

Erfolgreicher Weinverkauf im Internet – aber rechtssicher!

Kleiner Ratgeber für Weingüter mit Onlineshop

1. Das Impressum

Rechtsgrundlagen: §§ 2, 6 Teledienstegesetz (TDG), § 312 c Bürgerliches Gesetzbuch (BGB), § 1 BGB-Informationspflichtenverordnung (BGB-InfoV)

1.1 Inhalt des Impressums

Als Online-Shop-Betreiber müssen Sie informieren über

1. den Namen und die vollständige Anschrift (kein Postfach!), bei juristischen Personen (GmbH, AG u.s.w.) ist zusätzlich der Vertretungsberechtigte zu nennen (z. B. Geschäftsführer oder Vorstand);
2. eine erreichbare eMail-Adresse;
3. die zuständige Aufsichtsbehörde: Je nach Bundesland das Ministerium für Landwirtschaft und Weinbau, das Regierungspräsidium usw.;
4. das Handelsregister, Vereinsregister, Partnerschaftsregister oder Genossenschaftsregister einschließlich der dazugehörigen Registernummer;
5. da Sie einer Berufsgruppe mit bestimmten Zulassungsvoraussetzungen und fachliche Voraussetzungen angehören:
 - a) die Kammer, welcher Sie angehören: Landwirtschaftskammer;
 - b) die gesetzliche Berufsbezeichnung und den Staat, in dem die Berufsbezeichnung verliehen worden ist;
 - c) die Bezeichnung der berufsrechtlichen Regelungen und dazu, wie diese zugänglich sind (Link zum Text oder Angabe der Fundstelle im Bundesgesetzblatt);

6. in Fällen, in denen sie eine Umsatzsteueridentifikationsnummer (Ust-ID) nach § 27a des Umsatzsteuergesetzes besitzen, die Angabe dieser Nummer.

Wenn Sie ins europäische Ausland liefern, benötigen Sie eine Ust-ID!

Anzugeben ist nicht die Steuernummer, sondern die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer. Diese ist eine Kennziffer für den mehrwertsteuerfreien Warenaustausch innerhalb der Europäischen Union (EU) und wird benötigt, wenn man EU-Auslandsgeschäfte. Die Nummer wird auf Antrag vom Finanzamt vergeben und ist nicht zu verwechseln mit der "normalen" Steuernummer, die auf Rechnungen anzugeben ist!

Gemäß der EU-Richtlinie (2001/115/EG) ist jeder, der Waren- oder Dienstleistungen erbringt, verpflichtet, mindestens die finanzamtsbezogene Steuernummer anzugeben. Diese Richtlinie ist aber noch nicht in bundesdeutsches Recht umgesetzt

1.2 Wo und wie einbauen?

Die genannten Informationen müssen nach § 6 Satz 1 TDG so platziert werden, dass sie für den Surfer "leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar" sind. Was bedeutet das? Das bedeutet, dass die Informationen nicht einfach in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen "versteckt" werden dürfen! Vielmehr sollten Sie ein detailliertes Impressum einrichten, das von jedem Punkt der Website aus per Link erreichbar sein sollte.

Beispiele:

*Weingut Mustermann
Inhaber: Otto Mustermann
Beispielstr. 5
12345 Beispielstadt
Telefon (01234) 1234567
Telefax (01234) 1234568
eMail: info@mustermann.de
USt.-ID-Nr.: DE 123456*

*Aufsichtsbehörde: Ministerium für Wirtschaft, Verkehr,
Landwirtschaft und Weinbau, Stiftsstr. 9, 55116 Mainz*

*Wir gehören der Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz, Burgenlandstr. 7. 55543 Bad
Kreuznach, an.*

Gesetzliche Grundlage unserer Tätigkeit: Weingesetz (WeinG).

Weingut Mustermann e.K.
Geschäftsführer: Otto Mustermann
Beispielstr. 5
12345 Beispielstadt
Telefon (01234) 1234567
Telefax (01234) 1234568

eMail: info@mustermann.de

Registergericht und Handelsregisternummer:
Amtsgericht Beispielstadt HRB 1234

USt-ID-Nr.: DE 123456

Aufsichtsbehörde: Ministerium für Wirtschaft, Verkehr,
Landwirtschaft und Weinbau, Stiftsstr. 9, 55116 Mainz

Wir gehören der Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz Burgenlandstr. 7. 55543 Bad
Kreuznach, an.

Gesetzliche Grundlage unserer Tätigkeit: Weingesetz (WeinG).

Weingut Mustermann GbR
Gesellschafter: Otto Mustermann, Heinrich Beispiel
Beispielstr. 5
12345 Beispielstadt
Telefon (01234) 1234567
Telefax (01234) 1234568
eMail: info@mustermann.de

USt-ID-Nr.: DE 123456

Aufsichtsbehörde: Ministerium für Wirtschaft, Verkehr,
Landwirtschaft und Weinbau, Stiftsstr. 9, 55116 Mainz.

Wir gehören der Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz, Burgenlandstr. 7. 55543 Bad
Kreuznach, an.

Gesetzliche Grundlage unserer Tätigkeit: Weingesetz (WeinG).

Weingut Manfred Mustermann GmbH

*Geschäftsführer: Otto Mustermann
Beispielstr. 5
12345 Beispielstadt
Telefon (01234) 1234567
Telefax (01234) 1234568
eMail: info@mustermann.de
Sitz: Beispielstadt
Registergericht und Handelsregisternummer:
Amtsgericht Beispielstadt HRB 1234*

USt-Id-Nr.: DE 123456789

*Aufsichtsbehörde: Ministerium für Wirtschaft, Verkehr,
Landwirtschaft und Weinbau, Stiftsstr. 9, 55116 Mainz.*

*Wir gehören der Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz, Burgenlandstr. 7. 55543 Bad
Kreuznach, an.*

Gesetzliche Grundlage unserer Tätigkeit: Weingesetz (WeinG).

- - - - -

*Winzergenossenschaft Mustermann e. G.
Geschäftsführendes Vorstandsmitglied: Walter Beispiel
Beispielstr. 5
12345 Beispielstadt
Telefon (01234) 1234567
Telefax (01234) 1234568
eMail: info@mustermann.de
Sitz: Beispielstadt
Registergericht und Genossenschaftsregisternummer:
Amtsgericht Beispielstadt GnR 18 Bs 1234*

USt-Id-Nr.: DE 123456789

*Aufsichtsbehörde: Ministerium für Wirtschaft, Verkehr,
Landwirtschaft und Weinbau, Stiftsstr. 9, 55116 Mainz.*

*Wir gehören der Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz, Burgenlandstr. 7. 55543 Bad
Kreuznach, an.*

Gesetzliche Grundlage unserer Tätigkeit: Weingesetz (WeinG).

2. Informationspflichten beim Fernabsatzkauf

Rechtsgrundlagen: §§ 312 b ff. Bürgerliches Gesetzbuch (BGB), §§ 1 ff. BGB-
Informationspflichtenverordnung (BGB-InfoV)

2.1 Für wen gelten die Vorschriften?

Onlineshop-Betreiber haben die Fernabsatzregelungen zu beachten, wenn drei Voraussetzungen erfüllt sind:

- Sie als Verkäufer sind Unternehmer,
- Ihr Käufer ist Verbraucher,
- der Vertrag kommt unter ausschließlicher Verwendung von Fernkommunikationsmitteln zustande.

Verbraucher ist jeder, der ein Rechtsgeschäft zu privaten Zwecken abschließt, § 13 BGB. Das Geschäft darf also weder gewerblichen Zwecken dienen, noch der selbständigen, beruflichen Tätigkeit des Käufers zuzurechnen sein. Beispiel: Jemand bestellt 10 Kartons Wein für seine eigenen Weinkeller.

Unternehmer ist dagegen jeder, der bei Abschluss eines Rechtsgeschäfts in Ausübung seiner gewerblichen oder selbständigen beruflichen Tätigkeit handelt, § 14 BGB. Entscheidend ist allein, dass die Tätigkeit von gewisser Dauerhaftigkeit und planmäßig angelegt ist. Es reicht daher auch eine nebenberufliche Tätigkeit aus und es kommt nicht darauf an, ob z.B. ein Gewerbe angemeldet ist. Beispiel: Jemand kauft 10 Kartons Wein für sein Restaurant.

Der Vertrag kommt immer dann mit Fernkommunikationsmitteln zustande, wenn sie zum Abschluss eines Vertrages eingesetzt werden, ohne dass sich die Vertragspartner einmal zu Gesicht bekommen, § 312 b Abs. 2 BGB. In Betracht kommen daher neben der Internetbestellung per eMail z. B. auch Bestellungen per Telefon, per Brief, Fax oder Katalog.

2.2. Für wen gelten die Vorschriften nicht?

Auch im Bereich business-to-consumer (b2c) gibt es Verträge, auf die nach § 312 b Abs. 3 BGB die Regelungen über den Fernabsatzkauf von vornherein nicht anzuwenden sind. Hierzu zählen u.a. Verträge über die Lieferung von Lebensmitteln oder sonstigen Haushaltsgegenständen des täglichen Bedarfs, über die Lieferung von Speisen und Getränken sowie Freizeitgestaltung, wenn sich der Unternehmer bei Vertragsschluss verpflichtet, die Dienstleistungen zu einem bestimmten Zeitpunkt oder innerhalb eines genau angegebenen Zeitraums zu erbringen.

Die Weinlieferungen im Onlineshop fallen nicht unter die Ausnahme des § 312 b Abs. 3 Nr. 5 BGB. Postsendungen sind von der Lieferung nicht umfasst, sondern regelmässige Lieferungen, die der Unternehmer selbst an den Kunden vornimmt.

2.3 Welche Informationspflichten sind genau zu beachten?

Zu unterscheiden sind Informationen, die Sie als Verkäufer

- vor der Bestellung des Kunden innerhalb Ihres Onlineshops mitzuteilen haben. Diese betreffen daher den Aufbau und die Gestaltung des Shops (vgl. unten a)
- die Sie spätestens bis zur Vertragserfüllung, also mit Lieferung der Ware, außerdem in Textform mitzuteilen haben. Diese betreffen daher die Bestellbestätigung, Auftragsbestätigung u.ä. (vgl. unten b). Einige der Informationen sind dabei besonders hervorzuheben, wenn sie in die Allgemeinen Geschäftsbedingungen aufgenommen werden (vgl. unten c).

a. Informationspflichten vor der Bestellung:

1. Identität des Unternehmers: Name, Firma, Rechtsform, Vertretungsberechtigter und ggf. das öffentliche Unternehmensregister, bei dem der Unternehmer eingetragen ist einschließlich der dazugehörigen Registernummer (z.B. Handels-, Genossenschafts- oder Partnerschaftsregister);
2. Ladungsfähige Anschriften (Land, Ort, Postleitzahl, Strasse), Telefon- und Faxnummer, eMailadresse des Unternehmers und ggf. von Vertretern und Dritten, mit denen der Verbraucher geschäftlich aufgrund des Internetgeschäfts zu tun hat (Postfachanschrift reicht nicht aus!);
3. wesentliche Merkmale der Ware: detaillierte und übersichtliche Beschreibung des Wein-Angebots, aus der heraus der Käufer seine Kaufentscheidung treffen kann: Geschmack, Rebe usw.
4. Zustandekommen des Vertrags: der Unternehmer muss die Handlung benennen, die nach seiner Ansicht zum Vertragsschluss führt. Der Vertrag kann z.B. durch die Auftragsbestätigung, die Bestätigung per eMail oder erst durch die Warenauslieferung zustande kommen.
5. einen Vorbehalt, eine in Qualität und Preis gleichwertige Leistung zu erbringen, und einen Vorbehalt, die versprochene Leistung im Fall ihrer Nichtverfügbarkeit nicht zu erbringen. ABER ACHTUNG: Einen Liefervorbehalt dürfen Sie nur in den Grenzen einer zulässigen AGB-Klausel nach § 308 Nr. 8 BGB vereinbaren!

6. Gesamtpreis der Ware oder Dienstleistung einschließlich aller Steuern und sonstiger Preisbestandteile oder Nebenkosten; anzugeben ist der sog. Endpreis i.S.d. § 1 Abs. 1 Nr. 1 PAngV; wenn kein genauer Preis angegeben werden kann, ist die Grundlage der Berechnung anzugeben, die dem Verbraucher eine Überprüfung des Preises ermöglicht.
7. ggf. zusätzlich anfallende Liefer- und Versandkosten; falls für den Verbraucher weitere Kosten anfallen, die der Unternehmer nicht in Rechnung stellt, ist ein Hinweis auf die weiteren Kosten erforderlich.
8. Zahlungs- und Lieferbedingungen: anzugeben ist, wann und wie die Zahlung erfolgen soll und wann und wie geliefert wird,
9. Bestehen oder Nichtbestehen des Widerruf- oder Rückgaberechts sowie die Bedingungen und alle Einzelheiten der Ausübung: bereits an dieser Stelle muss eine "komplette Belehrung" erfolgen einschließlich eines Hinweises auf etwaig anfallende Kosten des Rücktransportes für den Verbraucher. Die Anlagen zu § 14 BGB InfoV enthalten ein Muster zur Belehrung über das Widerrufsrecht (Anlage 2 zu § 14 BGB InfoV) und Rückgaberecht (Anlage 3 § 14 BGB InfoV), die Sie dazu verwenden können.
10. Alle spezifischen, zusätzlichen Kosten für die Benutzung des Fernkommunikationsmittels, wenn solche Kosten durch den Unternehmer abgerechnet werden: ggf. anfallende erhöhte Telefon- oder Internetkosten, die im Rahmen der Vertragsanbahnung anfallen, z.B. durch Mehrwert-Nummern,
11. Gültigkeitsdauer befristeter Angebote und Preise.

Die Informationen werden dem Kunden unter anderem über Links zu extra einzurichtenden Seiten, über die Allgemeinen Geschäftsbedingungen und im Laufe des Bestellvorgangs über die Gestaltung des Warenkorbes gegeben.

b. Informationspflichten nach der Bestellung bis zur Vertragserfüllung, also Lieferung der Ware:

Über die oben unter a. aufgelisteten Informationen ist in bestimmtem Umfang doppelt zu informieren, denn diese sind nach § 312 c Abs. 2 BGB und § 1 Abs. 4 BGB InfoV dem Kunden **a u ß e r d e m** in Textform zu liefern. Es reicht daher nicht, beispielsweise die Informationen über die Identität des Unternehmers oder die wesentlichen Merkmale der Ware lediglich auf der Website "zu verarbeiten". Sie müssen den Kunden darüber zusätzlich in Textform informieren. Denn: Der Kunde soll in die Lage versetzt werden, sich über den Vertragsinhalt zu vergewissern und darüber zu entscheiden, ob er von seinem Widerrufsrecht Gebrauch machen will oder nicht.

Diese Informationen sind in Textform zu übermitteln:

- Vertragsbestimmungen (= die Bestellung) einschließlich der Allgemeinen Geschäftsbedingungen.
- Alle Informationen gemäß § 1 Abs. 4 BGB InfoV (vgl. oben a.)
- Informationen über Kundendienst und geltende Gewährleistungs- und Garantiebedingungen: eine Pflicht zur detaillierten Info über die Sachmängelhaftung besteht nur, soweit der Vertrag von den gesetzlichen Vorschriften abweicht. Gelten die gesetzlichen Regelungen, reicht ein kurzer Hinweis darauf aus. Wenn Sie keinen Kundendienst haben oder keine Garantien geben wollen, können Sie die Angaben dazu einfach weglassen.

Was heißt Textform genau?

Die sog. Textform ist in § 126 b BGB geregelt. Danach muss die Information "in einer Urkunde oder auf andere zur dauerhaften Wiedergabe in Schriftzeichen geeignete Weise abgegeben" werden, "die Person des Erklärenden genannt und der Abschluss der Erklärung durch Nachbildung der Namensunterschrift oder anders erkennbar gemacht werden".

Entscheidend ist, dass die Vorschrift den Zugang beim Empfänger voraussetzt (dauerhafte Wiedergabe) und die bloße Möglichkeit der Abrufbarkeit beim Kunden damit nicht ausreicht! Zulässig ist daher die Übermittlung auf Papier, Diskette, CD-Rom, eMail oder Fax. Entscheidend ist, dass die Informationen so übermittelt werden, dass sie dauerhaft wiedergegeben und vom Unternehmer nicht mehr verändert werden können. Damit reicht eine ins Internet eingestellte Datei nur aus, wenn es tatsächlich zum Download der Informationen kommt. Das kann man als Onlineshop-Betreiber aber wohl kaum sicherstellen. Falsch ist es also, die erforderlichen Infos einfach in die Allgemeinen Geschäftsbedingungen zu übernehmen, die der Kunde über einen Link erreichen und einsehen kann. Das gilt selbst dann nicht, wenn in den AGB eine Download- oder Ausdruckmöglichkeit vorgesehen ist, denn es handelt sich eben nur um die Möglichkeit des Downloads/Ausdrucks!

Sie müssen die Informationen daher entweder elektronisch als Datei oder in Papierform zuschicken. Wenn Sie sie aber zusätzlich in Ihre AGB aufnehmen und auf die Rückseite Ihrer Lieferscheine oder Rechnungen drucken, ist die Textform in jedem Falle gewahrt.

Alternative: Verschicken Sie die Informationen mit der Auftragsbestätigung per eMail.

c. Hervorgehobene Informationen

Diese Infos müssen Sie aber besonders hervorheben (Fettdruck, andere Farbe usw.), wenn Sie sie wegen der Informationspflichten nach der Bestellung in Textform in Ihre AGB aufnehmen:

1. Ladungsfähige Anschriften (Land, Ort, Postleitzahl, Strasse), Telefon- und Faxnummer, eMailadresse des Unternehmers oder/und von Vertretern und Dritten, mit denen der Verbraucher wegen des Kaufs geschäftlich zu tun hat.
2. Bestehen oder Nichtbestehen des Widerrufs- oder Rückgaberechts sowie die Bedingungen, Einzelheiten der Ausübung und Rechtsfolgen einschließlich der Kosten des Rücktransports, die der Käufer ggf. zu tragen hat.
3. Bei Dauerschuldverhältnissen die vertraglichen Kündigungsbedingungen einschließlich etwaiger Vertragsstrafen.
4. Informationen über Kundendienst und geltende Gewährleistungs- und Garantiebedingungen

2.4 Das Widerrufs- oder Rückgaberecht des Kunden

Neben den Informationspflichten, die der Unternehmer nach §§ 312 b ff. BGB zu beachten hat, ist die weitere Folge dieser Vorschriften das Widerrufs- oder Rückgaberecht des Kunden. Rechtsgrundlagen sind die §§ 312 d, 355, 356 BGB.

Der Widerruf wird durch rechtzeitige **A b s e n d u n g** einer Widerrufserklärung an den Unternehmer gewahrt. Auf den Zeitpunkt des Zugangs der Erklärung beim Unternehmer kommt es daher nicht an. Der Widerruf muss keine Begründung enthalten und ist in Textform (z.B. eMail, Fax usw.) oder durch Rücksendung der Sache selbst zu erklären. Der Verbraucher kann innerhalb von zwei Wochen ohne Angabe von Gründen widerrufen. Die Frist verlängert sich auf einen Monat, wenn die Belehrung über das Widerrufsrecht erst nach Vertragsschluss erfolgt, § 355 Abs. 2 S. 2 BGB. Die Widerrufsfrist beginnt aber nur zu laufen, wenn zwei Voraussetzungen erfüllt sind: Erfüllung sämtlicher Informationspflichten durch den Unternehmer nach § 312 c Abs. 2 BGB einschließlich einer ordnungsgemäßen Belehrung über das Widerrufsrecht und Eingang der Ware beim Verbraucher.

Folgen des Widerrufs und der Rückgabe

Der Unternehmer muss den gesamten Kaufpreis erstatten. Hat der Kunde die Ware bestimmungsgemäss genutzt und entscheidet sich dann doch zum Widerruf, hat er Wertersatz zu leisten. Dann muss der Kunde aber spätestens bei Vertragsschluss in Textform auf diese Rechtsfolge und eine Möglichkeit hingewiesen worden sein, diese Rechtsfolge zu vermeiden. Die gesetzliche Widerrufsbelehrung nach Anlage 2 zu § 14 BGB Info-V ist entsprechend formuliert.

Die Kosten der Rücksendung der Ware nach dem Widerruf trägt grundsätzlich der Unternehmer. Bis 08.12.2004 war es Gesetzeslage, dass dem Verbraucher nur bei einem Bestellwert bis zu 40,00 Euro die regelmäßigen Kosten der Rücksendung vertraglich auferlegt werden durften. Nach § 357 Abs. 2 BGB neuer Fassung ist den Unternehmern jetzt das Recht eingeräumt, den Verbrauchern die Kosten des Rücktransportes auch dann aufzuerlegen, wenn der Warenwert über 40,00 EUR liegt. Voraussetzung ist aber, dass die Gegenleistung oder Teilzahlung (= Kaufpreiszahlung durch den Kunden) oder eine Teilzahlung zum Zeitpunkt des Widerrufs noch nicht erbracht wurde, d.h. der Käufer darf noch nicht (teil-) bezahlt haben. Außerdem muss der Verkäufer den Käufer zuvor über die Pflicht zur Kostentragung informiert und belehrt haben. Damit ist Ärger vorprogrammiert: Wann liegt eine Zahlung des Kunden vor? Zum Zeitpunkt der Überweisung durch den Kunden oder erst zum Zeitpunkt des Eingangs des Betrags auf dem Konto des Verkäufers?

Hinsendekosten: Nach neuerer Rechtsprechung haben Betreiber von Internetshops auch die Kosten der ursprünglichen Versandkosten der Ware zu erstatten, wenn Verbraucher von ihrem Widerrufsrecht Gebrauch machen.

Der Verbraucher muß die Ware nach Erklärung des Widerrufs zurücksenden, wenn die Ware per Paket versandt werden kann. Sonst reicht der Widerruf.

Ausschluss des Widerrufsrechts

§ 312 d Abs. 4 BGB regelt Fälle, in denen das Widerrufsrecht für den Verbraucher von vornherein ausgeschlossen ist:

- Lieferung von Waren, die nach speziellen Wünsche des Kunden gefertigt wurden: Waren, die wegen der Berücksichtigung der Kundenwünsche nicht mehr anderweitig oder nur mit Preisnachlass an andere Käufer verkauft werden können. Beispiel: T-Shirt mit dem Foto-Druck der Tochter

- Lieferung verderblicher Ware;
- Lieferung von Audio- oder Videoaufzeichnungen oder Software, wenn die Verpackung entsiegelt ist;
- Lieferung von Zeitungen und Zeitschriften;
- Wett- und Lotterie-Dienstleistungen;
- Versteigerungen nach § 156 BGB: Nicht zu den Versteigerungen im Sinne dieser Vorschrift gehören Onlineauktionen, so dass Käufer dort ein Widerrufsrecht haben!
- Lieferung von Waren und Finanzdienstleistungen mit schwankenden Preisen.

Sonderfall Rückgaberecht

Anstelle des Widerrufsrechts können Sie Ihrem Kunden ein Rückgaberecht nach § 356 BGB einräumen. Dies bedeutet allerdings eine Einschränkung des Verbraucherrechts, denn dann kann der Kunde sich nur durch Rücksendung der Ware selbst vom Vertrag lösen und nicht mehr durch Versenden einer Widerrufserklärung. Nachteil für den Verkäufer: Er trägt in jedem Falle die Kosten der Rücksendung und kann diese nicht dem Kunden auferlegen.

3. Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr

Rechtsgrundlagen: § 312 e Bürgerliches Gesetzbuch (BGB), § 3 BGB- Informationspflichtenverordnung (BGB-InfoV)

3.1 Für wen gelten die Vorschriften?

Die Pflichten sind sowohl im unternehmerischen Geschäftsverkehr, als auch beim Verkauf an Endkunden zu beachten! Gegenüber Geschäftskunden können jedoch abweichende Vereinbarungen getroffen werden.

3.2 Was sind die Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr?

Die Pflichten sind in § 312 e Abs. 1 BGB aufgelistet:

1. Der Unternehmer muss angemessene, wirksame und zugängliche technische Mittel zur Verfügung zu stellen, mit deren Hilfe der Kunde Eingabefehler vor Abgabe seiner Bestellung erkennen und berichtigen kann. Der Bestellvorgang muß also übersichtlich gestaltet sein und Möglichkeiten enthalten, die Bestellung zu ändern oder im Formular wieder zu löschen.
2. Der Unternehmer muss dem Kunden vor Abgabe der Bestellung die in § 3 BGB-InfoV genannten Informationen mitteilen, also
 - die einzelnen technischen Schritte, die zu einem Vertragsschluss führen: Der Unternehmer muss in laiengerechter Sprache über die Schritte informieren, die rechtlich zum Vertragsschluss führen.
 - ob der Vertragstext nach dem Vertragsschluss von Ihnen gespeichert wird und ob er dem Kunden zugänglich ist: Der Kunde muss bei Vertragsschluss die Möglichkeit haben, die Vertragsbedingungen abzurufen. Besteht diese Möglichkeit nach Abschicken der Bestellung nicht mehr, muss der Unternehmer den Kunden zuvor davon unterrichten, damit er sich darauf einrichten und den Vertragstext ggf. rechtzeitig aufrufen und abspeichern oder ausdrucken kann.
 - wie der Kunde mit den zur Verfügung gestellten technischen Mitteln Eingabefehler vor Abgabe der Bestellung erkennen und berichtigen kann: Da der Unternehmer technische Mittel zur Korrektur von Eingabefehlern zur Verfügung stellen muss, reicht an dieser Stelle ein Hinweis, dass alle Eingaben vor dem entgeltlichen Abschicken der Bestellung nochmals überprüft und ggf. korrigiert werden können.
 - die für den Vertragsschluss zur Verfügung stehenden Sprachen: Die für das Geschäft zugrunde zu legende Vertragssprache ergibt sich bereits aus dem Internetangebot, so dass ein ausdrücklicher Hinweis nicht erforderlich ist. Ist die Website in deutsch gehalten, ist auch die Vertragssprache deutsch. Ist das Internetangebot mehrsprachig gestaltet, müssen alle Informationen in diesen Sprachen zur Verfügung stehen. Vorsicht also bei der allzu leichtfertigen und vorschnellen Einfügung von Länderfahnen etc. zur Kennzeichnung eines mehrsprachigen Angebotes!
 - sämtliche einschlägigen Verhaltenskodizes, denen sich der Unternehmer unterwirft, sowie die Möglichkeit eines elektronischen Zugangs zu diesen Regelwerken: Verhaltenskodizes sind Regelwerke, denen sich der Unternehmer -meistens zu Werbezwecken- unabhängig vom Vertragsschluss

freiwillig unterwirft. Zu diesen Verhaltenskodizes zählt z.B. die Zertifizierung durch trusted shops. Sie müssen dann einen Link zu den Regeln der Zertifizierung setzen, damit der Kunde sich darüber informieren kann. Wenn es keinen derartigen Kodex gibt, müssen Sie auch nicht darüber informieren.

3. Der Unternehmer muss den Zugang der Bestellung dem Käufer unverzüglich auf elektronischem Wege bestätigen. Erforderlich ist eine eMail-Bestätigung, dass die Bestellung eingegangen ist. Formulieren Sie die eMail keinesfalls so, dass sie als Auftragsbestätigung ausgelegt werden kann. Schreiben Sie nur: „Danke, Ihre Bestellung ist eingegangen.“ Bei vielen Shop-Systemen wird diese Bestätigung automatisch nach der Bestellung angezeigt oder verschickt.
4. Der Unternehmer muss dem Kunden die Möglichkeit geben, die Vertragsbestimmungen einschließlich der Allgemeinen Geschäftsbedingungen bei Vertragsschluss abzurufen und in wiedergabefähiger Form zu speichern. Ihr Kunde muss vor dem Abschicken der Bestellung die Möglichkeit haben, den Text der AGB aufzurufen. Dies geschieht am besten durch einen Link, der sich vor dem Absenden-Button befindet. Geben Sie dem Kunden die Möglichkeit, sowohl die Bestellung als auch
5. die AGB auszudrucken und/oder abzuspeichern.

4. Die Preisauszeichnung

Rechtsgrundlagen: §§ 1, 2, 4 Preisangabenverordnung (PAngV), § 312 c Abs. 1 Bürgerliches Gesetzbuch (BGB), § 1 Abs. 1 Nr. 8 BGB-Informationspflichtenverordnung (BGB-InfoV)

4.1 Endpreis

Nach § 1 Abs. 1 Preisangabenverordnung (PAngV) sind bei Geschäften mit Verbrauchern die Preise als Endpreise, also einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile anzugeben. Wichtig ist, dass der Kunde seinen Preis nicht errechnen muss.

- Umsatzsteuer: Anzugeben ist der Bruttopreis. Nicht zulässig ist die Angabe des Nettopreises mit einem Hinweis "zzgl. MwSt".

- Sonstige Preisbestandteile: Das sind alle Kosten, die zusätzlich für den Kunden anfallen und die er an den Verkäufer zu bezahlen hat (z.B. Verpackungskosten).

4.2 Grundpreis

Mit der Änderung der PAngV zum 01.01.2003 wurde in § 2 PAngV der sog. "Grundpreis" eingeführt für Waren, die in Fertigpackungen, offenen Packungen oder als Verkaufseinheiten ohne Umhüllung nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche angeboten werden. Wein ist zu diesen Waren zu zählen.

Neben dem Endpreis ist auch der Preis pro Mengeneinheit einschließlich Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile in unmittelbarer Nähe des Endpreises anzugeben.

Die zulässigen Mengeneinheiten sind in § 2 Abs. 3 PAngV genannt: z.B. 1 Kilogramm, 1 Liter, 1 Quadratmeter.

Wer Wein verkauft, muss also als Endpreis den Bruttopreis pro Flasche und als Grundpreis den Bruttopreis pro 1 Liter angeben.

4.3 Hinweis auf Mehrwertsteuer und Versandkosten

Nach § 1 Abs. 2 PAngV ist beim Fernabsatzkauf zusätzlich ein ausdrücklicher Hinweis aufzunehmen,

- dass die für Waren oder Leistungen geforderten Preise die Umsatzsteuer und sonstige Preisbestandteile enthalten und
- ob zusätzlich Liefer- und Versandkosten anfallen.

Diese Hinweise sind in unmittelbarer Nähe des Preises/der Artikel zu platzieren, § 4 Abs. 4 PAngV. Neben dem Preis muss sich daher bei jedem Artikel der Hinweis "inkl. Mehrwertsteuer" befinden. Wenn Sie Versandkosten berechnen, ist der Hinweis so zu formulieren: "inkl. Mehrwertsteuer und zuzüglich 3,00 EUR Versandkosten". Sind die Versandkosten von der Menge der bestellten Ware abhängig, sollten Sie "Versandkosten" auf eine entsprechende Datei verlinken, in der die Kosten der jeweiligen Warenmenge dargestellt sind.

Beispiel:



Wein XY 2005

Beschreibung: Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make

Rebsorte: xy

Alkoholgehalt: 15,00 Vol. %

9,90 EUR/0,75 L

inkl. gesetzl. MwSt. zzgl.

Versandkosten

(Preis entspricht 13,20 EUR/L)

5. Der Jugendschutz

Rechtsgrundlagen: § 1, 9 Jugendschutzgesetz (JuSchG)

4.1 Grundsatz

Nach § 9 Abs. 1 Jugendschutzgesetz (JuSchG) dürfen in Gaststätten, Verkaufsstellen oder sonst in der Öffentlichkeit 1. Branntwein, branntweinhaltige Getränke oder Lebensmittel, die Branntwein in nicht nur geringfügiger Menge enthalten, an Kinder und Jugendliche, 2. andere alkoholische Getränke an Kinder und Jugendliche unter 16 Jahren weder abgegeben noch darf ihnen der Verzehr gestattet werden.

„Andere alkoholische Getränke“ sind zum Beispiel Wein, Sekt oder Bier. Onlineshops zählen zu den „Verkaufsstellen“ oder „sonst in der Öffentlichkeit“, so dass Weingüter mit Onlineshops im Internet sicherstellen müssen, dass Wein oder Sekt nicht an Kinder oder Jugendliche unter 16 Jahren verkauft wird.

Nach § 1 Abs. 4 ist Versandhandel im Sinne des JuSchG jedes entgeltliche Geschäft, das im Wege der Bestellung und Übersendung einer Ware durch Postversand oder elektronischen Versand ohne persönlichen Kontakt zwischen Lieferant und Besteller oder

ohne dass durch technische oder sonstige Vorkehrungen sichergestellt ist, dass kein Versand an Kinder und Jugendliche erfolgt, vollzogen wird.

Nach § 2 JuSchG trifft Sie als Gewerbetreibender eine Prüfungs- und Nachweispflicht, was das Alter Ihrer Kunden angeht.

4.2 Praktische Umsetzung: Die Alterverifikation

Sie müssen sicherstellen, dass Ihre Ware nur an Erwachsene bzw. Jugendliche ab 16 Jahre abgegeben wird. Nicht ausreichend ist es,

- in den AGB zu vereinbaren, dass der Kunde mit der Bestellung seine Volljährigkeit versichert,
- die Angabe der Personalausweisnummer bei der Bestellung zu verlangen oder sich eine Kopie des Ausweises zufaxen zu lassen,
- nur Kreditkartenbestellungen entgegen zu nehmen.

Nur über eine sog. face-to-face – Kontrolle könne Sie sicherstellen, dass Sie keine Ware an Kinder und Jugendliche abgeben. Praktische Möglichkeiten der Durchführung bieten

- die Post mit dem Post-Ident-Verfahren (problematisch),
- UPS: Adult Signature Required (Zusatzgebühr: 2,60 EUR).