragen oder messen und für Spannungen von max. 1000 V (Wechselstrom) bzw. 1500 V (Gleichstrom) ausgelegt sind.

Erstinverkehrbringer, vor allem Hersteller und Importeure, müssen sich zunächst bei der Gemeinsamen Stelle, Stiftung EAR, registrieren lassen, bevor sie Elektrogeräte in den Verkehr bringen.

Es ist verboten, Produkte von nicht registrierten Herstellern zu vertreiben. Bietet der Händler Produkte von nicht registrierten Her-