



Whitepaper Magento

8 Grundvoraussetzungen für einen sicheren Webshop

Beim Erstellen des eigenen Online-Shops sind nicht nur Webdesign und Produktauswahl wichtig. Die meisten Neueinsteiger im E-Commerce müssen zunächst einmal die rechtlichen Grundlagen des Onlinehandels zurate ziehen – denn wenn die gesetzlichen Bestimmungen nicht eingehalten werden, sind alle anderen Überlegungen hinfällig.

Für Webshops gibt es bestimmte gesetzliche Richtlinien, die nicht optional sind und bei Nichteinhalten kostspielige Abmahnungen nach sich ziehen. Daher ist es empfehlenswert, sich die Vorgaben sehr genau einzuprägen. Um Ihnen beim Weg zum eigenen Shop ein paar Schritte über die ersten Hürden zu helfen, haben wir die wichtigsten gesetzlich festgelegten Bestimmungen für Webshops hier zusammengefasst.

1 Anbieterkennzeichnung im Impressum

Im Impressum müssen alle wichtigen Daten Ihres Unternehmens vollständig zu finden sein. Dazu gehören der Name der Firma und die Anschrift, aber auch die Rechtsform und Vertretungsbefugnis. Weiterhin sollten Angaben zur Registereintragung und der Umsatzsteuer-ID dabei sein. Damit haben Sie bereits einen großen Teil der rechtlichen Formalitäten erledigt.

Ein weiterer relevanter Aspekt im Impressum stellen die Kontaktdaten dar. Die gängigsten Formen sind Telefonnummer, E-Mail Adresse und Fax. Wenn Sie eine Kundenhotline eingerichtet haben, gehört auch diese hierhin – achten Sie aber darauf, dass allzu kostenpflichtige Hotlines mittlerweile verboten sind, die Verbraucher also nur noch zum Grundtarif bezahlen müssen.

2 Produktinformationen und Preise

Ein zentraler Punkt bei Webshops sind möglichst genaue Details zu Ihren Produkten – schließlich kann der Kunde Ihre Waren nicht einfach in die Hand nehmen und sich anschauen. Gesetzlich ist vorgeschrieben, dass die „wesentlichen Merkmale“ der Produkte in der Beschreibung enthalten sein müssen. Das sind je nach Artikel zum Beispiel die Größe, Farbe, Funktionsweise und das Gewicht.

Außerdem gehören Informationen zu Garantien des Herstellers, Lieferzeit und Hinweise zur Kompatibilität (bei digitalen Waren) dazu. Eventuell kann es sein, dass für den Kauf Ihres Produktes auch eine Alterskontrolle notwendig ist. Achten Sie darauf, dass sie keine Text- oder Bildinhalte von anderen Webseiten kopieren. Das ist meist entweder wegen des Urheberrechts oder des Wettbewerbsrechts verboten.

Die Preise Ihrer Produkte müssen korrekt und vollständig für Kunden dargestellt werden. Das bedeutet inklusive Umsatzsteuer, Versandkosten und eventuell anfallenden Zollkosten. Falls es einen Fall geben sollte, bei denen die Versandkosten nicht im Voraus berechnet werden können, muss darauf hingewiesen werden.



„Für Webshops gibt es bestimmte gesetzliche Richtlinien, die nicht optional sind und bei Nichteinhalten kostspielige Abmahnungen nach sich ziehen.“

3 Zahlung und Lieferung

Die Zahlungsmöglichkeiten werden vollständig spätestens bei Beginn des Bestellprozesses aufgelistet. Es sollte mindestens eine sichere, geläufige Option dabei sein, die dem Kunden prinzipiell möglich ist (zum Beispiel Vorkasse mit Trusted Shops Garantie). Falls eine Zahlung gewählt wird, die zusätzliche Transaktionskosten verursacht (wie Kreditkartengebühren), darf das vereinbarte Entgelt nicht darüber hinausgehen, was Ihnen an Kosten durch die Nutzung des Zahlungsmittels entsteht.

Bezüglich der Lieferung hat ein Online Händler eine Bestellung innerhalb von 30 Tagen zu liefern, denn am 31. Tag hat der Kunde das Recht, vom Vertrag zurückzutreten. Generell sollte in der Produktbeschreibung bereits ein Lieferzeitraum enthalten sein, der sich nach der Verfügbarkeit der Ware richtet (zum Beispiel „X-Y Tage“). Es muss klar sein, wann der späteste Liefertermin ist. Übrigens sind Sie als Händler nicht dazu verpflichtet, europaweit zu liefern.

4 Bestellvorgang

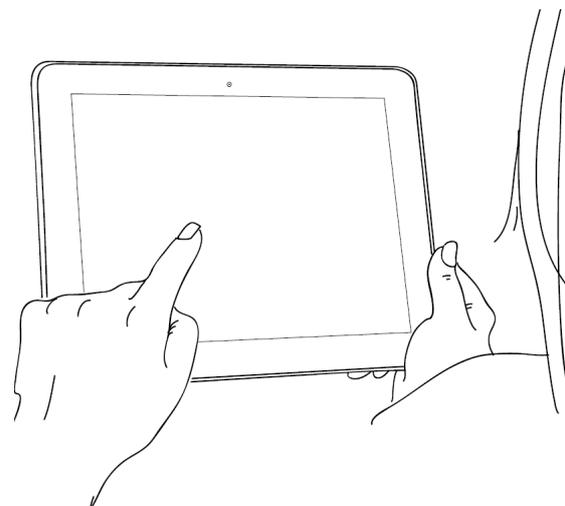
Spätestens im Warenkorb sollten Sie dem Kunden alle Angaben zu den akzeptierten Zahlungsmöglichkeiten und Lieferdaten zur Verfügung stellen. Kurz vor dem Abschluss der Bestellung empfiehlt es sich, noch eine übersichtliche Zusammenfassung der Bestellung inklusive aller bisherigen Pflichtinformationen (Preis, Lieferzeit, Rechnungsdaten, usw.) zu geben. Dorthin gehört dann auch ein korrekt beschrifteter Button, der dem Nutzer unmissverständlich zu erkennen gibt, dass er mit dem nächsten Klick eine verbindliche Bestellung aufgibt (zum Beispiel „Zahlungspflichtig bestellen“, „Jetzt kaufen“).

Nach der abgeschlossenen Bestellung ist wichtig, dass Sie dem Käufer unverzüglich eine elektronische Bestellbestätigung zuschicken – das ist gesetzlich vorgeschrieben. Außerdem ist mittlerweile auch eine Versandbestätigung erforderlich, die entweder als Printversion mit der Warenlieferung oder per E-Mail verschickt werden kann. Sie enthält den Inhalt der Bestellung und die allgemeinen Geschäftsbedingungen.

5 Widerrufsrecht

Der Verweis zur Widerrufsbelehrung gehört in den Checkout bei der Bestellung. Sie sollten dem Käufer die Gelegenheit geben, sich diese noch vor dem Kauf durchlesen zu können. In die Belehrung gehören auch Ausnahmefälle, zum Beispiel bei entsiegelten Gesundheits- oder Hygieneartikeln. Des Weiteren sollten Sie festlegen, ob der Kunde bei einem Widerruf die Rücksendekosten selbst tragen muss, und dies bei Bedarf in der Belehrung festhalten.

Das Widerrufsrecht beträgt in Europa 14 Tage, aber nur, wenn Sie als Händler auch explizit in der Widerrufsbelehrung darauf hinweisen. Ist dies nicht der Fall, dehnt sich das Widerrufsrecht auf 30 Tage aus. Für den Widerruf ist es notwendig, einen Vermerk zum Musterformular auf der Webseite, der Bestellbestätigung und in den Lieferpapieren zu platzieren. Sie können auf freiwilliger Basis aber auch ein eigenes Widerrufsformular erstellen und in Ihren Shop einbinden. Jeder Widerruf sollte unverzüglich elektronisch bestätigt werden.



6 Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

Die AGB gehören in den Kaufvertrag und sind nur dann gültig, wenn Sie als Onlinehändler ausdrücklich vor dem Kauf darauf hinweisen, der Kunde sie zur Kenntnis nimmt und damit einverstanden ist. Daher gehört die Abfrage zu den AGB ebenfalls zum Kaufabschluss am Ende des Bestellprozesses.

Der Inhalt der AGB beinhaltet Zahlungs- und Lieferbedingungen, Mängelhaftung, Nutzungsrechte, Gewährleistungen und Gerichtsstand. Die Formulierungen müssen mit den Gesetzen vereinbar sein und unterliegen einer Inhaltskontrolle. Sie sind teils gesetzlich festgelegt und dürfen keine Partei stark benachteiligen.

"... denn wenn die gesetzlichen Bestimmungen nicht eingehalten werden, sind alle anderen Überlegungen hinfällig."

7 Datenschutzerklärung und Sicherheit

Das Übermitteln von personenbezogenen Daten (zum Beispiel Anschrift, Kontoverbindungen oder Kreditkartendaten) sollte ausschließlich verschlüsselt stattfinden, um die Sicherheit der Nutzerdaten zu gewährleisten. Wir empfehlen eine Verschlüsselung mit SSL.

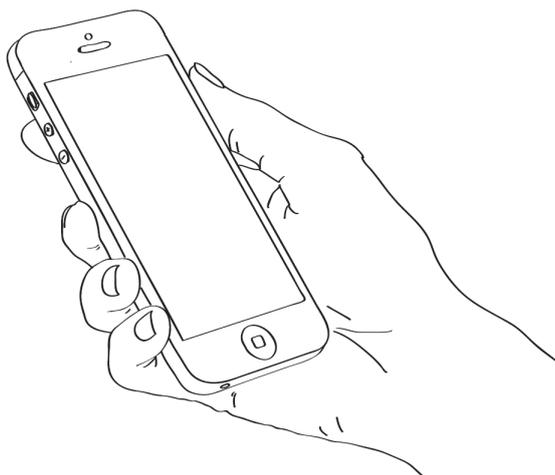
Weiterhin ist es wichtig, dass Sie den Kunden über die Verwendung und Weitergabe seiner Daten informieren, sofern diese ausschließlich für den Ablauf der Bestellung genutzt werden. Falls die Daten ohne diesen Bezug an Dritte weitergereicht werden sollen, ist zuvor sogar das ausdrückliche Einverständnis des Nutzers nötig.

8 Werbung

Auch in Hinblick auf E-Mail Werbemittel gibt es mittlerweile Richtlinien. Oft genug meldet sich ein Nutzer mit einem Kauf unwissentlich bei einem Newsletter an, ohne sich dessen bewusst zu sein. Aus diesem Grund sollten Sie den E-Mail Empfängern entweder die Möglichkeit geben, sich von dem Erhalt weiterer Werbung abzumelden, oder Sie verwenden das double opt-in Verfahren. Letzteres schickt dem Nutzer zunächst einmal eine E-Mail mit einem Bestätigungslink, der für fortlaufende Benachrichtigungen erst vom Verbraucher aktiviert werden muss. Auf diese Weise verschicken Sie keinen unerwünschten Spam.

Fazit

Wenn Sie all diese Vorgaben beachten, sollten Sie rechtlich gesehen keinerlei Probleme mit Ihrem Webshop bekommen. Durch die professionell umgesetzten Richtlinien werden sie vermutlich auch von Ihren Kunden mehr Vertrauen gewinnen. Gehen Sie auf Nummer Sicher und bilden Sie eine gute Basis für die Zukunft Ihres Online-Shops!



Ein Whitepaper der Agentur Anmut

Richtlinien einhalten und Ihren Shop
rundum absichern.

Gerne beraten wir Sie telefonisch unter ☎ 07 11 / 219 55 150
oder per E-Mail an ✉ info@agentur-anmut.de