

E-Commerce: Spezielle Informationspflichten für Online-Marktplätze

Neue Transparenzpflichten durch das Modernisierungsrichtlinie-Umsetzungsgesetz im Fernabsatz

Allgemeines

Das Fern- und Auswärtsgeschäftegesetz (FAGG) bringt aufgrund der Modernisierungsrichtlinie bzw. des Modernisierungsrichtlinie-Umsetzungsgesetzes (MoRUG) neue Informationspflichten für Anbieter (Betreiber) von Online-Marktplätzen gegenüber Verbrauchern. Das MoRUG ist am 20.7.2022 in Kraft getreten.

1. Online-Marktplätze

Das Gesetz enthält eine genaue Definition, was unter einem Online-Marktplatz zu verstehen ist. Die Definition eines Online-Marktplatzes ist technologisch neutral formuliert: Ein Online-Marktplatz ist ein Dienst, der es einem Verbraucher unter Verwendung einer Software ermöglicht, Verträge im Fernabsatz mit (verschiedenen) Unternehmern oder Verbrauchern abzuschließen. Die verwendete Software kann eine Website, Teil einer Website oder auch eine sonstige Anwendung sein.

Als Anbieter eines Online-Marktplatzes gilt jeder Unternehmer, der einen Online-Marktplatz für Verbraucher zur Verfügung stellt.

2. Transparenzpflichten für Online-Marktplätze

In jedem Webshop muss ein Verbraucher umfassend über die wesentlichen Vertragspunkte informiert werden. Für Online-Marktplätze bestehen zusätzlich folgende Informationspflichten:

- Hauptparameter für das Ranking (Reihung der Angebote)
- Unternehmereigenschaft des Vertragspartners samt Hinweisen im Falle eines Verbrauchers als Vertragspartner, dass diesfalls die im Verbraucherschutzrecht der EU verankerten Verbraucherrechte auf den Vertrag keine Anwendung finden
- gegebenenfalls Aufteilung der vertraglichen Verpflichtungen im Verhältnis Anbieter des Online-Marktplatzes und dem Dritten als Anbieter der Leistungen, Waren bzw. digitalen Inhalten
- gegebenenfalls Nennung der Anbieter bei Erstellung eines Vergleiches von Waren, Dienstleistungen oder digitalen Inhalten
- sofern der Betreiber des Online-Marktplatzes oder ein Dritter eine Eintrittsberechtigung für eine Veranstaltung weiterverkauft, ob und in welcher Höhe der Veranstalter für den Weiterverkauf einen Preis festgesetzt hat

Hinweis:

Die Informationen müssen klar und verständlich und in einer Art und Weise erfolgen, die dem jeweiligen Kommunikationsmittel angepasst ist. Sie sollten zudem knapp gehalten sein. Wichtig ist, dass die Information erteilt werden muss, bevor der Verbraucher an Erklärungen bzw. den Vertrag gebunden ist. Eine Darstellung der Informationen lediglich in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen reicht nicht aus.

2.1. Ranking

Der Begriff des **Rankings** umfasst eine Reihung der Angebote inkl. der hervorgehobenen Platzierung von Angeboten, nachdem eine Online-Suchanfrage durch den Verbraucher vorgenommen wurde. Die Darstellung des Rankings erfolgt in einem bestimmten Bereich der Online-Benutzeroberfläche. Zum einen sind die Hauptparameter für das Ranking darzustellen, also alle allgemeinen Prozesse, Kriterien und spezifischen Signale, die in Algorithmen eingebunden sind, zum anderen auch sonstige Anpassungs- und Rückstufungsmechanismen. Eine allgemeine Beschreibung der Hauptparameter ist ausreichend, die Funktionsweise ist nicht im Detail offenzulegen. Zum anderen muss die relative Gewichtung der Hauptparameter im Vergleich zu anderen Parametern dargestellt sein.

Diese Informationen müssen von der Seite, auf der die Angebote angezeigt werden, unmittelbar und leicht zugänglich sein.

2.2. Unternehmereigenschaft

Die Verbraucher müssen auch darüber informiert werden, ob sie den Vertrag mit einem Unternehmer oder einem Verbraucher abschließen, es muss somit über die **Unternehmereigenschaft des Vertragspartners des Verbrauchers** Auskunft erteilt werden. Dem zugrunde liegt die Erklärung des Dritten, der seine Waren, Dienstleistungen oder digitalen Inhalte am Online-Marktplatz anbietet. Der Anbieter von Online-Marktplätzen muss den Rechtsstatus des Dritten als Anbieter von Waren, Dienstleistungen oder digitalen Inhalten nicht überprüfen. Er sollte von den Drittanbietern verlangen, dass diese ihren Status als Unternehmer oder Nichtunternehmer auf dem Online-Marktplatz sowie ihm gegenüber bekanntgeben.

Für den Fall, dass es sich bei dem Dritten um einen Nicht-Unternehmer handelt, muss der Anbieter des Online-Marktplatzes darauf hinweisen, dass Verbraucherrechte nicht gelten. Diese Informationspflicht soll aber im Sinne der Verhältnismäßigkeit ausgelegt werden: Sind Verbraucherrechte nicht anwendbar, muss keine Auflistung der (nicht anwendbaren) Verbraucherrechte zu erfolgen.

2.3. Aufteilung der vertraglichen Verpflichtungen (Rollen)

Dem Verbraucher muss zu jeder Zeit klar sein, wer sein Vertragspartner sein soll und daher für die Erfüllung des über den Online-Marktplatz geschlossenen Vertrag einzustehen hat. Er muss daher über die **vertragliche Rollenverteilung** informiert sein.

Auch die **Aufteilung der vertraglichen Verpflichtungen** zwischen dem Anbieter des Online-Marktplatzes und dem Dritten, der die Waren, Leistungen oder digitalen Inhalte anbietet, ist von der Informationspflicht umfasst. Wie die Verpflichtungen aufgeteilt sind, hängt im Wesentlichen von den vertraglichen Vereinbarungen zwischen dem Anbieter des Online-Marktplatzes und dem Dritten ab. Bestehen allerdings gesetzliche Regelungen für die Einhaltung der Verbraucherrechte, so gehen diese Regelungen vor. So ist z.B. immer der jeweilige Vertragspartner einer Leistung (z.B. Warenkauf) dem Verbraucher gegenüber gewährleistungspflichtig; das ist in der Regel derjenige, der seine Waren über den Online-Marktplatz verkauft. Über diese „Rollenverteilung“ muss der Online-Marktplatz informieren.

2.4. Vergleich

Oft wird dem Verbraucher auf dem Online-Marktplatz das **Ergebnis eines Vergleichs** von Waren, Dienstleistungen oder digitalen Inhalten präsentiert. In diesem Fall muss der Verbraucher darüber informiert werden, welche Anbieter in die Erstellung des Vergleiches einbezogen wurden.

2.5. Weiterverkauf von Tickets

Beim Weiterverkauf von Eintrittsberechtigungen für Veranstaltungen (Tickets) muss darüber informiert werden, ob und gegebenenfalls in welcher Höhe der Veranstalter einen Preis festgelegt hat. Es ist dann zu unterscheiden, ob der Anbieter des Online-Marktplatzes selbst als Verkäufer oder ob ein Dritter als Verkäufer auftritt. Erfolgt der Weiterverkauf der Tickets durch einen Dritten, so sind die Angaben dieses Dritten zur Erfüllung der Informationspflicht zu übernehmen.

3. Wo bzw. wann müssen die obigen Informationen erteilt werden?

Die Information über den potentiellen Vertragspartner muss dem Verbraucher zweimal erteilt werden: einmal zum frühestmöglichen Zeitpunkt und ein weiteres Mal unmittelbar, bevor der Verbraucher seine Vertragserklärung abgibt (beim Bestellbutton). Die Information muss überdies klar, verständlich und in der Gestaltung hervorgehoben sein.

Details: [E-Commerce: Der Bestellbutton im Webshop](#)

Zum frühestmöglichen Zeitpunkt bedeutet, dass diese Information bereits dann vorliegen muss, wenn das Ergebnis einer Suchanfrage auf dem Online-Marktplatz präsentiert wird.

Von der zweimaligen Informationsverpflichtung besteht eine Ausnahme: Werden Verträge ausschließlich mit Dritten abgeschlossen, reicht eine einmalige Information aus.

Für alle anderen Informationen gibt es keine besonderen gesetzlichen Vorgaben, wo bzw. wann sie erteilt werden müssen. Sie müssen nur klar und verständlich vor Vertragsabschluss erteilt werden.

4. Folgen und Strafen bei Nichtbeachtung

Ein Verstoß gegen die Informationspflichten für Online-Marktplätze stellt eine Verwaltungsübertretung dar. Eine Verletzung der Informationspflichten ist dann gegeben, wenn falsche Angaben aufgenommen sind oder die Informationspflichten nicht oder nicht vollständig erfüllt sind. Eine Verletzung ist mit ist mit bis zu 2 Mio EUR oder 4% des letztjährigen weltweiten Jahresumsatzes sanktioniert.

Stand: 01.08.2022