

## Hinweisblatt zum Online-Handel zwischen Unternehmern (Business to Business / B2B)

Die Rechtsprechung verlangt von den Online-Händlern, die im B2B-Bereich Waren bewerben und anbieten, **dass sie alle zumutbaren Maßnahmen ergreifen, um eine Beteiligung von Verbrauchern zu vermeiden!**

Das betrifft alle Geschäftsstadien, also:

- die **bloße Werbung** für Produkte;
- den **Zugang** zu B2B- Angeboten;
- die **Vertragsabwicklung** und
- die **nachvertragliche Beziehung** zwischen den Vertragsparteien.

Der Bundesgerichtshof (BGH) hat mit der sog. Metro-Rechtsprechung (Urteile vom 11.11.1977 (Az: I ZR 179/75), vom 26.01.1979 (Az: I ZR 18/77) und vom 30.11.1989 (Az: I ZR 55/87) die **Überwachungspflichten der Händler** für den stationären (also im Ladenlokal stattfindenden) B2B-Handel ausformuliert - dort gilt zwingend:

- **kein Zugang ohne Einlasskontrolle** (Zugang nur mit Einkaufsausweis bzw. gegen Vorlage des Gewerbescheins, Verbands- oder Kammerausweises) und
- **Durchführen von Ausgangskontrollen** (damit überprüft werden kann, ob die vom Käufer gewählten Waren seiner gewerblichen Tätigkeit zugerechnet werden können und kein „verdeckter“ privater Erwerb vorliegt).

Diese Grundsätze gelten, soweit technisch durchführbar, im Online-Handel entsprechend. Der Verbraucherschutz darf auch hier nicht beschnitten werden.

Das bedeutet, dass **Online-Händler auch im B2B-Bereich umfassende Überwachungspflichten** haben, bei deren Verletzung die **kostenpflichtige Abmahnung wegen wettbewerbswidrigen Verhaltens droht**.

## Beachten Sie daher bei der Einrichtung bzw. Gestaltung Ihres B2B-Shops:

### 1. Es muss ein optisch und inhaltlich klarer und transparenter Verbraucherausschluss für die Seitenbesucher erfolgen.

Das bedeutet:

- Der Ausschluss **darf nicht unauffällig oder versteckt** im Shop angebracht werden. Er sollte gut wahrnehmbar auf jeder Seite des Shops erfolgen.
- Der Ausschluss sollte einfach verständlich formuliert sein. Es sollten **keine Formulierungen und Abkürzungen verwendet** werden, **die dem Durchschnittsverbraucher nichts sagen**.
- Der Verbraucherausschluss sollte so formuliert sein, dass der **Verbraucher** ohne weiteres erkennen kann, dass er **zum Vertragsschluss nicht berechtigt** ist.
- Insbesondere dürfen sich auf den Seiten **keine Angaben** finden, **die den Rückschluss zulassen, dass Verbraucher zum Vertragsschluss doch berechtigt** sind (z.B. eingestelltes Widerrufs-/ Rückgaberecht).
- Der Verbraucherausschluss sollte vorgenommen werden, **bevor der Kunde zu den konkreten ausgestellten Produkten gelangt** und erst recht bevor es zum Vertragsschluss kommt.
- Händler, die sowohl B2B als auch B2C betreiben, sollten für **klar und unmissverständlich getrennte B2B- und B2C-Bereiche sorgen**. Verbraucher dürfen keinen Zugang zu dem gewerblichen Bereich haben. Es empfiehlt sich, zwei voneinander unabhängige Online-Shops einzurichten.

### 2. Es muss eine „virtuelle Eingangskontrolle“ stattfinden. Verbraucher dürfen Bestellungen nicht auslösen können.

Um das rechtssicher umzusetzen, sollten zur Überprüfung der Unternehmereigenschaft Vorschaltverfahren installiert werden:

- Zum einen kann ein **Zulassungsverfahren** durchgeführt werden, bevor ein Kunde Zugang zur Seite erhält. Bevor der Kunde die Seite/den Shop betreten kann, muss er also dem Händler einen Nachweis erbringen, dass er Unternehmer ist (z.B. durch Vorlage/Scan des Gewerbescheins, des Verbands- oder Kammerausweises). Ohne Nachweis, kein Zutritt.
- Es kann aber auch dem Shop in **einem ersten Schritt eine Seite vorgeschaltet werden**, die den optisch und inhaltlich klaren und transparenten Hinweis auf den Ausschluss von Verbrauchern enthält, welchen der Besucher erst abhaken muss, um zum Shop zu gelangen. Der Kunde muss dann dem Verkäufer wiederum in einem **zweiten Schritt den Nachweis erbringen**, dass er als Unternehmer handelt, indem er Scan/Kopie des Gewerbescheins etc. vorlegt bzw. einreicht. Ohne Mitwirkung, kein Zugang.

(Eine solche Abhak-Box / Opt-In-Box kann auch in den Bestellvorgang integriert werden. Die Abfrage sollte jedoch **möglichst frühzeitig erfolgen**, also noch bevor der Kunde die Einzelheiten zu den Produkten, Artikel etc. einsehen kann).

- Zulässig ist auch eine Echtzeit-Überprüfung des Unternehmers über die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer möglich.
- Der Verkäufer kann sich für den B2B-Handel auch gezielt eine Plattform aussuchen, die bereits den speziellen Überwachungspflichten im B2B- Bereich entsprechend ausgestaltet und eingerichtet sind (z.B. <http://business.ebay.de/>).

**3. Online-Händler sollten im B2B-Bereich zumindest stichprobenartig prüfen, ob die getätigten Bestellungen der Unternehmung des Bestellers zuzurechnen sind.**

Online-Händler sollten im B2B-Bereich schon im eigenen Interesse großen Wert darauf legen, **Verbraucher bestmöglich vom B2B- Bereich auszuschließen**, also mehr zu tun, als lediglich Hinweise zu platzieren.

Kommt es zur Abmahnung legen die Gerichte nämlich **hohe Maßstäbe** an. Die Rechtsprechung verlangt von den B2B- Händlern, dass sie **alle ihnen zumutbaren Anstrengungen** unternehmen, um eine Verbraucherbeteiligung im B2B- Bereich zu vermeiden!

**Es gilt:**

- Shops und Webseiten, **die für jedermann unbeschränkt zugänglich sind**, richten sich zumindest auch an Verbraucher.
- Ob sich der Händler mit seinem Shop im Bereich B2B oder B2C befindet, entscheidet sich maßgeblich danach, **wie ein unvoreingenommener Besucher des Shops das Angebot verstehen und einordnen würde**.
- Der bloße Wille des Händlers, nur an Unternehmer veräußern zu wollen, ist **unbeachtlich**.