

AGB im Versandhandel – die häufigsten Fehler

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) sind im Versandhandel nicht mehr wegzudenken. Jeder Online-Shop verfügt heute über vorformulierte Vertragsbedingungen, welche die Vertragsbeziehung mit einer Vielzahl von Kunden regeln sollen. Im Vordergrund stehen dabei der Rationalisierungseffekt und die Chance, die eigene Rechtsposition durch eine Begrenzung der Haftungs-, Debitoren- und Prozessrisiken zu verbessern. Allerdings staunt man als Praktiker, wie häufig AGB fehlerhaft, schlecht redigiert oder schlicht unbrauchbar sind. Die häufigsten Fehler sollen im Folgenden kurz dargelegt werden:

1. Unwirksame AGB

Vorab zur Erinnerung: Verträge sind *zweiseitige* Rechtsgeschäfte. Es bedarf der gegenseitigen, übereinstimmenden Willensäußerung (Art. 1 OR). AGB werden nicht individuell ausgehandelt, sondern *einseitig* von einem Vertragspartner gestellt. **Damit AGB zum Vertragsbestandteil werden, müssen sie vom Kunden übernommen werden.** Dazu muss der Kunde spätestens bei Vertragsabschluss auf die AGB hingewiesen werden, die Möglichkeit haben, von den AGB in zumutbarer Weise Kenntnis zu nehmen und mit deren Geltung einverstanden sein.

Diese Voraussetzungen sind banal, werden in der Praxis jedoch regelmässig missachtet. Typisches Beispiel sind die hinten auf die Rechnung oder auf Lieferscheinen gedruckten AGB. Solche AGB sind im Versandhandel wirkungslos, wenn sie dem Kunden erst nach Vertragsabschluss zugehen. Das Gleiche gilt für AGB, auf die im individuellen Vertrag nicht hingewiesen wird; sie werden nicht zum Vertragsbestandteil. Ebenso wichtig wie die sorgfältige Redaktion von AGB ist deshalb auch sicherzustellen, dass diese auch vom Kunden übernommen werden.

x Die AGB habe ich gelesen und bin damit einverstanden.

2. Nichtigte AGB

Auch vom Kunden rechtswirksam übernommene AGB können ungültig sein, dann nämlich, wenn sie gegen zwingendes Recht verstossen. Die gesetzlichen Be-

stimmungen zum Kaufvertrag sind weitgehend dispositiver Natur. Sie können also vertraglich abgeändert werden und gelten nur, soweit die Parteien nichts anderes vereinbart haben.

Allerdings sind beim Verfassen von AGB nebst dem Obligationenrecht noch weitere Gesetze zu beachten, die weitgehend zwingende Bestimmungen enthalten. Zu erwähnen sind namentlich:

Konsumkreditgesetz (KKG)
Datenschutzgesetz (DSG)
Schuldbetreibungs- und Konkursrecht (SchKG)
Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)
Gerichtsstandsgesetz. (GestG)

So ist etwa bei der Möglichkeit von Ratenzahlungen darauf zu achten, dass der Vertrag erst gar nicht in den Geltungsbereich des strengen Konsumkreditgesetzes fällt. Wird die Forderung zum Inkasso übergeben, so dürfen die Kosten des gewerblichen Inkassos nicht auf den Kunden überwältzt werden (Art. 27 Abs. 3 SchKG). Der Eigentumsvorbehalt ist nur wirksam, wenn er am Wohnsitz des Kunden im Register eingetragen wurde (Art. 715 ZGB). Die Weitergabe von Personendaten bedarf der Zustimmung des betroffenen Kunden (Art. 13 DSG). Für Verträge mit Konsumenten kann der Gerichtsstand nicht frei vereinbart werden (Art. 22 GestG), etc.

Die Missachtung öffentlich-rechtlicher Bestimmungen führt nicht nur zur Ungültigkeit der betroffenen Bestimmungen,

sondern kann unter Umständen auch verwaltungs- und strafrechtliche Folgen haben. Wer seine Ware ins Ausland liefert wird zudem nicht darum herumkommen, seine AGB vor Ort überprüfen zu lassen. Die in der Schweiz gültigen AGB sind in unseren Nachbarstaaten aus Gründen des Konsumentenschutzes weitgehend unwirksam.

3. Unklare AGB

Die Erfahrung lehrt, dass Missverständnisse zwischen den Parteien die häufigste Ursache für kostspielige Rechtsstreitigkeiten sind und nicht etwa der böse Wille einer Vertragspartei. **AGB sollten daher logisch aufgebaut, klar und verständlich sein.** Es ist nicht nur ein kosmetischer Fehler, wenn AGB schlecht redigiert sind. Vielmehr erhöht sich dadurch auch das Risiko einer gerichtlichen Auseinandersetzung.

Überdies sind zweideutige oder widersprüchliche Klauseln nicht einfach unbeachtlich. Nach der sog. "**Unklarheitenregel**" sind mehrdeutige Klauseln zu Lasten derjenigen Partei auszulegen, welche den Vertrag verfasst hat. Ist eine Klausel zweifelhaft – und nur dann (!) – weil sie so oder anders interpretiert werden kann, gilt also die für den Kunden günstigere Variante.

Im Zweifel gegen den Verwender!

4. Ungewöhnliche AGB

Wer einem Vertrag zustimmt, muss die darin getroffenen Vereinbarungen gegen sich gelten lassen, selbst wenn er sie weder gelesen noch verstanden hat. Allerdings gilt nach der sog. "**Ungewöhnlichkeitsregel**", dass überraschende Klauseln, d.h. **Vertragsbestimmungen, mit denen der Kunde vernünftigerweise nicht zu rechnen braucht, für ihn unverbindlich sind.** Wer etwa eine Kaffeemaschine kauft, muss nicht damit rechnen, dass in den AGB eine Abnahmeverpflichtung für Kaffee oder gleichzeitig noch ein teurer Wartungsvertrag enthalten ist.

Die Ungewöhnlichkeitsregel greift bei geschäftsfremden Klauseln, nicht aber bei vertragstypischen Vereinbarungen wie bei der Begrenzung von Haftungsrisiken. Diese sind nach der Rechtsprechung geschäftstypisch und damit nicht ungewöhnlich. Auch können selbst atypische Klauseln verbindlich geregelt werden, wenn der Kunde ausdrücklich darauf hingewiesen wird. Dazu genügt in der Regel bereits die drucktechnische Hervorhebung. Charakteristisches Beispiel sind die fett gedruckten Gerichtsstandsklauseln, die allerdings für Konsumentenverträge ohnehin nicht mehr wirksam sind.

Bitte beachten Sie das eingeschränkte Rückgaberecht für technische Produkte!

5. Unlautere AGB

Nach Art. 8 des Bundesgesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) handelt unlauter, wer vorformulierte allgemeine Geschäftsbedingungen verwendet, die in irreführender Weise zum Nachteil einer Vertragspartei von der unmittelbar oder sinngemäss anwendbaren Ordnung erheblich abweichen oder eine der Vertragsnatur erheblich widersprechende Verteilung von Rechten und Pflichten vorsehen.

Diese Bestimmung des Lauterkeitsrechts ist weitgehend toter Buchstabe geblieben, weil es nicht genügt, dass AGB einseitig, zu Lasten des Kunden verfasst werden, sondern darüber hinaus eine "**Irreführung**" nachgewiesen werden muss. Zu beachten ist immerhin, dass sich seit 2008 ein **Vorentwurf für eine Änderung des UWG** in der Vernehmlassung befindet. Demnach soll auch die Bestimmung über die Verwendung missbräuchlicher AGB strenger geregelt werden.

In der Schweiz besteht somit nur eine sehr eingeschränkte Inhaltskontrolle durch die Gerichte. Die Tendenz geht allerdings klar Richtung mehr Konsumentenschutz. Unabhängig davon sollten sich AGB nicht an den Grenzen des rechtlich Zulässigen orientieren. Ausgewogene AGB liegen nicht nur im Interesse des Kunden, sondern

schaffen auch für den Versandhändler einen Mehrwert etwa durch die Vermeidung von Rechtsstreitigkeiten oder zur Abwendung von Imageschäden.

Lieber Kunde, leider müssen wir jegliche Haftung - aus welchem Rechtsgrund auch immer - strikte ablehnen.

6. AGB als Werbegag

AGB dienen im Kern dazu, die vertragliche Beziehung mit dem Kunden zu regeln. Sie sollten deshalb in erster Linie darauf ausgerichtet sein, die Rechte und Pflichten der Parteien klar und verständlich zu definieren. AGB sind allerdings auch eine Art **Visitenkarte** des Unternehmens. Sie schaffen Kundenzufriedenheit etwa durch die Aufnahme kulanter und unbürokratischer Regelungen.

Die **Ausgestaltung der AGB sollte jedoch nicht der Marketingabteilung übertragen werden**. Das Resultat sind häufig schönfärberische Wendungen und vollmundige Versprechungen, die bei näherer Betrachtung dem Vertragsinhalt nicht gerecht werden. Der Kunde ist durchaus in der Lage, Werbeaussagen richtig einzuordnen. Er wird es Ihnen jedoch nicht verzeihen, wenn Sie in Ihren AGB einleitend die uneingeschränkte Kundenzufriedenheit als oberste Priorität auf ihre Fahne schreiben, Ihren hervorragenden Service und die Superqualität ihrer Produkte rühmen und zwei Klauseln weiter Gewährleistungs- und Haftungsansprüche des Kunden weitgehend ausschliessen.

Wir liefern wohin Sie wollen und wann Sie wollen immer zu den besten Konditionen. Bitte beachten Sie unsere AGB...

7. Abgekupferte AGB

Die Gestaltung von Verträgen kostet Zeit und Geld. Was liegt da näher, als die meist online abrufbaren Versionen der Konkurrenz einfach abzuschreiben.

Es ist nichts dagegen einzuwenden, wenn man sich an bestehenden Vorlagen und Mustern orientiert; das Rad braucht ja

nicht jedesmal neu erfunden zu werden. Wer allerdings fremde AGB eins zu eins übernimmt, vergibt sich die Chance auf eine massgeschneiderte, auf die individuellen Bedürfnisse zugeschnittene Lösung.

Die Übernahme fremder AGB birgt zudem die Gefahr in sich, dass nachteilige oder bestenfalls unsinnige Bestimmungen gedankenlos kopiert werden. So findet sich beispielsweise das in Deutschland geltende Widerrufsrecht auch in zahlreichen AGB schweizerischer Versandhändler als angeblich "*gesetzlicher Anspruch des Verbrauchers*". In der Schweiz gibt es in diesem Zusammenhang jedoch kein Widerrufsrecht und schon gar keine entsprechenden Belehrungspflichten.

Widerrufsrecht: Verbraucher (§ 13 BGB) haben ein gesetzliches Widerrufsrecht...

8. Unbrauchbare AGB

AGB sollten **problemorientiert** gestaltet werden. Sie müssen die **geschäftstypischen Störungen bei der Vertragsabwicklung abdecken**. Daraus folgt, dass branchenfremde Vorlagen von vornherein nicht als Muster taugen. Aber auch innerhalb des Versandhandels ist aufgrund der Verschiedenheit der angebotenen Produkte und Dienstleistungen und des unterschiedlichen Kundenkreises eine differenzierte Betrachtung nötig.

Wer diesen Grundsatz nicht beachtet, läuft Gefahr, am Thema vorbei zu reglementieren. So findet sich in zahlreichen AGB schweizerischer Versandhändler die Bestimmung, dass abweichende AGB des Vertragspartners nicht gelten sollen. Als ob der typische Kunde über eigene AGB verfügen würde! Die Kollision zwischen AGB unterschiedlicher Unternehmen ist ein typisches Problem im Business-to-Business Bereich und spielt im Business-to-Consumer Verhältnis gerade keine Rolle.

*Dr. Roberto Fornito, Rechtsanwalt
Müller Eckstein Rechtsanwälte, Staad*