**THEMA**

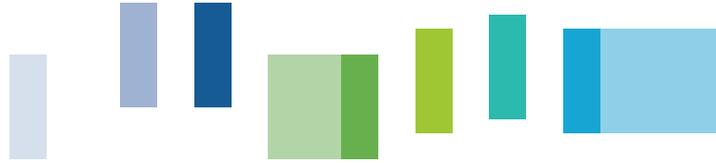
# Online-Shop

*Impressum, Datenschutzerklärung und Kundeninformationen sind Pflichtbestandteile eines Online-Shops. Online-Shop-Betreiber stehen daher einer Vielzahl rechtlicher Anforderungen gegenüber: Ob Impressum, Widerrufsbelehrung, Preisangaben oder „Buttonlösung“ – schon bei kleinen Rechtsverstößen drohen hohe Abmahnkosten. Hinzu kommt eine Vielzahl an Rechtsprechung zu diesem Thema, aus der sich wiederum neue Anforderungen ergeben können.*

*Das folgende Merkblatt versucht, einen Überblick über die Rechtsvorschriften zu geben, die beim Betreiben eines Online-Shops zu beachten sind. Das Merkblatt ist ein Serviceangebot der IHK Berlin. Es enthält erste rechtliche Hinweise und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit und Richtigkeit.*

## Inhaltsverzeichnis

1. **Impressum (Anbieterkennzeichnung)**
2. **Datenschutzerklärung**
3. **Kundeninformationen**
  - 3.1. **Allgemeine Pflichten**
  - 3.2. **Informationspflichten**
  - 3.3. **Weitere Informationspflichten bei Beteiligung eines Verbrauchers**
    - 3.3.1. **Zahlungsinformation**
    - 3.3.2. **Lieferinformation**
    - 3.3.3. **Produktbeschreibung**
    - 3.3.4. **Serviceangebote/ Kontakt**
    - 3.3.5. **Informationspflichten nach Vertragsschluss**
4. **Gestaltung der Bestellsituation**
5. **Allgemeine Geschäftsbedingungen**
6. **Widerrufsrecht von Verbrauchern**
7. **Suchmaschinenoptimierung (Search Engine Optimization – SEO)**
8. **Double Opt-In: Was ist das?**
9. **Liefergebiet - Die Geoblocking-Verordnung**



## 1. Impressum (Anbieterkennzeichnung)

Ein Impressum ist für Online-Shop-Betreiber Pflicht. Bei der Erstellung müssen Sie darauf achten, dass Ihr Impressum den Anforderungen des Telemediengesetzes (TMG) entspricht. Es muss alle dort (in § 5) aufgezählten Pflichtangaben enthalten und ständig verfügbar sein. Hintergrund der Impressumspflicht ist, dass die Kunden sich jederzeit umfassend über den Betreiber des Online-Shops informieren können müssen. Zu beachten ist, dass das Impressum von jeder Seite des Online-Auftritts mittels eines entsprechenden Links abgerufen werden kann. Fehlende oder fehlerhafte Angaben können als Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht (UWG) abgemahnt werden. Nähere Informationen finden Sie in unserem

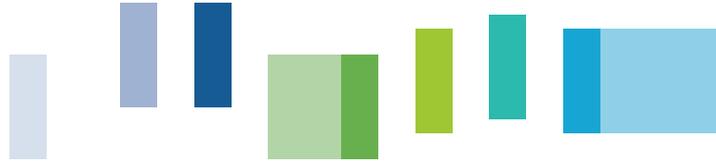
Merkblatt „Anbieterkennzeichnung“ (Dokumentnummer: 80379).

## 2. Datenschutzerklärung

Bei der Erhebung von Kundendaten sind datenschutzrechtliche Bestimmungen zu beachten. Grundsätzlich dürfen personenbezogene Daten nur dann erhoben oder verwendet werden, wenn es dafür eine gesetzliche Grundlage gibt oder der Betroffene eingewilligt hat. Kundendaten dürfen nach der gesetzlichen Grundlage in § 28 Abs. 1 Nr. 1 Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) dann erhoben und verwendet werden, wenn dies für die Vertragserfüllung notwendig ist. Hier hat der Online-Shop Betreiber den Kunden lediglich zu Beginn des Nutzungsvorgangs über die Art, den Umfang und den Zweck die Datenerhebung und -verwendung zu unterrichten (§ 13 Abs. 1 TMG). Diese Unterrichtung muss jederzeit abrufbar sein. Dies erfolgt idealerweise über einen Link zu einer „Datenschutzerklärung“, der auf jeder der Internetseiten des Online-Shops abrufbar ist. (Eine Unterbringung in den AGB ist unzulässig.)

Möchten Sie Kundendaten erheben oder verarbeiten, die für die Vertragserfüllung nicht zwingend erforderlich sind, benötigen Sie hierfür eine ausdrückliche Einwilligung des Kunden. Es empfiehlt sich, diese einzuholen, wenn Sie dem Kunden beispielsweise regelmäßig Werbung oder einen Newsletter per E-Mail zusenden möchten. Soll diese Einwilligung des Kunden in elektronischer Form eingeholt werden, muss der Online-Shop-Betreiber sicherstellen, dass

- dem Kunden seine Einwilligung bewusst ist und er sie eindeutig erteilt hat,
- die Einwilligung protokolliert ist,
- der Inhalt jederzeit abrufbar ist und
- die Einwilligung jederzeit widerrufbar ist und der Kunde darauf hingewiesen wird.



Üblicherweise erteilt der Kunde seine Einwilligung durch Setzen eines Häkchens in ein freies Kästchen, neben dem Art und Umfang der Einwilligung genau beschrieben sind, bevor er seinen Bestellvorgang abschließt.

### 3. Kundeninformationen

Den Online-Shop-Betreiber treffen zahlreiche Informationspflichten, über die dieses Merkblatt einen kurzen Überblick schaffen soll.

#### 3.1. Allgemeine Pflichten

Die allgemeinen Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr sind in § 312i BGB geregelt. Danach hat der Unternehmer dem Kunden

- angemessene, wirksame und zugängliche technische Mittel zur Verfügung zu stellen, mit deren Hilfe der Kunde Eingabefehler vor Abgabe seiner Bestellung erkennen und berichtigen kann,
- die unter Nummer 3.2 bestimmten Informationen rechtzeitig vor Abgabe von dessen Bestellung klar und verständlich mitzuteilen,
- den Zugang von dessen Bestellung unverzüglich auf elektronischem Wege zu bestätigen und
- die Möglichkeit zu schaffen, die Vertragsbestimmungen einschließlich der Allgemeinen Geschäftsbedingungen bei Vertragsschluss abzurufen und in wiedergabefähiger Form zu speichern.

#### 3.2. Informationspflichten

Der Online-Shop-Betreiber hat den Kunden gemäß Art. 246c EGBGB vor Abgabe der Bestellung durch den Kunden über folgende Dinge klar und verständlich zu unterrichten:

- über die einzelnen technischen Schritte, die zu einem Vertragsabschluss führen,
- darüber ob der Vertragstext nach dem Vertragsschluss von dem Unternehmer gespeichert wird und ob dieser dem Kunden auch zugänglich ist,
- über die Korrekturmöglichkeiten bei der Bestellung (dafür sind dem Kunden angemessene, wirksame und zugängliche technische Mittel zur Verfügung zu stellen, mit deren Hilfe Eingabefehler vor Abgabe der Bestellung erkannt und berichtigt werden können),
- über die für den Vertragsschluss zur Verfügung stehenden Sprachen und

über sämtliche einschlägigen Verhaltenskodizes, denen sich der Online-Shop-Betreiber unterwirft, sowie darüber, wo der Kunde diese auf elektronischem Wege abrufen kann.

### 3.3. Weitere Informationspflichten bei Beteiligung eines Verbrauchers

Seit dem 09.01.2016 müssen Online-Händler Verbraucher über die Möglichkeit zur außergerichtlichen Beilegung von Streitigkeiten informieren und einen Link zur Online-Schlichtungs-Plattform (OS-Plattform) der EU einstellen: <http://ec.europa.eu/consumers/odr/>. Nähere Informationen finden Sie hier auf unserer Internetseite (Dokumentnummer: 3106584).

Außerdem hat der Online-Shop-Betreiber dem Verbraucher spätestens bei Beginn des Bestellvorgangs klar und deutlich anzugeben, ob Lieferbeschränkungen bestehen und welche Zahlungsmittel akzeptiert werden. Zudem sind dem Verbraucher gemäß Art. 246b EGBGB folgende Informationen zur Verfügung zu stellen unmittelbar bevor dieser seine Bestellung abgibt:

- die wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung in dem für das Kommunikationsmittel und für die Waren und Dienstleistungen angemessenen Umfang,
- seine Identität, beispielsweise seinen 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,
- die Geschäftsanschrift des Unternehmers und gegebenenfalls die Anschrift des Unternehmers, in dessen Auftrag er handelt, an die sich der Verbraucher mit jeder Beschwerde wenden kann, falls diese Anschrift von seiner Anschrift abweicht
- der Gesamtpreis der Ware oder Dienstleistung einschließlich aller Steuern und Abgaben, oder in den Fällen, in denen der Preis aufgrund der Beschaffenheit der Waren oder Dienstleistungen vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden kann, die Art der Preisberechnung sowie gegebenenfalls 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,
- im Falle eines unbefristeten Vertrages oder eines Abonnement-Vertrages den Gesamtpreis,
- die Kosten für den Einsatz des für den Vertragsschluss genutzten,
- Fernkommunikationsmittels, sofern dem Verbraucher Kosten berechnet werden, die über die Nutzung des Fernkommunikationsmittels hinausgehen,
- 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,
- das Widerrufsrecht einschließlich Bedingungen, Fristen, und das Verfahren mit Muster-Widerrufsformular,
- Für den Fall, dass kein Widerrufsrecht besteht, eine Belehrung, wonach Verbraucher seine Willenserklärung nicht widerrufen kann,

- Ggf. Belehrung, dass der Verbraucher im Falle des Widerrufs die Kosten für die Rücksendung der Ware zu tragen hat,
- ggf. das Bestehen und die Bedingungen von Kundendienst, Kundendienstleistungen und Garantien,
- ggf. die Laufzeit des Vertrages oder die Bedingungen der Kündigung unbefristeter Verträge oder sich automatisch verlängernder Verträge,
- ggf. die Mindestdauer der Verpflichtungen, die der Verbraucher mit dem Vertrag eingeht,
- ggf. die Tatsache, dass der Unternehmer vom Verbraucher die Stellung einer Kautions- und die Leistung anderer finanzieller Sicherheit verlangen kann, sowie deren Bedingungen,
- ggf. die Funktionsweise digitaler Inhalte, einschließlich anwendbarer technischer Schutzmaßnahmen für solche Inhalte,
- ggf., 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, und
- ggf., dass der Verbraucher ein außergerichtliches Beschwerde- und Rechtsbehelfsverfahren, dem der Unternehmer unterworfen ist, nutzen kann, und dessen Zugangsvoraussetzungen.

**Diese Informationen müssen klar und verständlich in hervorgehobener Weise und bei üblicher Bildschirmauflösung zu sehen sein, ohne dass der Verbraucher nach oben oder unten scrollen muss. Aufgrund der Vielzahl der anzugebenden Informationen sollen einige Informationspflichten kurz näher erläutert werden.**

### **3.3.1. Zahlungsinformation**

**Spätestens bei Beginn des Bestellvorgangs sind die Zahlungsinformationen anzugeben. Sie dienen dazu, dem Kunden alle Zahlungswege aufzuzeigen, die der Online-Shop-Betreiber akzeptiert. Sollte eine Zahlung per Bankeinzug oder Kreditkarte vorgenommen werden, so ist der Kunde auch über den Zahlungszeitpunkt zu informieren. Ferner ist über zusätzlich anfallende Kosten zu informieren. Zu empfehlen ist ein Hinweis unmittelbar im Warenkorb. Der Online-Shop-Betreiber hat jedoch die Pflicht seinem Kunden mindestens eine kostenlose Zahlungsmöglichkeit anzubieten (vgl. § 321a Abs.4 BGB). Eine entgeltliche Nutzung bestimmter Zahlungsmittel gegenüber einem Verbraucher ist nur wirksam, wenn**

- für den Verbraucher eine gängige und zumutbare unentgeltliche Zahlungsmöglichkeit besteht oder
- das vereinbarte Entgelt nicht über die Kosten hinausgeht, die auch der Unternehmer für die Nutzung zahlen würde.



### 3.3.2. Lieferinformation

Es ist wichtig, korrekte Angaben zu den Lieferzeiten zu machen. Unzutreffende Angaben über die Lieferbarkeit und Verfügbarkeit von Waren führen immer wieder zu Abmahnungen. Erfolgen keine Hinweise zu den Lieferzeiten und der Verfügbarkeit, so darf der Kunde davon ausgehen, dass das bestellte Produkt sofort lieferbar ist. Der Kunde kann in diesem Fall mit der Regellieferzeit innerhalb eines Zeitraums von 2 – 5 Tagen rechnen. Dies gilt unabhängig davon, ob der Online-Shop-Betreiber die Ware selbst vorrätig hat oder sie nur bei einem Dritten abrufen kann.

Lieferung dauert länger als angegeben	Abmahnbar
Keine Angabe von Lieferzeiten, Lieferung dauert länger als Regellieferzeit	Abmahnbar
Hinweis auf verlängerte Lieferzeit, Ware wird aber sofort geliefert	Nicht abmahnbar

**Achtung:** Abgemahnt werden kann auch, wenn unwirksame Lieferbedingungen in den AGB verwendet werden. Ein Verstoß gegen § 308 Nr. 1 BGB liegt vor, wenn die Lieferung in das Belieben des Online-Shop-Betreibers gestellt wird, so dass der Verbraucher die Lieferfrist nicht selbst erkennen und berechnen kann. Folgende Angaben in AGB sind daher unwirksam und abmahnbar:

- Lieferangaben mit dem Zusatz: „in der Regel“ oder „ca.“ ohne die Angabe einer Höchstdauer für die Lieferzeit,
- Regelung, dass bei einem Kauf von mehreren Produkten, die Lieferung erst dann erfolgt, wenn alle Produkte lieferbar sind.

In der Lieferinformation ist das Liefergebiet anzugeben. Die Preisangabenverordnung fordert zudem, dass Liefer- und Versandkosten für alle Gebiete angegeben werden, in die geliefert wird. Auch bei Auslandslieferungen gilt nichts anderes. Eine Angabe „Versandkosten auf Anfrage“ reicht nicht aus und kann abgemahnt werden. Gibt der Online-Shop-Betreiber keine Versandkosten an, so läuft er ebenfalls Gefahr abgemahnt zu werden.

### 3.3.3. Produktbeschreibung

Eine ausführliche Produktbeschreibung spielt im Online-Shop eine große Rolle. In eine

Produktbeschreibung gehören die wesentlichen Merkmale der Ware rein. Hierbei stellen Fotos/ Bilder ebenfalls verbindliche Produktbeschreibungen dar. Entscheiden bei Fotos/ Bildern ist es, dass nur das abgebildet wird, was auch wirklich verkauft wird. Wird z. B. ein Produkt mit Zubehör auf dem Foto abgebildet, gehört dieses Zubehör aber nicht zum Lieferumfang, so ist dies eine unzulässige Irreführung für den Kunden, die abgemahnt werden oder zu Schadensersatz verpflichten kann.

#### 3.3.4. Serviceangebote/ Kontakt

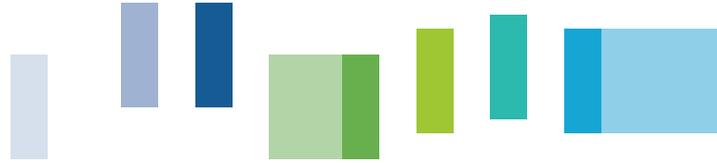
Bei Fragen zum Vertrag darf der Kunde nicht mehr ohne weiteres auf kostenpflichtige Kundenhotlines/ Mehrwertnummern verwiesen werden. Lediglich folgende Rufnummernmöglichkeiten sind hierbei zulässig:

- Kostenfreie Rufnummern
- Ortsgebundene Rufnummern
- Rufnummern für mobile Dienste (015-, 016- bzw. 017-Nummern)
- Persönliche Rufnummern
- Nationale Teilnehmernummern und
- Rufnummern für Service- Dienste im Sinne § 3 Nr. 8 TKG, wenn vom Anbieter des Telekommunikationsdienstes für das Gespräch kein Entgelt an den Unternehmer abgeführt wird

Beachtet werden sollte zudem, dass die Angabe einer Mehrwertnummer im Impressum unzulässig ist, denn diese Angabe ermöglicht keine unmittelbare und effiziente Kommunikation zwischen dem Kunden und dem Dienstanbieter.

Von der oben geschilderten Regelung ist nur die Kommunikation bezüglich eines bereits abgeschlossenen Vertrages erfasst. Bestell-Hotlines, die überhaupt einen Vertragsschluss erst ermöglichen, und andererseits telefonisch erbrachte Dienstleistung, die einen eigenständigen Vertragsgegenstand darstellen, sind nicht erfasst, sodass die Verwendung von Mehrwertnummern möglich ist. Werden Mehrwertdienste angeboten, so muss deren Kennzeichnung dem § 66 a TKG entsprechen. Der Preis muss gut lesbar, deutlich sichtbar und in unmittelbarem Zusammenhang mit der Rufnummer angegeben werden. Eine Preisangabepflicht besteht bei folgenden Telefondiensten:

- Premium-Dienste ((0)900-),
- Auskunftsdienste (118xy-),
- Massenverkehrsdienste ((0)137-),
- Service-Dienste ((0)180 -),
- Neuartige-Dienste ((0)12 -) und
- Kurzwahldienste.



Für Anrufe zu Service-Diensten ((0180-) besteht eine preisliche Obergrenze, die Sie der Seite der Bundesnetzagentur entnehmen können:  
<http://www.bundesnetzagentur.de/DE/Sachgebiete/Telekommunikation/Verbraucher/Rufnummernmissbrauch/Hintergrundinformationen/hintergrundinformationen-node.html>

Verstöße gegen die Preisangabepflicht oder die preislichen Obergrenzen werden durch die Bundesnetzagentur geahndet und können mit Bußgeldern belegt werden.

### 3.3.5. Informationspflichten nach Vertragsschluss

Wenn über ein Online-Shop ein Kaufvertrag abgeschlossen wird, so spricht man von einem Vertrag im elektronischen Geschäftsverkehr. Gemäß § 312 i Abs. 1 Nr. 3 BGB ist dem Verbraucher der Zugang von dessen Bestellung unverzüglich auf elektronischem Wege zu bestätigen. Davon zu unterscheiden ist die Auftragsbestätigung. Kommt ein Vertrag zustande, muss der Online-Shop-Betreiber dem Verbraucher alle vorgenannten sowie die folgenden Informationen alsbald (spätestens bis zur vollständigen Erfüllung des Vertrages, bei Waren spätestens bei Lieferung an den Verbraucher) in Textform mitteilen:

- die Vertragsbestimmungen einschließlich der AGB und
- die unter Nr. 3.2 genannten Informationen (siehe oben), unter anderem zum Bestehen oder Nichtbestehen eines Widerrufsrechts.

Für Verträge über Finanzdienstleistungen gelten abweichende Besonderheiten.

## 4. Gestaltung der Bestellsituation

Der Online-Shop-Betreiber hat gemäß § 312j Abs. 3 BGB die Bestellsituation bei einem Verbrauchervertrag so zu gestalten, dass der Verbraucher mit seiner Bestellung ausdrücklich bestätigt, dass er sich zu einer Zahlung verpflichtet. Erfolgt die Bestellung über eine Schaltfläche, so ist die Schaltfläche gut lesbar mit nichts anderem als den Wörtern „zahlungspflichtig bestellen“ oder mit einer entsprechenden eindeutigen Formulierung beschriftet sein. Der „Bestellbutton“ muss so platziert sein, dass der Verbraucher alle Vertragsbestandteile (unter anderem z. B. Produktbeschreibung; Gesamtpreis; Versandkosten) zur Kenntnis nimmt, bevor er seine Bestellung abgibt. Der „Bestellbutton“ ist somit am besten unter diese Informationen zu setzen.

Neben der Möglichkeit, den Button mit „zahlungspflichtig bestellen“ zu beschriften, nennt die Gesetzesbegründung auch „kostenpflichtig bestellen“, „zahlungspflichtigen Vertrag schließen“ und „kaufen“ als mögliche Alternativen. Als nicht zulässig werden dagegen „Anmeldung“, „Weiter“, „Bestellen“ oder „Bestellung abgeben“ genannt, da der Verbraucher hier nicht eindeutig bestätigen würde, dass er sich zu einer Zahlung verpflichtet.

Erfüllt der Online-Shop-Betreiber diese Pflicht nicht, gilt der Vertrag gemäß § 312j Absatz 4 BGB als nicht zustande gekommen. Der Online-Shop-Betreiber kann in diesem Fall vom Verbraucher kein Entgelt verlangen.

Es empfiehlt sich möglicherweise, den Bestellvorgang in einem Online-Shop so zu gestalten, dass der Vertrag erst mit einer ausdrücklichen Bestätigung der Bestellung zustande kommt (nicht schon durch die Bestellung des Kunden und nicht schon durch die womöglich automatisch geschaltete Bestätigung des Eingangs der Bestellung). So können Sie sich vorbehalten, zunächst zu überprüfen, ob Sie die Bestellung auch innerhalb der angegebenen Lieferzeiten erfüllen können. Werden die Bestellungen der Kunden zunächst automatisch bestätigt, sollte auch diese Bestätigung zu-nächst nur den Eingang der Bestellung bestätigen und darauf hinweisen, dass die Bestellung zunächst geprüft wird und dass der Vertrag erst durch eine weitere, ausdrückliche Bestätigung der Bestellung zustande kommt. Der gesamte Bestellvorgang sollte idealerweise klar und verständlich in den AGB geregelt werden, die am besten auf jeder Internetseite des Online-Shops unter einem Link abrufbar sind.

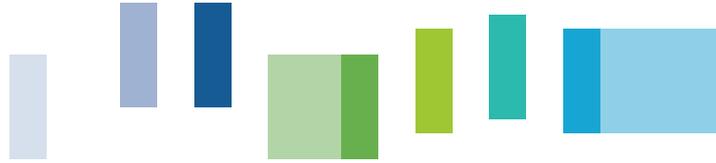
## 5. Allgemeine Geschäftsbedingungen

Allgemeine Geschäftsbedingungen können grundsätzlich auch im Online-Handel verwendet werden. Sie unterliegen der Inhaltskontrolle nach §§ 307-309 BGB. Auch hier sind Verbraucherschutzvorschriften zu beachten. Bei einem Verstoß gegen die in §§ 308, 309 BGB genannten Klauselverbote oder im Falle einer unangemessenen Benachteiligung des Kunden, ist die jeweilige AGB-Klausel unwirksam und wird damit nicht Vertragsbestandteil. Zusätzlich liegt bei unwirksamen AGB (auch schon bei einer Klausel!) ein Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht vor, der durch andere Teilnehmer am Markt oder Verbände abgemahnt werden kann.

Damit die AGB wirksamer Vertragsbestandteil werden können, ist auf Folgendes zu achten: Vor Vertragsschluss ist der Kunde auf die AGB hinzuweisen, und zwar

- an einer deutlich sichtbaren Stelle oder direkt im Bestellformular sowie
- in lesbarer und zumutbarer Weise (die Schrift sollte nicht zu klein sein und die Hintergrundfarbe des Bildschirms sollte so gestaltet sein, dass die AGB sich davon abheben und gut lesbar sind).

Idealerweise bestätigt der Kunde durch Setzen eines Häkchens in ein freies Kästchen, neben dem die AGB zu lesen oder unter einem Link abrufbar sind, dass er die AGB gelesen und akzeptiert hat, bevor er seinen Bestellvorgang abschließt. So können Sie im Streitfall am besten nachweisen, dass die AGB Vertragsbestandteil wurden. Weitere Informationen zu dem Thema „Allgemeine Geschäftsbedingungen“ im Allgemeinen bietet unser



Merkblatt „Das Kleingedruckte – Wissenswertes zum Thema AGB“ (Dokumentnummer: 19128).

## 6. Widerrufsrecht von Verbrauchern

Bei einem über einen Online-Shop zustande kommenden Vertrag zwischen einem Unternehmer und einem Verbraucher handelt es sich um einen Fernabsatzvertrag, auf den die Vorschriften über den Fernabsatzvertrag Anwendung finden. Hiernach steht Verbrauchern grundsätzlich ein Widerrufsrecht zu, über dessen Bestehen (oder ausnahmsweise Nichtbestehen) der Online-Shop-Betreiber den Verbraucher belehren muss. Einzelheiten hierzu sowie eine Musterwiderrufsbelehrung und ein Musterformular für die Widerrufserklärung finden Sie in unserem

Merkblatt „Fernabsatzvertrag“ (Dokumentnummer: 121297).

## 7. Suchmaschinenoptimierung (Search Engine Optimization – SEO)

Je höher der Online-Shop in der Ergebnislisten von Suchmaschinen erscheint, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass der Kunde Ihren Shop besucht. Eine beliebte Methode hierbei ist, bestimmte Begriffe, die in den Quellcode der Webseite eingegeben werden (Meta-Tags), zu verwenden.

Bei dieser Vorgehensweise sollten aber zwingende Grundsätze beachtet werden:

- Keine Verwendung geschützter Begriffe/ Markennamen/ Bezeichnungen,
- Vermeidung der Verwendung von Namen anderer Unternehmen, da ansonsten eine wettbewerbsrechtliche Ahndung auf Sie zukommt aufgrund der Schaffung einer Verwechslungsgefahr,
- Vermeidung von manipulativen und unlauteren Methoden bei der Suchmaschinenoptimierung und
- keine über ein normales Maß hinausgehende Verwendung von Meta-Tags, da dies an-sonsten zu einer Verdrängung von Mitbewerbern führen kann und deshalb unzulässig ist.

## 8. Double-Opt-In: Was ist das?

Oft besteht Unklarheit über Begriff und Bedeutung des Double-Opt-In-Verfahrens. Daher finden Sie hier eine kurze Einordnung und Erläuterung:

Double-Opt-In ist ein Nachweisverfahren, das für die Beweislast im Email-Marketing relevant ist. Denn § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG bestimmt, dass Email-Werbung ohne vorherige

ausdrückliche Einwilligung des Adressaten eine unzumutbare Belästigung darstellt und daher unzulässig ist (und deshalb zur Abmahnung berechtigt). Daher stellt sich häufig die Frage, ob der Empfänger (dies gilt sowohl für Verbraucher als auch für Unternehmer) zuvor ausdrücklich in die Verwendung seiner Daten eingewilligt hat. Dies kann sich zB auf die Verwendung seiner Daten für einen Newsletter oder ein Online-Gewinnspiel beziehen, gilt aber auch für alle anderen Formen der Email-Werbung. Da der Werbende die Beweislast für das Bestehen einer vorherigen ausdrücklichen Einwilligung trägt, also im Streitfall nachweisen muss, dass eine solche Einwilligung tatsächlich erteilt wurde, muss er Interesse an einem sicheren Nachweisverfahren haben. An dieser Stelle greifen immer mehr werbende Unternehmer auf das Double-Opt-In-Verfahren zurück: Es bedeutet in diesem Zusammenhang, dass der Werbeempfänger per Email aufgefordert wird, seine bereits zuvor abgegebene Einwilligung in die Werbung erneut zu bestätigen. Damit will der Werbende sicher gehen, dass die Einwilligung des Empfängers auch tatsächlich von diesem stammt und belastbar ist. (Die Frage an den Empfänger lautet also hier „Are you really, really sure?“ statt einfach nur „Are you sure?“)

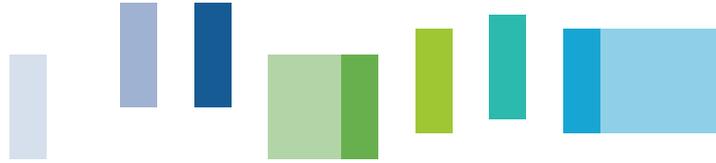
Beim Double-Opt-In-Verfahren handelt es sich also um eine Technik, mittels derer ein sicherer Beweis geführt werden soll. Zwar gibt es Gerichte, die auch die Double-Opt-In-Bestätigungsmail als unzulässige Werbung ansehen. Überwiegend wird sie aber als zulässig betrachtet. Eine höchstrichterliche Entscheidung gibt es hierzu bisher noch nicht.

## 9. Liefergebiet – Die Geoblocking-Verordnung

Die Geoblocking-Verordnung verbietet die unterschiedliche Behandlung von Verbrauchern aufgrund ihrer Nationalität, ihres Wohnortes oder des Ortes ihrer Niederlassung. Sie gilt für Online-Händler, sobald sie grenzüberschreitende Lieferungen innerhalb der EU anbieten. Nicht betroffen sind Online-Händler, die ausdrücklich rein nationale Lieferungen anbieten.

Für Online-Shops, die unter die Regelungen der Geoblocking-Verordnung fallen, sind folgende Punkte zu beachten:

- Kunden aus allen EU-Mitgliedstaaten müssen problemlos auf den Online-Shop zugreifen können. Eine Blockierung aufgrund von ortsbezogenen Daten ist untersagt.
- Eine Weiterleitung des Kunden auf eine länderspezifische Version des Online-Shops ist nur möglich, wenn der Kunde der Weiterleitung zugestimmt hat und er problemlos zu der ursprünglich aufgerufenen Version zurückkehren kann.
- Das Ausfüllen von Bestellformularen muss sämtliche Adressformate zulassen.



- AGBs, Preise oder Angebote dürfen nicht aufgrund der IP-Adresse, des angegebenen Wohnortes, der Sprachauswahl oder der Wahl des Zahlungsmittels angepasst werden.
- Die angebotenen Zahlungsmittel müssen grundsätzlich für alle EU-Kunden nutzbar sein, Grenzen stellen objektive Gründe, wie zum Beispiel eine negative Bonitätsprüfung, dar.

**Hinweis:**

***Die Veröffentlichung von Merkblättern ist ein Service der IHK Berlin für ihre Mitgliedsunternehmen.***

***Dabei handelt es sich um eine zusammenfassende Darstellung der rechtlichen Grundlagen, die erste Hinweise enthält und keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt. Sie kann eine umfassende Prüfung und Beratung durch einen Rechtsanwalt/Steuerberater im Einzelfall nicht ersetzen.***