

Webrecht Jurisch

Newsletter Nr. 1 / Mai 2017

Guten Tag Ralph Jurisch!

Wir sind wieder für Sie da!

Wir waren in der Zwischenzeit nicht untätig und haben unser Angebot für Sie deutlich erweitert. Wir werden in den nächsten Newslettern unsere strategischen Partner mit Ihren Dienstleistungen rund um den Webshop und das Ladengeschäft vorstellen.

Diese Partner werden Sie dann auch auf der neuen Unterseite "strategische Partner" mit einer kurzen Beschreibung sowie einem Link zu der jeweiligen Webseite finden. heute stellen wir das Unternehmen LocalVote aus Münster vor.

Inhalt:

- Aktuelle Entscheidung: OLG Hamm, Urteil vom 22.11.2016 - Widerruf bei Sexspielzeug
- Verbraucherstreitbeilegungsgesetz
- In eigener Sache
- Impressum

1. Aktuelle Entscheidungen

OLG Hamm zum Widerrufsrecht bei Sexspielzeug

Typischerweise haben Kunden eines Onlineshops ein Widerrufsrecht, mit dem sie den Kauf rückgängig machen können. Dieses Rückgaberecht ist jedoch in einigen Fällen ausgeschlossen. Das Oberlandesgericht Hamm musste über die Frage entscheiden, ob Kunden gekauftes Sexspielzeug zurückgeben können.

Ein Blick ins Gesetz erhellt die Rechtslage: nach § 312 g Abs. 2 Nr. 3 BGB n.F. gilt das Widerrufsrecht nicht bei Verträgen zur Lieferung versiegelter Waren, die aus Gründen des Gesundheitsschutzes oder der Hygiene nicht zur Rückgabe geeignet sind, wenn ihre Versiegelung nach der Lieferung entfernt wurde.

Der Grund für diese Ausnahmeregelung liegt auf der Hand. Die Online-Händler verkaufen die retournierten Waren an andere Käufer weiter. Bei gesundheits- oder hygienerelevanten Artikeln geht es nur mit der Originalversiegelung möglich. Ob die vorstehenden Regelungen auch für Sexspielzeuge gelten, musste das Oberlandesgericht Hamm klären.

In dem vom OLG Hamm zu entscheidenden Verfahren hat der beklagte Händler in seinem Onlineshop Erotikzubehör und Sexspielzeug verkauft. Bei Produkten, die zur Anwendung am oder im menschlichen Körper vorgesehen waren, brachte der Händler ein Hygienesiegel an. Dort hieß es dann: „Hygienesiegel – kein Umtausch bei beschädigtem oder entferntem Siegel“. Auch in seinen Allgemeinen Geschäftsbedingungen wies der beklagte Händler darauf hin, dass das Widerrufsrecht beim Entfernen des Siegels nicht besteht. Ein Mitbewerber hielt das für wettbewerbswidrig und klagte.

Das Oberlandesgericht Hamm entschied mit Urteil vom 22. November 2016 -4 U 65/15-, dass der Ausschluss des Widerrufsrechts zulässig sei. Das Gericht wies darauf hin, dass der Gesundheitsschutz beim Verkauf der Sexspielzeuge eher zu gewährleisten sei, wenn der Händler

nur mit originalverpackter Ware handelt und nicht etwa mit Produkten, die von einem früheren Käufer nach dem Öffnen der versiegelten Verpackung zurückgegeben würden.

Praktischer Hinweis:

Nicht nur bei Hygiene- und Gesundheitsartikeln können Händler das Widerrufsrecht ausschließen. Die gesetzlichen Ausnahmen erfassen z.B. auch diejenigen Fälle, in denen die Kunden beim Kauf von Kosmetikartikeln oder Computersoftware die Versiegelung entfernen. Tatsächlich machen viele Händler bei der Anwendung dieser Ausnahmeregelungen oft Fehler. Die rechtzeitige rechtliche Beratung kann hier schnell für Klarheit und Rechtssicherheit sorgen.

2. Verbraucherstreitbeilegungsgesetz

Mit dem am 01.02.2017 weitgehend unbemerkt in Kraft getretenem „[Gesetz über die alternative Streitbeilegung in Verbrauchersachen \(Verbraucherstreitbeilegungsgesetz - VSBG\)](#)“ vom 19.02.2016, BGBl. I S. 254, 1039 hat der nationale Gesetzgeber weitere Hinweispflichten für den Online-Handel eingeführt.

Spätestens ab 01.02.2017 haben die Unternehmer gemäß dem in Deutschland geltenden Verbraucherstreitbeilegungsgesetz (VSBG) über folgendes zu informieren:

Ein Unternehmer, welcher eine Webseite unterhält bzw. Allgemeine Geschäftsbedingungen verwendet, hat leicht zugänglich, klar und verständlich

- darüber zu informieren, inwieweit er bereit oder verpflichtet ist, an Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle teilzunehmen , und

- auf die zuständige Verbraucherschlichtungsstelle hinzuweisen, wenn sich der Unternehmer zur Teilnahme an einem Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle verpflichtet hat oder wenn er auf Grund von Rechtsvorschriften zur Teilnahme verpflichtet ist. Es müssen Angaben zu Anschrift und Webseite der Verbraucherschlichtungsstelle sowie eine Erklärung des Unternehmers, an einem Streitbeilegungsverfahren vor dieser Verbraucherschlichtungsstelle teilzunehmen, enthalten sein.

Allerdings müssen diese Informationen von dem Unternehmer dann nicht erteilt werden, wenn dieser am 31. Dezember des vorangegangenen Jahres zehn oder weniger Personen beschäftigt hat.

Diese Informationen sind von jedem Unternehmer anzugeben, sofern er sich einer Verbraucherschlichtungsstelle angeschlossen hat.

Dabei ist die „zuständige Verbraucherschlichtungsstelle“ jede Stelle, die für die konkrete Streitigkeit sachlich und örtlich zuständig wäre und deren Verfahren dem Unternehmer zur Teilnahme offen stünde (Gesetzesbegründung zu § 37 VSBG).

Praktischer Hinweis:

Wir raten jedem Online-Händler zu dem unmissverständlichen Hinweis auf seiner Webseite, ob er verpflichtet ist, an Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle teilzunehmen oder hieran freiwillig teilnehmen will und die Verbraucherschlichtungsstelle wie gefordert präzise zu benennen.

Wir werden in dem nächsten Newsletter ausführlich über das Verbraucherstreitbeilegungsgesetz und die sich hieraus ergebenden weiteren Hinweispflichten informieren sowie die AGB anpassen.

3. In eigener Sache

An dieser Stelle werden wir ab jetzt regelmäßig unsere strategischen Partner vorstellen, die allesamt Dienstleistungen oder Waren rund um den Webauftritt, den Webshop oder das Ladenlokal anbieten.

Den Anfang macht die Firma LocalVote aus Münster, die sich auf Werbung mit Kundenbewertungen spezialisiert hat.

Werbung mit Kundenbewertungen auf der Unternehmenswebseite und im Online-Shop
Viele Unternehmen und Betreiber von Online-Shops stehen Kundenbewertungen auf ihren Webseiten eher skeptisch gegenüber. Ihre Befürchtungen liegen nämlich vor allem darin, dass schlechte Bewertungen und kritische Kommentare nicht nur unangenehm sind, sondern auch dazu führen könnten, dass sich andere potenzielle Kunden infolge solcher Bewertungen gegen das Angebot des Unternehmens entscheiden.

Tatsächlich ist es jedoch so, dass die Angst vor schlechten Bewertungen nahezu unbegründet ist, denn Statistiken und Auswertungen haben gezeigt, dass weit über 80 Prozent aller abgegebenen Bewertungen positiv sind. Hinzu kommt, dass Kundenbewertungen im Online-Shop und auf der Unternehmenswebseite nicht nur der Qualitätssicherung dienen und Marktforschungsmaßnahmen ergänzen, sondern auch als Werbemittel genutzt werden können. Hier also die wichtigsten Gründe und einige Tipps für Werbung mit Kundenbewertungen im Online-Shop und auf der Unternehmenswebseite:

Kundenbewertungen als Maßnahme zum Gewinnen neuer Kunden Untersuchungen haben gezeigt, dass Kunden lieber dort einkaufen und Aufträge vergeben, wo es ein Bewertungssystem gibt. Dies liegt daran, dass sich Kunden in diesem Fall nicht nur auf die Beschreibungen und Versprechen des Unternehmens verlassen müssen, sondern anhand von den Kommentaren und Bewertungen anderer Kunden ablesen können, inwieweit die Versprechungen und Beschreibungen auch tatsächlich mit der Realität übereinstimmen. Konnten Kunden auf Bewertungen zurückgreifen, erhöhte sich die Bestellsumme durchschnittlich um zehn Prozent.

Kundenbewertungen als Maßnahme zur Umsatzsteigerung Daneben haben Untersuchungen aufgezeigt, dass die Kunden, die selbst Bewertungen abgeben, die Angebote auch selbst öfter nutzen. Um eine Bewertung abzugeben, begibt sich der Kunde zwangsläufig ein weiteres Mal auf die Internetseite. Diese Mühe würde er sich in aller Regel nicht machen, wenn er mit den Leistungen nicht zufrieden wäre oder dem Unternehmen nicht die Chance geben wollte, es beim nächsten Mal (noch) besser zu machen.

Kundenbewertungen zur Qualitätssicherung Gerade negative Äußerungen sind ein wichtiges Feedback dazu, an welchen Stellen noch Verbesserungsbedarf besteht. Dies gilt sowohl für die angebotenen Produkte selbst als auch für organisatorische Fragen und die Angebotspalette. Hinzu kommt, dass sich Kundenbewertungen positiv auf die Kundenbindung auswirken können, nämlich dann, wenn die Kunden sehen, dass das Unternehmen auf ihre Vorschläge, Wünsche und Bedürfnisse reagiert.

Kundenbewertungen als Werbemittel Positive Kundenbewertungen sind ein ideales Werbemittel, das an unterschiedlichen Stellen zum Einsatz kommen kann. So können positive und lobende Kommentare als eine Art von Referenzen genutzt werden. Daneben gibt es oft Aspekte, die Kunden besonders schätzen, die dem Unternehmen so aber gar nicht bewusst sind. Die Vorteile, die aus Sicht der Kunden besonders relevant sind, können dann in die eigenen Beschreibungen integriert werden.

Martin Schlattmann
LocalVote
Scharnhorststraße 11
48151 Münster
Tel.: 0251-1448729
info@local-vote.de
<https://local-vote.de>

Impressum

© Rechtsanwalt
Ralph J. Jurisch
Langenölser Str. 1
59387 Ascheberg/ Westf.
Tel.: 02593-20 27 40
Fax: 02593-20 27 47
Mail: RA.RJurisch@Kanzlei-Jurisch.de