



VERSANDKOSTEN

Eine Einführung in die
Versandkostenangabe
im Online-Handel

Grundwissen eCommerce

Stand: September 2016



PROTECTED SHOPS
Abmahnfrei • Sorgenfrei • Sicher



Versandkosten - Hintergründe und Anforderungen

Eine Einführung in die Versandkostenangabe im Online-Handel

Das Whitepaper des Rechtsdienstleisters Protected Shops GmbH befasst sich ausführlich mit den Themen, wie die Versandkosten im Online-Shop umgesetzt werden müssen, sowie die rechtlichen Folgen bei Nichteinhaltung der gesetzlichen Bestimmungen.

Inhaltsübersicht

A) Relevanz von Versandkosten für den Online-Handel

B) Umsetzung der Versandkostenangabe im Online-Shop

I) Angaben zu Versandkosten

II) Wann müssen die Versandkosten angegeben werden?

III) Wie müssen die Versandkostenangabe auf der Shop-Seite angegeben werden?

IV) Wie dürfen die Versandkosten nicht angegeben werden?

C) Rechtliche Begutachtung

I) Zweck der Angabepflicht von Versandkosten

II) Inhalt der Angabepflicht von Versandkosten

III) Zeitpunkt der Angabe der Versandkosten

IV) Gestaltung der Pflichtangaben im Online-Shop

D) Rechtsfolge bei Nichteinhaltung der Angabepflicht



A) Relevanz von Versandkosten für den Online-Handel

Werden die anfallenden Versandkosten beim Angebot nicht angegeben, kann der Online-Händler abgemahnt werden.

Im Internetversandhandel müssen Informationen zu Liefer- und Versandkosten dem Angebot und der Preiswerbung eindeutig zu entnehmen sein. Noch bevor sich der Käufer näher mit dem Angebot auseinandersetzt, soll er darüber informiert werden, dass neben dem Warenpreis zusätzliche Kosten auf ihn zukommen. Werden die entsprechenden Angaben nicht gemacht, handelt der Händler nicht nur wettbewerbswidrig, sondern verstößt auch gegen Verbraucherschutzvorschriften. Folge davon kann die kostenpflichtige Abmahnung durch Konkurrenten oder Verbraucherschutzorganisationen sein.

Um diese Kosten zu vermeiden, darf eine Information über Liefer- und Versandkosten daher in keinem Online-Shop fehlen.

Darüber hinaus darf ein Unternehmer seit der Umsetzung der Verbraucherrechterichtlinie von einem Verbraucher im Onlinehandel Versandkosten und sonstige Kosten nur dann berechnen, sofern er ausreichend über diese informiert hat.

B) Umsetzung der Versandkostenangabe im Online-Shop

Die Höhe der Versandkosten muss dem Kunden vor näherer Befassung mit dem eigentlichen Angebot deutlich vor Augen geführt werden.

Feste Regelungen, wie die Information auf der Shop-Seite zu erfolgen hat, gibt es nicht. Erforderlich ist, dass sie dem Kunden zugänglich gemacht werden, bevor er sich mit einem Angebot näher befasst. Weiterhin müssen sie leicht erkennbar, gut lesbar und sonst gut wahrnehmbar sein. Wie diese Anforderungen zu erfüllen sind, wird durch das Gesetz nicht vorgeschrieben. Es wird vielmehr den Gerichten überlassen, darüber in jedem Einzelfall zu entscheiden.

I) Angaben zu Versandkosten

- Ob Liefer- und Versandkosten überhaupt anfallen
- Die Höhe dieser Kosten
- Die Berechnungsgrundlage, wenn die Kosten vor der Bestellung des Kunden nicht konkret angegeben werden können
- Auslandsversandkosten, wenn der Händler planmäßig ins Ausland liefert (und nicht nur ausnahmsweise nach individueller Vereinbarung)

II) Wann müssen die Versandkosten angegeben werden?

- Wenn die Bestellung von Waren möglich ist (auf einer Produktübersichtseite ohne Bestellmöglichkeit ist der Verweis noch entbehrlich)
- auf den Seiten von Preissuchmaschinen
- innerhalb von Produktwerbung, wenn die Werbung unter Angabe des Warenpreises erfolgt
- Die Informationen sind anzugeben, bevor sich der Kunde näher mit dem Angebot auseinandersetzt. D.h. sie dürfen nicht erst im Verlauf der Bestellung oder im Rahmen des Warenkorbes erfolgen.

III) Wie müssen die Versandkosten auf der Shop-Seite angegeben werden?

- Die Informationen können auf einer separaten Unterseite abgelegt werden
- Der Hinweis auf sie kann mittels ("sprechendem") Link am Warenangebot erfolgen, der auf die Unterseite führt
- Der Käufer muss gezwungen sein, die Unterseite vor Einleitung der Bestellung abzurufen
- Die Informationen müssen leicht erkennbar, der Preis also ohne große Anstrengung oder größere intellektuelle Mühe zu ermitteln sein
- Die Informationen müssen (bezogen auf Schriftgröße, -art und -farbe) deutlich lesbar sein
- Sie müssen daneben gut wahrnehmbar sein, also ins Auge stechen, wenn sie im Zusammenhang mit anderen Informationen erfolgen



IV) Wie dürfen die Versandkosten nicht angegeben werden?

- Informationen auf einer Unterseite zu platzieren die über Links erreichbar ist, aber nicht zwangsweise abgerufen werden muss
- Die Angaben in den AGB oder der Angebotsbeschreibung zu machen, die über einen Link erreichbar sind
- Die Angaben erstmals im Rahmen des Warenkorb zu machen
- Angaben erst im Laufe des Bestellvorgangs zu machen
- Die Angabe erst auf der eigenen Shop-Seite zu platzieren, wenn innerhalb von Preissuchmaschinen der Warenpreis angegeben wird
- Die Angabe der Versandkosten innerhalb von Preissuchmaschinen mit „ab 5,99 €“, wenn sie sich für das konkrete Produkt tatsächlich auf mindestens 50,- € belaufen
- Die Angabe „Lieferung frei Haus“, wenn Verpackungskosten in Höhe von 2,45 € anfallen.

C) Rechtliche Begutachtung

I) Zweck der Angabepflicht von Versandkosten

Zweck der Angabepflicht ist die Vergleichbarkeit verschiedener Angebote.

Der europäische Gesetzgeber ist bestrebt, den Verbraucher im Fernabsatzhandel weitestgehend vor Übervorteilung durch den Händler zu schützen. Zum Fernabsatzhandel gehören insbesondere Internetangebote. Da es gerade dort im Zusammenhang mit Versandkosten zu umfangreichem Missbrauch gekommen ist, wird der Händler verpflichtet, sämtliche Kosten seines Angebots unmissverständlich und eindeutig anzugeben. Der Verbraucher soll darüber informiert werden, welche konkreten Kosten er insgesamt zu tragen hat, wenn er die Ware des Online-Händlers bestellt. Bei Warenlieferungen fallen neben dem Warenpreis meist auch Lieferkosten an, die den Endpreis erhöhen. Diese müssen deshalb neben dem Warenpreis angegeben werden, damit die tatsächliche wirtschaftliche Belastung für den Kunden deutlich wird.

Daneben soll durch die Angabepflicht der Wettbewerb zwischen den einzelnen Anbietern gesteigert werden. Wenn diese ihre Angebote so transparent wie möglich zu gestalten haben, ist es dem Verbraucher leichter möglich, das günstigste

herauszusuchen. Durch die technischen Möglichkeiten ist eine Gegenüberstellung der verschiedenen Angebote im Internet besonders leicht.

Damit sich ein Händler aber nicht auf Kosten anderer Wettbewerber Vorteile verschaffen kann, müssen sämtliche zum Angebot gehörende Kosten angegeben werden. Liefer- und Versandgebühren unterscheiden sich bei den Händlern teilweise erheblich. Deshalb müssen auch diese neben dem Warenpreis angegeben werden. Ein bzgl. des Kaufpreises günstiges Angebot kann sich als kostenintensiver als ein anders herausstellen, wenn der Anbieter hohe Liefergebühren verlangt.

Für einen effektiven Preisvergleich ist daher die Kenntnis über die Gesamtkosten erforderlich und nicht nur über den Warenpreis.

II) Inhalt der Angabepflicht von Versandkosten

Dem Verbraucher muss klar sein, welche wirtschaftliche Belastung insgesamt auf ihn zukommt, wenn er das Angebot des Händlers wahrnimmt.

Der Händler hat anzugeben, ob und in welcher Höhe er Liefer- und Versandgebühren erhebt. Zur Erhebung verpflichtet ist er nicht. Tut er es aber, muss er klar und verständlich darauf hinweisen. Der Hinweis muss erfolgen, bevor sich der Kunde näher mit dem Angebot auseinandergesetzt hat. Das bedeutet, dass die Informationen unabhängig vom Bestellvorgang erfolgen müssen, also bevor der Kunde Waren in den virtuellen Einkaufswagen gelegt hat.

Dem durchschnittlichen Internetnutzer ist bekannt, dass innerhalb des Warenversandhandels zusätzlich Liefer- und Versandkosten anfallen. Deshalb ist es nicht erforderlich, dass sie bereits neben der Abbildung der Ware konkret ausgewiesen werden. Es reicht aus, wenn diese Information „alsbald“ auf einer gesonderten Internetseite erfolgt, die der Verbraucher vor Einleitung des Bestellvorgangs notwendig durchlaufen muss. Ist der Verbraucher nicht verpflichtet, die Seite aufzurufen, bevor er seine Bestellung abschickt, hat der Online-Händler seine Informationspflichten nicht erfüllt.

Innerhalb des Angebots kann ein Link neben den Warenpreis platziert werden, der auf die Unterseite mit den Liefer- und Versandkosten führt. Dieser Link muss dann aber so deutlich gekennzeichnet sein, dass dem Kunden klar ist, dass Liefergebühren anfallen und diese durch Anklicken des Links eingesehen werden

können (sog „sprechender Link“). Eine Benennung „zzgl. Versandkosten“ erfüllt dieses Kriterium.

Üblicherweise werden Liefergebühren auf die Sendung und nicht auf die einzelnen Waren erhoben. Dann muss der Händler die konkrete Höhe der Kosten angeben.

Möglich ist aber auch, dass die Höhe von Umständen abhängt, die der Händler nicht im Vorhinein bestimmen kann. Sind die Kosten etwa abhängig vom Umfang der Bestellung, beispielsweise, weil das Gewicht der Lieferung für die Kostenberechnung entscheidend ist, kann ein konkreter Betrag erst nach Abschluss der Bestellung genannt werden. Der Händler muss dann lediglich die Berechnungsgrundlage in verständlicher Form angeben. Möglich ist die Angabe einer einfachen Formel oder einer tabellarischen Auflistung. Der Verbraucher muss in die Lage versetzt werden, die Kosten leicht errechnen zu können. Berechnen sich die Kosten beispielsweise nach Gewicht der Sendung, ist der Händler verpflichtet, alle seine Produkte mit einer Gewichtsangabe zu versehen, damit dem Käufer eine Berechnung der Versandkosten möglich ist.

Unzulässig ist aus diesem Grund eine Berechnung der Kosten nach Volumen – insbesondere bei Möbelverkäufen – wenn nicht sämtliche Produkten mit ihrem Versandungsvolumen angegeben sind.

Kann die Höhe der Liefergebühren erst nach Abschluss der Bestellung angegeben werden, muss diese Angabe innerhalb der Preisaufstellung gesondert erfolgen.

So sich die Versandkosten nicht vernünftigerweise im Voraus berechnen lassen, würde es theoretisch ausreichen, die Tatsache dass diese Kosten anfallen können, auszuweisen. Jedoch erschließt sich im Normalfall nicht, warum es nicht möglich sein soll, Versandkosten Voraus zu berechnen, zusätzlich kann ein Händler nur solche Versandkosten verlangen, über welche er informiert hat.

Auch wenn der Anbieter zunächst nur für seine Produkte wirbt, ohne dass eine Bestellmöglichkeit besteht, muss er anfallende Lieferkosten angeben. Dies kann er mittels Sternchenhinweis, der in der Fußzeile der Werbung die Kosten ausweist. Die Pflicht entfällt dann, wenn er innerhalb der Werbung keine Preise nennt, also insbesondere nicht den Warenpreis angibt. Der Kunde muss sich mit dem Angebot dann erst genauer befassen. Er kann noch nicht beurteilen, ob es für ihn günstig ist. Eine Täuschung über die Höhe der tatsächlich anfallenden Kosten ist dann ausgeschlossen. Deshalb muss noch nicht darauf hingewiesen werden, dass Liefergebühren anfallen und wie hoch diese sind.

Eine solche Täuschungsmöglichkeit besteht aber gerade dann, wenn der Händler seine Produkte in einer Preissuchmaschine einstellt. Innerhalb dieser Suchmaschinen ist der Preis der Ware das entscheidende Kriterium. Der Verbraucher nutzt Vergleichsportale um das kostengünstigste Produkt herauszufiltern. Werden dann nicht sämtliche Kosten angegeben, ist das Ranking verfälscht. Das Angebot, was in der Tabelle ganz oben erscheint, ist dann nicht zwangsweise tatsächlich auch das günstigste. Um eine Irreführung zu vermeiden, müssen deshalb bereits auf der Seite der Preissuchmaschine neben dem Warenpreis auch alle zusätzlich anfallenden Kosten in konkreter Höhe angegeben werden. Nur dann ist ein Preisvergleich unter den Angeboten möglich und der Schutz des Verbrauchers vor Übervorteilung gewahrt.

Zu den anzugebenden Liefergebühren zählen auch die Auslandsversandkosten. Sie müssen allerdings nur dann angegeben werden, wenn der Händler planmäßig ins Ausland liefert. Das Angebot muss also gerade darauf ausgelegt sein, dass Waren auch aus Deutschland heraus verschickt werden.

Ist die Versendung ins Ausland aber nur eine Sonderleistung für die konkrete Bestellung, können die Kosten auch individuell mit dem Kunden vereinbart werden, ohne dass er über sie vorab informiert werden müsste.

III) Zeitpunkt der Angabe der Versandkosten

Die Angabe der Liefer- und Versandkosten muss erfolgen, bevor der Kunde Waren in den digitalen Einkaufswagen gelegt hat.

Der Kunde soll noch vor Einleitung des Bestellvorgangs über sämtliche Kosten informiert werden, unabhängig wie er auf das Angebot des Händlers stößt. Die Angaben müssen daher erfolgen, bevor er sich näher damit befasst hat. Das ist dann nicht mehr der Fall, wenn er den Bestellvorgang bereits eingeleitet hat, in dem er beispielsweise Waren in den Warenkorb gelegt hat.

Erfolgt innerhalb von Preissuchmaschinen die Angabe über Lieferkosten erst auf der Shop-Seite des Anbieters, die der Kunde mittels Verlinkung erreicht, ist der Zeitpunkt ebenfalls überschritten. Denn wenn er das Angebot anklickt, um auf die Seite des Anbieters zu gelangen, hat er sich damit bereits befasst. Denn er hat dieses mit anderen Angeboten verglichen und seine Wahl schon getroffen.

IV) Gestaltung der Pflichtangaben im Online-Shop

Die Angabe der Liefer- und Versandkosten darf innerhalb der Angebote nicht versteckt, sondern muss für den Kunden klar und deutlich zu erkennen sein.

Für alle Angaben gilt, dass sie den Produkten eindeutig zugeordnet, leicht erkennbar, deutlich lesbar und sonst gut wahrnehmbar sein müssen. Die Zuordnung zu den konkreten Produkten kann über die bereits oben erwähnte Verlinkung erfolgen.

Leicht erkennbar ist die Information, wenn der Verbraucher sich nicht in hohem Maße anstrengen muss, um den tatsächlichen „Endpreis“ (der die Lieferkosten beinhaltet) zu ermitteln. Es darf keine größere intellektuelle Mühe erforderlich sein. Das ist dann gerade nicht erfüllt, wenn die Angaben über Versandkosten innerhalb von Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) gemacht werden. Denn dort werden Angaben über Kosten nicht vermutet.

Deutlich lesbar ist die Information, wenn Schriftgröße, -art und -farbe so gewählt werden, dass eine Wahrnehmung mühelos möglich ist.

Das Erfordernis der sonstigen guten Wahrnehmbarkeit bezieht sich auf das Umfeld, in welchem die Angaben zu Versand- und Lieferkosten gemacht werden. Erfolgen sie zusammen mit anderen Informationen, muss sichergestellt sein, dass sie auffälliger sind als diese anderen Angaben. Die Liefer- und Versandkosten müssen also ins Auge springen und dürfen nicht auf Grund der Textfülle untergehen.

Nach Einführung der sog. „Button-Lösung“ müssen die Liefer- und Versandkosten noch einmal konkret angegeben werden, bevor der Kunde seine Bestellung abschickt. Das kann in der Bestellübersicht erfolgen.



D) Rechtsfolge bei Nichteinhaltung der Angabepflicht

Die Nichteinhaltung der gesetzlichen Angabepflicht kann Abmahnungen zur Folge haben.

Erfüllt der Händler seine Pflicht zur Ausweisung der Liefer- und Versandkosten nicht, handelt er wettbewerbswidrig. Er kann also von Konkurrenten kostenpflichtig abgemahnt werden. Daneben dienen die Vorschriften dem Schutz des Verbrauchers, was auch entsprechende Schutzorganisationen berechtigt, Verstöße abzumahnern.

Daneben können Ordnungsgelder bis zu 25.000,- € verhängt werden.

Gegenüber Verbrauchern führt eine Nichtbelehrung über Versandkosten dazu, dass diese Kosten dem Verbraucher nicht in Rechnung gestellt werden können.

SIE VERKAUFEN WAREN ONLINE – WIR ERSTELLEN IHRE RECHTSTEXTE UND HAFTEN DAFÜR

- Erstellung anwaltlich überprüfter AGB, Widerrufsbelehrung und Co. für Ihren Shop
- inkl. Haftungsübernahmegarantie von Protected Shops
- für Webshops und Marktplatz-Shops (eBay, Amazon, etc.)
- für Deutschland, Österreich, Schweiz, Frankreich, Vereinigtes Königreich (UK) und Marktplätze Europa
- In nur 15 Minuten geschützt vor Abmahnungen Ihrer Rechtstexte
- schon ab 7,90 Euro pro Monat *



* Preis pro Monat zzgl. Ust. bei jährlicher Zahlungsweise

IMPRESSUM

Urheberrecht

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts ist ohne Zustimmung des Herausgebers unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung sowie die Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Haftung

Die Autoren haben die in diesem Werk genannten Fakten sorgfältig und nach bestem Wissen gesammelt und aufbereitet. Das schließt jedoch nicht aus, dass sich trotz aufwändiger Kontrolle Fehler eingeschlichen haben. Insbesondere die Textteile, die sich auf juristische Sachverhalte beziehen, können kein Ersatz für eine anwaltliche Beratung sein. Außerdem ist zu bedenken, dass sich sowohl die Gesetzgebung als auch die Rechtsprechung im Fluss befinden. Der Herausgeber wird Sorge tragen, diesbezügliche wesentliche Änderungen zeitnah in das Werk einzuarbeiten.

Er kann jedoch keine Gewähr dafür übernehmen, dass alle Teile des Textes jederzeit auf dem aktuellsten Stand sind. Es obliegt der Sorgfaltspflicht der Nutzer, die genannten Fakten zu verifizieren.

Der Herausgeber und das Team der Autoren freuen sich über konstruktive Kritik – sie ist ein Weg, die Qualität des Werkes fortlaufend zu verbessern.

Die vorliegende Publikation ist eine kostenlose Veröffentlichung von der Protected Shops GmbH

Herausgeber:

Protected Shops GmbH | Theresienhöhe 26 | 80339 München
Tel. +49 89 729 89 05 0 | Fax +49 89 729 89 05 99
E-Mail: info@protectedshops.de
Web: www.protectedshops.de

Für den Inhalt verantwortlich: Markus Kluge (info@protectedshops.de)

Weitere Informationen erhalten Sie auf den Webauftritten unter <http://www.protectedshops.de>



CONTACT US

PROTECTED SHOPS GMBH

Theresienhöhe 26
80339 München

Telefon: +49 (0) 89 72989050

E-Mail: info@protectedshops.de

Web: <http://www.protectedshops.de>

ÜBER PROTECTED SHOPS GMBH

Die Protected Shops GmbH zählt zu den führenden Anbietern in der Rechtstexterstellung und unterstützt Online-Händler bei der rechtssicheren Gestaltung ihrer Webpräsenzen. Mit einem fragebogengestützten Rechtstextgenerator ist Protected Shops ein Pionier in der dynamischen und automatisierten Erstellung und Aktualisierung von juristischen Dokumenten wie AGB, Widerrufsbelehrung, Impressum und vielem mehr. Verfügbar ist das Angebot für Webshops für die Länder Deutschland, Österreich, Schweiz, Frankreich und UK. Weit über 9.000 Online-Shops nutzen bereits Protected Shops und sind dadurch stets abmahnfrei, sorgenfrei und sicher.