

ips Modul M3 – Verbraucherschutz, Version 3.5

datenschutz cert GmbH
29. Juli 2020

Inhaltsverzeichnis

1. Allgemeines	3
2. Informationspflichten	3
2.1. Rechtliche Grundlagen	3
2.2. Fragen	4
2.3. Bewertung	4
3. Allgemeine Geschäftsbedingungen / Einhaltung der §§ 305ff. BGB	5
3.1. Rechtliche Grundlagen	5
3.2. Fragen	6
3.3. Bewertung	6
4. Verbrauchergestaltungsrechte	7
4.1. Fragen	8
4.2. Bewertung	8
4.3. Widerrufsrecht, §§ §§ 312g, § 355 ff. BGB	9
5. Kundenservice	10
5.1. Lieferung und Leistung	10
5.2. Verständlicher Bestellvorgang	12
5.3. Kundenservicecenter (Telefon / E-Mail)	13

1. Allgemeines

In Modul 3 werden Verbraucherschutzrechtliche Anforderungen an den E-Commerce für Webservices und Webseiten zusammengefasst. Aufgrund der teilweise identischen Zielsetzungen (z.B. Transparenz) aller ips Module sind dabei gewisse Überschneidungen nicht zu vermeiden. Im Audit darf daher z.B. auf etwaige Ausführungen verwiesen werden. Die nachfolgenden Regelungen stellen nur die wesentlichsten Pflichten im Rahmen des E-Commerce dar. Bzgl. einer ergänzenden Darstellung sei auf die Vorgaben des Gütesiegel Monitoring Boards der Initiative D21 e.V. „D21 Qualitätskriterien für Internetangebote“ verwiesen¹. Diese stellen Anforderungen dar, die auch im Rahmen eines ips-Audits von Online-Shops zwingend zu beachten sind.

2. Informationspflichten

2.1. Rechtliche Grundlagen

Bedient sich ein Unternehmer zum Abschluss eines Vertrags über die Lieferung und Leistung von Waren oder über die Erbringung von Dienstleistungen des elektronischen Geschäftsverkehrs, so hat er gemäß §§ 312 ff. BGB verschiedene Informationspflichten zu erfüllen. Etwa muss er seine Identität gemäß § 312a BGB offenlegen. Der Inhalt von Informationspflichten lässt sich § 312d Abs. 1 BGB i.V.m. Art. 246 des Einführungsgesetzes zum BGB (EGBGB) entnehmen. Bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen und bei Fernabsatzverträgen ist der Unternehmer verpflichtet, den Verbraucher nach Maßgabe des Art 246a EGBGB zu informieren. Betrifft dies Finanzdienstleistungen, greift § 312d Abs. 2 BGB i.V.m. Art. 246b EGBGB. § 312j BGB regelt besondere Pflichten im elektronischen Rechtsverkehr, wie etwa Angaben zum Bestellvorgang, über Lieferbeschränkungen und Zahlungsmittel. Art. 246c ff EGBGB sehen weitere, spezielle Informationspflichten. Ist der Anwendungsbereich der BGB Informationspflichtenverordnung eröffnet, sind (insbesondere bei Reiseveranstaltungen) ggf. weitere Informationspflichten zu erfüllen.

Ferner ist für E-Commerce die Einrichtung einer Plattform für Online-Streitbelegungen („OS-Plattform“) vorgesehen². Diese soll Verbrauchern und Unternehmern eine zentrale Anlaufstelle für die außergerichtliche Beilegung von Online-Streitigkeiten bieten. Nach Artikel 14 Abs. 1 der EU-Verordnung Nr. 524/2013 haben „in der Union niedergelassene Unternehmer, die Online-Kaufverträge oder Online-Dienstleistungsverträge eingehen, sowie in der Union niedergelassene Online-Marktplätze [...] auf ihren Websites einen Link zur OS-Plattform ein[zustellen]. Dieser Link muss für Verbraucher leicht zugänglich sein. In der Union niedergelassene Unternehmer, die Online-Kaufverträge oder Online-Dienstleistungsverträge eingehen, geben zudem ihre E-Mail-Adressen an.“

¹ Z.B. abrufbar unter www.internet-guetesiegel.de (Stand: Januar 2020).

² Vgl. dazu <https://www.datenschutz-notizen.de/stress-beim-online-shopping-die-plattform-fuer-die-online-streitbeilegung-bringt-abhilfe-bald-4613431/> (Stand abrufbar im Januar 2020).

Die nachfolgenden Fragen sind nur beispielhaft und allgemein gefasst und müssen ggf. durch die anwendbaren Informationspflichten ergänzt werden.

2.2. Fragen

- Werden die gesetzlich vorgeschriebenen Informationen zum Fernabsatz vollständig angegeben?
- Werden die gesetzlich erforderlichen Informationen zum elektronischen Geschäftsverkehr angegeben?
- Werden vorvertraglich und nachvertraglich anzugebende Informationen unterschieden?
- In welcher Form werden die Informationen geliefert? Sind die Angaben über mehrere Seiten verteilt?
- Wie ist sichergestellt, dass der Verbraucher die Informationen tatsächlich vor Vertragsschluss erhält? Sind die Angaben leicht auffindbar?
- Wird der Verbraucher auch über den geschäftlichen Zweck des Vertrages informiert?
- Sind die Angaben klar und verständlich?
- Wie ist sichergestellt, dass der Verbraucher die nachvertraglichen Informationen in der vorgesehenen Form erhält?
- Werden die Informationen dem Verbraucher nach Vertragsschluss in der vorgeschriebenen Form zur Verfügung gestellt?
- Werden die Informationen deutlich hervorgehoben?
- Welche Form wurde für die nachvertragliche Information gewählt?
- Wie sind Informationen über Preise und Kosten sowie Beschreibungen eingebunden?
- Ist eine Online-Streitbeilegung vorgesehen und wie wird diese verwirklicht?

2.3. Bewertung

0 Punkte: die gesetzlichen Vorgaben sind nicht bzw. grob unvollständig eingehalten

- die gesetzlich geforderten Angaben werden nicht oder kaum angegeben
- vereinzelte Angaben sind über das Web-Angebot verstreut
- es werden keine nachvertraglichen Informationen zur Verfügung gestellt
- Preisangaben und Kosten sind versteckt oder nicht vorhanden
- die Beschreibung der Dienstleistung oder des Produktes ist vage
- eine Online-Streitbeilegungsmöglichkeit fehlt bei angebotenen Online-Kaufverträgen oder Online-Dienstleistungsverträgen

1 Punkt: die Umsetzung weicht geringfügig von den gesetzlichen Vorgaben ab

- die Angaben sind nicht vollständig
- die gegebenen Informationen sind unverständlich oder zweideutig formuliert

- es ist nicht sichergestellt, dass der Verbraucher die Informationen vor Vertragsschluss bzw. Bestellung erhält
- nachvertragliche Informationen werden nicht oder nicht in der vorgesehenen Form (mindestens E-Mail) oder Darstellung zur Verfügung gestellt
- eine Online-Streitbeilegungsmöglichkeit bei angebotenen Online-Kaufverträgen oder Online-Dienstleistungsverträgen ist vorhanden aber nicht leicht zugänglich

2 Punkte: die gesetzlichen Vorgaben sind umgesetzt

- die notwendigen Informationen werden angegeben
- die Informationen sind vollständig
- die Informationen sind verständlich formuliert
- die Informationen werden gemeinsam mit den Eingabemasken angezeigt
- der Verbraucher erhält spätestens mit Lieferung alle nachvertraglichen Informationen in der vorgesehenen Form
- eine Online-Streitbeilegungsmöglichkeit bei angebotenen Online-Kaufverträgen oder Online-Dienstleistungsverträgen ist vorhanden

3 Punkte: die gesetzlichen Vorgaben sind vorbildlich umgesetzt

- die gesetzlichen Informationen sind übersichtlich nach Themenschwerpunkten zusammengestellt
- die Informationen werden obligatorisch vor der Bestellung angezeigt
- die Informationen sind zusätzlich von allen Angebots-Seiten abruf- und speicherbar (druckbar)
- unverzüglich nach Bestellung / Vertragsschluss erhält der Verbraucher die Informationen per E-Mail zugesandt, mit Lieferung werden sämtliche Informationen nochmals in Papierform zur Verfügung gestellt

3. Allgemeine Geschäftsbedingungen / Einhaltung der §§ 305ff. BGB

3.1. Rechtliche Grundlagen

Rechtlicher Maßstab für Allgemeine Geschäftsbedingungen sind die § 305 bis § 310 BGB. Zentrale Frage im Bereich des Online-Rechts ist, ob AGB im Rahmen des online abgewickelten Vertragsschlusses überhaupt wirksam in den Vertrag mit dem Verbraucher einbezogen wurden. Erforderlich hierfür ist zum Einen, dass der Verwender beim Vertragsschluss ausdrücklich darauf hinweist, dass der Vertrag nur unter Einbeziehung der AGB zustande kommt und er zum Anderen dem Verbraucher die Möglichkeit verschafft, in zumutbarer Weise vom Inhalt der AGB Kenntnis zu erlangen. Die Rechtsprechung verlangt, dass es einem durchschnittlichen Kunden möglich sein muss, die Bestimmungen sowohl visuell (Schriftgröße, Übersichtlichkeit, Schriftbild und Kontrast) wahrzunehmen als auch in einer ihm zugänglichen Sprache zu verstehen. Der Nutzer muss die Bestimmungen also ohne erhebliche Anstrengung bei normalem Bildschirmabstand lesen und zur Kenntnis nehmen können. Soweit es sich um einen inländischen Anbieter handelt, müssen die AGB in deutscher Sprache abgefasst sein. Ferner muss der Verbraucher sich mit der Geltung der AGB einverstanden

erklären. Dies kann in Form eines Buttons oder anzukreuzenden Kästchens geschehen. Zu Beweis Zwecken, sollte sich der Verwender das Einverständnis mit der Geltung der AGB bestätigen lassen und die Bestätigung speichern. Darüber hinaus, muss der Unternehmer dem Kunden die Möglichkeit verschaffen, die Vertragsbestimmungen einschließlich der AGB bei Vertragsschluss abzurufen und in wiedergabefähiger Form zu speichern. Inhaltlich dürfen die AGB keine der in §§ 307- 309 BGB aufgeführten Klauselverbote oder sonstige überraschende bzw. mehrdeutige Klauseln enthalten. Hier gelten für Telemedien keine gegenüber sonstigen Verträgen gesonderten Anforderungen. Die nachfolgenden Fragen sind auch hier lediglich allgemeiner Natur und müssen ggf. durch die besonderen Vorgaben des BGB ergänzt werden.

3.2. Fragen

- Ist auf den Angebotsseiten deutlich auf die AGB verwiesen?
- Sind die AGB von überall zugänglich und auch ausdrückbar?
- Sind die AGB verständlich und lesbar verfasst? Ist zum Lesen ein Scrollen des Bildschirm Inhalts erforderlich? Ist eine akzeptable Schriftgröße gewählt?
- Muss die Kenntnisnahme der AGB elektronisch (Mausklick / Häkchen) bestätigt werden?
- Wird die Bestätigung abrufbar gespeichert?
- Sind die Vertragsbestimmungen bei Vertragsschluss abrufbar? Wird die vom Kunden bestätigte Version der AGB gespeichert? Gibt es eine Versions-Historie? Sind Versionen der AGB unterscheidbar?
- Enthalten die AGB überraschende oder mehrdeutige Klauseln?
- Enthalten die AGB unwirksame Bestimmungen (mit/ohne Wertungsmöglichkeit)?
- Sind die für die Leistung wesentlichen Eigenschaften beschrieben?
- Werden – soweit vorhanden – Konditionalstrafen aufgeführt?
- Sind die Informationen über Zahlungsbedingungen vollständig? Werden Informationen über die Zahlungswege gegeben?
- Sind die Informationen über Zahlungsbedingungen verständlich?
- Wird das für den Vertrag anwendbare Recht genannt (besonders wichtig für Anbieter außerhalb Deutschlands)?
- Wird ein Gerichtsstand genannt? Gibt es eine alternative Streitschlichtung?

3.3. Bewertung

o **Punkte:** Einbeziehung oder Inhalt der AGB entsprechen nicht den gesetzlichen Vorgaben

- die AGB werden im Web-Angebot „versteckt“
- auf die Geltung der AGB ist nicht oder nur schwer auffindbar hingewiesen
- die AGB enthalten Klauselverbote oder überraschende Klauseln
- die AGB sind weder *bei* noch *nach* Vertragsschluss abrufbar
- dem Kunden wird keine Möglichkeit der Bestätigung der Kenntnisnahme gegeben

1 Punkt: Einbeziehung oder Inhalt der AGB weichen geringfügig von den Vorgaben ab

- die AGB sind schwer auffindbar
- die AGB sind unleserlich oder schwer verständlich
- die Kenntnisnahme der AGB wird durch bereits ausgefülltes Formular / Kontrollkästchen vorgegeben
- die AGB sind nach Vertragsschluss nicht mehr abrufbar

2 Punkte: sowohl Einbeziehung, als auch Inhalt der AGB entsprechen den Vorgaben

- die Kenntnisnahme der AGB muss aktiv bestätigt werden
- die AGB sind jederzeit aus dem Web-Angebot abruf- und druckbar
- die AGB sind über eine einfache Funktion speicherbar
- die AGB sind leserlich dargestellt und verständlich verfasst
- die AGB enthalten keine Klauselverbote oder überraschende Klauseln
- die AGB enthalten Informationen über das anwendbare Recht

3 Punkte: über die gesetzlichen Vorgaben hinaus sind die AGB besonders verbraucherfreundlich gestaltet

- die AGB sind besonders kurz gefasst
- auch die Bestätigung der Kenntnisnahme durch den Verbraucher wird erfasst
- die AGB sind von überall im Web-Angebot abrufbar und speicherbar
- bei Geltung neuer AGB wird der Verbraucher explizit auf die Änderungen hingewiesen
- dem Kunden wird zusätzlich zum (zivilrechtlichen) Rechtsweg die Möglichkeit alternativer Streitschlichtung über einen (Online-)Mediator angeboten

4. Verbrauchergestaltungsrechte

Gemäß § 312i bzw. § 312j BGB muss der Anbieter bei Vertragsabschlüssen dem Verbraucher u.a. bestimmte (software-) technische Hilfsmittel zur Verfügung stellen, um ihm die Handhabung dieser noch nicht allen Verbrauchern vertrauten Möglichkeit des Vertragsschlusses zu erleichtern und ihn vor fehlerhaften („elektronische Erklärungsirrtümer“ z.B. Vertippen, Verklicken) Bestellungen zu schützen. Der Anbieter muss dafür technische Vorkehrungen treffen, die es dem Verbraucher ermöglichen, etwaige Eingabefehler vor der „Abgabe“ der Bestellung zu erkennen und zu korrigieren. Zusätzlich muss der Unternehmer neben der bloßen technischen Zurverfügungstellung den Kunden auch über das Bestehen und die Art (Funktionsweise) der technischen Hilfsmittel informieren. Ferner muss der Anbieter die Bestellung „unverzüglich“ auf elektronischem Wege bestätigen, d.h. er muss dem Verbraucher ohne schuldhaftes Zögern eine Bestätigung seiner Bestellung zukommen lassen – im heutigen Geschäftsverkehr muss der Verbraucher im Regelfall innerhalb eines Werktages eine solche Bestätigung per E-Mail erhalten. Die nachfolgenden Fragen sind auch hier nur als allgemeine Vorgaben zu verstehen, die ggf. durch spezielle gesetzliche Anforderungen ergänzt werden müssen.

4.1. Fragen

- Hat der Anbieter im Web-Angebot Vorkehrungen getroffen, um etwaige Fehleingaben zu korrigieren?
- Gibt es jeweils „Zusammenfassungen“ der Angaben des Verbrauchers mit Korrekturmöglichkeiten?
- Sind alle Angaben korrigierbar?
- Erfolgt eine Schlüssigkeitsprüfung der Angaben? Wird der Verbraucher auf inkongruente Angaben hingewiesen?
- Wird eine Erklärung bereitgehalten, die Funktionsweise, Verwendung und Korrektur der Eingabefelder erläutert?
- Ist die Erklärung leicht auffindbar?
- Ist die Erklärung verständlich?
- Ermöglicht der Anbieter auch noch nach Abschicken der Bestellung die Möglichkeit einer Korrektur?
- Erhält der Verbraucher eine Bestätigung seiner Bestellung (Zusammenfassung der Angaben) per E-Mail? Wie schnell erfolgt diese?
- Wird dem Verbraucher eine Telefonnummer mitgeteilt, unter der etwaige Änderungen auch telefonisch durchgeführt werden können?

4.2. Bewertung

0 Punkte: die Vorgaben sind nicht bzw. nur mangelhaft umgesetzt

- es gibt keine Korrekturmöglichkeiten
- Korrekturen sind nur durch Abbruch der Verbindung und Neuladen der Seiten möglich
- Es wird keine Zusammenfassung der Angaben angezeigt
- Es werden keine Erläuterungen zur Vorgehensweise bei Bestellungen gegeben
- Es werden keine Bestätigungen der Bestellung versandt

1 Punkt: die Handhabung des Eingabevorgangs weicht geringfügig von den Vorgaben ab

- Korrekturen sind nur unter erneuter Eingabe aller Angaben möglich oder werden anderweitig erschwert
- Die Erklärung zur Korrekturmöglichkeit ist unverständlich oder schwer auffindbar
- Bestätigungen der Bestellungen dauern unangemessen lang

2 Punkte: die gesetzlichen Vorgaben sind angemessen umgesetzt

- der Eingabevorgang ist in mehrere Schritte unterteilt, die Angaben sind in den einzelnen Schritten korrigierbar
- die Handhabung der Korrektur-/Ergänzungsmöglichkeit ist einfach und verständlich
- die Angaben werden zum Schluss des Bestellvorgangs zusammengefasst
- Erläuterungen zum Eingabevorgang sind auf den Eingabeseiten abrufbar

- Eine Bestätigung der Bestellung erfolgt zügig, maximal bis 2 Werktag

3 Punkte: die gesetzlichen Vorgaben sind vorbildlich umgesetzt

- Es erfolgt eine Plausibilitätsprüfung bereits während der Eingabe
- Dem Verbraucher werden jeweils nach Eingabe logisch zusammenhängender Angaben Zusammenfassungen gezeigt
- Angaben sind einzeln durch einfachen Mausklick löscher bzw. korrigierbar
- Bestimmungszusammenfassungen werden zusätzlich per E-Mail versandt
- Den Eingabefeldern sind jeweils prägnante Erläuterungen beigefügt, diese sind auch separat abrufbar
- Bestätigungen der Bestellung erfolgen meist noch am gleichen Tag, max. am nächsten Werktag

4.3. Widerrufsrecht, §§ §§ 312g, § 355 ff. BGB

4.3.1. Rechtliche Grundlagen

Im Rahmen von Fernabsatzverträgen steht dem Verbraucher gemäß § 312g i.V.m. § 355 BGB ein 14tägiges Widerrufsrecht zu, wobei auch zahlreiche Ausnahmen definiert werden. Ein Rückgaberecht entfällt. Das Widerrufsrecht des Verbrauchers erlischt 12 Monate nach Fristbeginn. Der Verbraucher muss vom Anbieter anhand einer in ganz Europa einheitlichen Musterwiderrufsbelehrung aufgeklärt werden, wobei die Mustererklärung genau auf das jeweilige Webangebot ausgerichtet sein muss. U.a. muss zwischen Warenverkauf und Dienstleistung unterschieden werden. Ferner muss der Widerruf ausdrücklich erklärt werden. Hierfür muss der Anbieter dem Verbraucher ein ebenfalls einheitliches Muster auf einem dauerhaften Datenträger innerhalb angemessener Frist, spätestens aber mit Lieferung der Ware (bzw. Ausführung der Dienstleistung) zur Verfügung stellen. Die Kosten der Rücksendung trägt grundsätzlich der Käufer. Die Ausprägungen des Widerrufsrechts und deren Umsetzung sind im Rahmen von ips genau zu prüfen. Nachfolgend sollen hierfür einige Rahmenbedingungen gegeben werden.

4.3.2. Fragen

- Wird dem Kunden das Recht eingeräumt, durch Widerrufserklärung innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Leistung vom Vertrag zurückzutreten?
- Entspricht der Text der Widerrufsbelehrung dem gesetzlich vorgesehenen Text.
- Wie erhält der Verbraucher das Muster für einen Widerruf?
- Entspricht die Verteilung der Kosten bei Widerruf den gesetzlichen Vorgaben?

4.3.3. Bewertung

0 Punkte: die Widerrufsrechte werden nicht gewährleistet:

- der Kunde wird über Widerrufsrechte nicht informiert
- dem Kunden werden die gesetzlich vorgegebenen Rechte nicht eingeräumt
- der Anbieter nimmt zurückgesandte Ware nicht an

- der Kaufpreis wird nicht erstattet
- der Kunde muss Bearbeitungsgebühren oder Strafzahlungen wegen Ausübung des Widerrufsrechtes leisten

1 Punkt: die Widerrufsrechte sind nicht vollständig gewährleistet

- Informationen zum Widerruf sind schwer auffindbar und / oder unvollständig bzw. schwer verständlich
- die Geltendmachung des Widerrufsrechts wird dem Kunden erschwert

2 Punkte: die Widerrufsrechte entsprechen den gesetzlichen Vorschriften

- Dem Kunden werden die gesetzlichen Widerrufsrechte eingeräumt
- Dem Kunden wird das Widerrufsrecht bei Vertragsschluss, wie gesetzlich vorgesehen, erläutert

3 Punkte: dem Kunden werden über die gesetzlichen Widerrufsrechte weitere Möglichkeiten eingeräumt

- Dem Verbraucher wird schon vor Lieferung oder länger als 14 Tage ein Widerrufsrecht eingeräumt, welches über das gesetzliche hinaus geht
- Der Verbraucher kann unkompliziert ein Retouren Formular auffinden und nutzen, um die Ware kostenlos zurück zu schicken
- Der Anbieter trägt die Rücksendekosten

5. Kundenservice

5.1. Lieferung und Leistung

5.1.1. Allgemeines

Unternehmen sollten sich durch weitere, freiwillige Verpflichtungen bzw. Verhaltensweisen dem Kunden gegenüber als verbraucher-freundlich auszeichnen. Hierzu gehört insbesondere eine transparente Darstellung von Liefer- und Leistungsbedingungen zusätzlich zu den rechtlichen Verpflichtungen, insbesondere wenn es darum geht, den Kunden über besondere Eigenschaften des Produkts bzw. der Dienstleistung oder freiwillig eingeräumte Kundenrechte zu informieren. Darüber hinaus wichtig ist, den Kunden über die Details der Lieferung zu unterrichten: Der Kunde soll zum einen genau darüber informiert werden, wann er mit der Lieferung der Ware / Erbringung der Dienstleistung rechnen kann. Je verbindlicher die Zusage und je kurzfristiger die Lieferung, vor allem aber die Einhaltung dieser Zusagen, desto besser. Auch Informationen darüber, ob es Einschränkungen oder sonstige Bedingungen hinsichtlich der Verfügbarkeit oder der Lieferbarkeit (auch hinsichtlich des Liefergebietes) von bestimmten Produkten gibt, sind hier zu prüfen. Besonders hervorheben können sich Händler hier auch durch die Eröffnung der Möglichkeit, den aktuellen Lieferstatus der Sendung abzufragen - dies ist vor allem bei Sendungen aus dem Ausland interessant, die in der Regel einen längeren Lieferzeit-raum haben.

5.1.2. Fragen

- Wird dem Kunden mit der Bestellung ein Lieferzeitraum bzw. möglicherweise sogar ein Liefertermin genannt?
- Kann der Kunde den Status seiner Sendung abfragen (mit Paket-Nr. etc.)?
- Sind die Lieferzeiträume kurz bemessen, bemüht sich der Händler um möglichst schnelle Lieferung?
- Wird der Kunde über Verzögerungen der geplanten Lieferung zügig informiert?
- Werden dem Kunden Rechte bei Nichteinhaltung des Liefertermins eingeräumt? Kann er in diesem Fall vom Vertrag zurücktreten?
- Werden vorgeleistete Zahlungen erstattet?
- Werden, soweit einschlägig, Verfügbarkeitseinschränkungen (Menge) genannt?
- Werden, soweit einschlägig, Liefereinschränkungen (regional, national) genannt?

5.1.3. Bewertung

0 Punkte: Unterrichtung des Kunden, Lieferfristen und Einhaltung der Fristen sind verbraucherunfreundlich

- der Kunde wird über Lieferfristen bzw. –termine nicht informiert
- dem Kunden werden keinerlei Rechte bei verzögerter Lieferung eingeräumt
- der Händler behält sich Einschränkungen der Lieferbarkeit bzw. Verfügbarkeit der Ware vor, teilt dem Kunden dies jedoch nicht mit

1 Punkt: Informationen zu Lieferung und Leistung werden zwar gegeben, sind jedoch schwer auffindbar oder unverständlich

- Informationen zu Lieferung und Leistung werden in AGB „versteckt“
- die angegebenen Informationen erschöpfen sich in allgemeinen Aussagen oder sind für den durchschnittlichen Kunden schwer verständlich

2 Punkte: Informationen zu Lieferung und Leistung sind angemessen

- der Kunde erhält detaillierte Informationen zu Lieferzeitraum und ungefährem Liefertermin
- die mitgeteilten Liefertermine werden eingehalten
- der Kunde wird über Verzögerungen informiert
- der Kunde kann unter den gesetzlichen Verzugsvoraussetzungen zurücktreten

3 Punkte: Informationen zu Lieferung und Leistung sind vorbildlich

- Liefertermine werden taggenau mitgeteilt
- der Kunde wird über den Versand der Ware taggenau per E-Mail informiert
- Etwaige Verzögerungen werden dem Kunden unmittelbar mitgeteilt
- Dem Kunden werden auch bei Verzögerungen in der Lieferung Rücktrittsrechte eingeräumt
- Geleistete Zahlungen werden umgehend erstattet

5.2. Verständlicher Bestellvorgang

5.2.1. Allgemeines

Die Qualität eines Online-Shops kann ganz entscheidend von der Umsetzung von Transparenz-Anforderungen abhängen, die unter dem Begriff „Usability“ definiert werden: Die leichte und verständliche Bedienbarkeit und Benutzbarkeit eines Angebotes. Hier sind insbesondere die Grafiker und Layout-Verantwortlichen des Anbieters bzw. seiner Agentur gefragt, den Kunden verständlich durch sein Web-Angebot zu navigieren. Dies beginnt bei der Übersichtlichkeit des Angebots und der Verständlichkeit der jeweiligen Buttons bzw. Grafiken und endet bei der in diesem Zusammenhang relevanten optischen Darstellung des Bestellvorgangs. Ein gutes Angebot zeichnet sich dadurch aus, dass der Kunde problemlos zwischen dem Stöbern im Angebot einschließlich des „in den Warenkorb-Legens“ einerseits und der verbindlichen Bestellung andererseits unterscheiden kann. Weiterhin gehören hierzu die schnelle Aufrufbarkeit des Warenkorb-Inhaltes sowie die einfache Möglichkeit der Veränderung dieses Inhalts (Verändern der Quantität, Löschen von Waren etc.) und der Darstellung der jeweiligen Endsumme einschließlich der Lieferkosten. Ferner sind (hier oder auch weiter oben schon) die Anforderungen des § 312j BGB zu beachten, welcher das „Gesetz zur Änderung des Bürgerlichen Gesetzbuchs zum besseren Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher vor Kostenfallen im elektronischen Geschäftsverkehr und zur Änderung des Wohnungseigentumsgesetzes“ vom 10.05.2012 umsetzt und u.a. einen deutlichen Hinweis auf den finalen Kaufvorgang fordert. Als mögliche Beschriftungen gelten die Bezeichnungen „kostenpflichtig bestellen“, „zahlungspflichtigen Vertrag schließen“ oder „kaufen“. Unzulässig sind hingegen Bezeichnungen wie „Anmeldung“, „Weiter“, „Bestellen“ oder „Bestellung abgeben“.

5.2.2. Fragen

- Ist das Angebot übersichtlich gestaltet?
- Ist die Navigation durch das Angebot leicht verständlich?
- Ist der Warenkorb als verständliches Symbol bzw. Button dargestellt?
- Kann der Kunde mit einem Klick auf den Warenkorb den jeweils aktuellen Inhalt nebst Lieferkosten abrufen?
- Können neue, zusätzliche Produkte leicht in den Warenkorb aufgenommen werden?
- Können Produkte einfach aus dem Warenkorb gelöscht werden?
- Sind die Bereiche „Blättern im Katalog“ bzw. „Stöbern im Angebot“ einerseits und der Bestellvorgang andererseits (optisch bzw. layouttechnisch) klar voneinander abgegrenzt?
- Kann der Kunde schnell vom Warenkorb zum Bestellvorgang wechseln?
- Ist ein Button zur Bestellung leicht zu erkennen und eindeutig?

5.2.3. Bewertung

o **Punkte:** grafische Gestaltung und Layout des Angebots sind verwirrend, zentrale Bereiche sind schwer auffindbar, die Navigation ist schwierig

- das Angebot macht insgesamt einen unübersichtlichen Eindruck
- es fehlen Menü- und / oder Navigationsleisten bzw. -schaltflächen
- die Warenkorb-Funktion ist nur über Umwege aufrufbar
- im Warenkorb-Bereich gibt es keinen „zurück-zum-Angebot“ Link
- Produkte können nur durch Löschen des gesamten Warenkorbs oder Verlassen des Angebots entfernt werden
- Die Bestellfunktion hält die gesetzlichen Vorgaben nicht ein

1 Punkt: Auffindbarkeit und Navigation sind akzeptabel aber verbesserungswürdig

- zwar sind Navigationsleisten oder Schaltflächen vorhanden, die Navigation ist jedoch unlogisch
- der Kunde bleibt im Unklaren, ob er Waren nur „einsammelt“ oder bereits bestellt
- der Warenkorb-Bereich gibt keine Auskunft über Lieferkosten
- das Hinzufügen bzw. Entfernen von Produkten ist schwer verständlich realisiert

2 Punkte: Gestaltung, Layout und Navigation im Angebot sind übersichtlich und verständlich

- die Bereiche „Stöbern“ und Bestellen sind klar voneinander abgegrenzt
- die Navigation ist einleuchtend, zentrale Bereiche können mit einem Klick erreicht werden
- Produkte können mit einem Klick hinzugefügt bzw. entfernt werden
- der Kunde wird explizit darauf hingewiesen, wenn er verbindlich bestellt
- der Bestellbutton ist so, wie gesetzlich vorgesehen, bezeichnet

3 Punkte: der Bestellvorgang wird vorbildlich dargestellt

- vor und während des Bestellvorgangs wird eingeblendet, wie viele Schritte innerhalb der Bestellung der Kunde bereits durchlaufen hat und wie viele Schritte noch erforderlich sind (Fortschritts-Anzeige)

5.3. Kundenservicecenter (Telefon / E-Mail)

5.3.1. Allgemeines

Ein Kriterium für die Bewertung eines Unternehmens als verbraucherfreundlich oder –unfreundlich ist die Erreichbarkeit von Hotlines, Call-Centern bzw. eines E-Mail-Supports. Schnelligkeit, Erreichbarkeit, Produktkompetenz und Kundenfreundlichkeit des Supports treten dabei als Qualitätsmerkmale des gesamten Shops immer mehr mindestens gleichwertig neben die der angebotenen Produkte und Dienstleistungen. Gerade in diesem Bereich können sich auch kleinere und jüngere Unternehmen durch besondere Anstrengungen auszeichnen. Um diesen Bereich beurteilen zu können, sollte sich der Gutachter nicht allein auf Selbstaussagen des geprüften Anbieters verlassen, sondern die Umsetzung der hier geforderten Kriterien anhand einer angenommenen Kundeneigenschaft selbst prüfen. Es bietet sich daher an, eine Probe-Bestellung (und z.B. anschließendem Widerruf) durchzuführen und den Service des Anbieters auf diese Weise durch „Selbsterfahrung“ zu prüfen.

5.3.2. Fragen

- Stellt das Unternehmen dem Kunden einen telefonischen oder elektronischen (E-Mail-) Support bereit?
- Ist der Support kostenpflichtig? Ist die Höhe der Kosten angemessen?
- Ist der Support telefonisch erreichbar? Gibt es Wartezeiten? Wie lang sind die Wartezeiten? Gibt es evtl. einen Rückruf beim Kunden?
- Ist der Support kompetent? Kann der Ansprechpartner weiterhelfen? Ist der Ansprechpartner über das Unternehmen bzw. die Produkte / Dienstleistungen informiert?
- Wird die Kontinuität des Ansprechpartners gewährleistet?
- Wie lange dauert die Beantwortung von Anfragen (E-Mail)?
- Werden die Anfragen verständlich beantwortet?

5.3.3. Bewertung

0 Punkte: der Kundenservice ist mangelhaft

- ein Kundenservice ist nicht vorhanden
- ein Kundenservice ist zwar vorhanden, in der Praxis aber nicht erreichbar
- der Kundenservice ist inkompetent, Fragen zu Eigenschaften oder Funktionsweise von Produkten können nicht beantwortet werden
- die telefonische Hotline ist unangemessen teuer

1 Punkt: der Kundenservice weist Defizite auf

- die Wartezeiten (Schleifen) sind unangemessen lang
- die Ansprechpartner sind nicht ausreichend geschult oder unfreundlich
- Antworten im E-Mail-Support dauern unangemessen lang (mehrere Tage)
- Antworten sind für den Laien schwer verständlich

2 Punkte: der Kundenservice entspricht dem Standard

- es gibt einen telefonischen oder elektronischen Support
- die Kosten des telefonischen Supports sind angemessen (nicht mehr als 0,12 C/Minute)
- Die Antworten des Supports sind qualifiziert
- Wartezeiten (E-Mail / Telefon) sind angemessen kurz

3 Punkte: der Kundenservice ist vorbildlich

- es wird eine kostenlose Hotline bereitgestellt
- Wartezeiten sind nicht länger als 30 sec., sonst erfolgt Rückruf beim Kunden
- Es ist sichergestellt, dass immer der gleiche Ansprechpartner vorhanden ist
- Die Ansprechpartner sind sehr qualifiziert und geduldig
- Antworten per E-Mail dauern nicht länger als einen Werktag