

Abmahnungen im E-Commerce: 10 Fallen und wie du sie vermeidest

Konkrete Maßnahmen gegen die häufigsten Abmahngründe - Kosten sparen statt Anwälte zahlen

Jana Kowalski · 20.08.2026

Im September 2025 bekam ich von einem Shopify-Seller die Nachricht: Abmahnung eingegangen, 1.200 Euro Anwaltskosten, dazu die Unterlassungserklärung. Der Grund? Ein fehlender Datenschutzhinweis bei der Newsletter-Anmeldung. Ein Fehler, der in 15 Minuten zu beheben gewesen wäre.

Das ist kein Einzelfall. Jedes Jahr wandern Tausende Abmahnungen in die Postfächer von Online-Händlern - viele davon völlig vermeidbar. Die Kosten: Anwaltsgebühren zwischen 800 und 5.000 Euro pro Abmahnung, dazu Schadensersatzforderungen, die Angst vor Sperrung des Shops und schlaflose Nächte. Dabei gibt es konkrete, meist kostenlose Maßnahmen, um das Risiko drastisch zu senken.

Ich habe in den letzten Jahren mit Lieferanten, Fulfillment-Partnern und Händlern aus dem deutschsprachigen Raum zusammengearbeitet und gesehen, welche Fehler immer wieder zu Abmahnungen führen. Dieser Artikel fasst die 10 häufigsten Fallen zusammen - und zeigt, wie du sie konkret vermeidest.

Die 10 häufigsten Abmahngründe im E-Commerce

1. Unvollständiges oder fehlerhaftes Impressum

Das Impressum ist die Visitenkarte deines Shops - und einer der häufigsten Abmahngründe, wenn es fehlerhaft ist. Konkret heißt das: Name, Adresse, Telefonnummer, E-Mail und Handelsregisternummer müssen korrekt und vollständig sein. Viele Seller vergessen die Steuernummer oder verstecken das Impressum so tief im Shop, dass es nicht sofort erreichbar ist.

Die Lösung ist einfach: Lege dein Impressum auf einer separaten Seite an, verlinke es deutlich sichtbar in der Footer-Navigation und überprüfe alle Angaben monatlich. Bei Adressänderungen sofort aktualisieren. Nutze kostenlose Impressum-Generatoren wie den von Trusted Shops oder eRecht24, um sicherzustellen, dass nichts vergessen wird.

2. Fehlende oder mangelhafte Datenschutzerklärung

Seit der DSGVO im Mai 2018 ist eine Datenschutzerklärung nicht optional - sie ist Pflicht. Viele Seller haben zwar eine Erklärung, aber sie ist zu kurz, zu allgemein oder berücksichtigt nicht alle Datenquellen (Cookies, Google Analytics, Newsletter, Zahlungsanbieter). Das führt zu Abmahnungen durch Konkurrenten oder Verbraucherschutzverbände.

Deine Datenschutzerklärung muss konkret auflisten, welche Daten du sammelst, warum, wie lange du sie speicherst und welche Rechte der Kunde hat. Nutze Generatoren wie Datenschutz-Generator.de oder eRecht24, die automatisch alle Drittanbieter

berücksichtigen. Überprüfe die Erklärung alle 6 Monate, wenn du neue Tools oder Zahlungsanbieter integrierst.

3. Unzulässige Cookie-Banner und Tracking

Google Analytics, Facebook Pixel, Hotjar - diese Tools sind weit verbreitet, aber viele Seller haben keine gültige Zustimmung der Nutzer eingeholt. Ein Cookie-Banner, das nur sagt "Akzeptieren", reicht nicht aus. Es muss möglich sein, alle Cookies abzulehnen, und die Ablehnung muss genauso einfach sein wie die Akzeptanz.

Überprüfe dein Cookie-Banner sofort: Kann der Besucher alle Cookies ablehnen? Wird die Ablehnung gespeichert? Nutze kostenlose Tools wie Consentmanager oder Cookiebot, um sicherzustellen, dass dein Banner DSGVO-konform ist. Bei Shopify kannst du das kostenlose Plugin "Compliance" verwenden, das automatisch Cookie-Banner und Datenschutz-Links verwaltet.

4. Irreführende Preisangaben und versteckte Gebühren

"Versand ab 2,99 Euro" - aber nur für Standardversand, nicht für Express. "Kostenlos" - aber erst ab 50 Euro Bestellwert. Diese Praktiken führen zu Abmahnungen wegen unlauterer Geschäftspraktiken. Die Preisangabenverordnung (PAngV) verlangt, dass der Endpreis klar und deutlich ist.

Lösung: Zeige immer den Endpreis an, inklusive aller Gebühren. Verstecke keine Kosten hinter Klicks. Wenn es verschiedene Versandoptionen gibt, liste sie alle auf der Produktseite auf. Nutze Shopify-Apps wie "Shipping Bar" oder "Free Shipping Bar", um Versandkosten transparent zu kommunizieren.

5. Fehlende AGB und Widerrufsrecht

Viele Seller, besonders Anfänger auf Shopify, vergessen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder schreiben sie so vage, dass sie nicht rechtskonform sind. Das Widerrufsrecht muss deutlich kommuniziert werden - 14 Tage für Verbraucher, Ausnahmen für digitale Produkte müssen klar benannt sein.

Erstelle deine AGB mit einem Rechts-Generator (eRecht24, Trusted Shops) und passe sie an dein Geschäftsmodell an. Nutze Shopify-Apps wie "Accordion" oder "Tabs", um AGB und Widerrufsrecht prominent zu platzieren. Überprüfe die Texte alle 12 Monate auf Änderungen im Recht.

6. Unerlaubte Werbung und Newsletter ohne Zustimmung

Double-Opt-In ist nicht optional - es ist die Regel. Wenn du Newsletter versendest, musste der Kunde explizit zustimmen. Viele Seller nutzen vorgekreuzte Checkboxen oder versenden Newsletter an Kunden, die nie zugestimmt haben. Das führt zu Abmahnungen und Bußgeldern bis 50.000 Euro.

Implementiere Double-Opt-In: Der Kunde meldet sich an, erhält eine Bestätigungsmail, klickt einen Link und ist erst dann im Newsletter. Nutze Tools wie Klaviyo, Brevo oder Mailchimp, die das automatisch verwalten. Dokumentiere alle Zustimmungen, um im Falle einer Abmahnung Beweise zu haben.

7. Markenrechtsverletzungen und Keyword-Missbrauch

Du verkaufst Produkte, die mit einer bekannten Marke kompatibel sind? Dann darfst du das erwähnen, aber nicht so, dass es wirkt, als würde die Marke dein Produkt empfehlen. Auf Amazon und in Google-Anzeigen ist das ein häufiger Grund für Abmahnungen. "iPhone Hülle für Apple iPhone 12" ist okay. "Original Apple iPhone Hülle" ist nicht okay.

Überprüfe deine Produktbeschreibungen und Keywords: Nutze Kompatibilitätsangaben statt Markennamen, vermeide "Original", "Authentic" oder "Genuine", wenn das Produkt nicht von der Marke ist. Bei Amazon nutze die Funktion "Kompatibilität", um Produkte mit anderen Marken zu verlinken, ohne sie zu missbrauchen.

8. Fehlende Impressumsangaben auf Social Media

Du betreibst einen Instagram-Shop oder verkaufst über Facebook? Dann brauchst du auch dort ein Impressum. Viele Seller vergessen das und bekommen Abmahnungen, weil ihre Social-Media-Kanäle als Geschäftsbetrieb gelten. Das Impressum muss leicht erreichbar sein - nicht versteckt in einer privaten Nachricht.

Erstelle auf jedem Social-Media-Kanal eine "Impressum"-Seite oder einen Link in der Bio, die auf dein Shop-Impressum verweist. Bei Instagram kannst du einen Link im Profil platzieren, bei Facebook eine separate Seite erstellen. Überprüfe regelmäßig, dass der Link funktioniert.

9. Fehlerhafte Produktbeschreibungen und Abmahnungen durch Konkurrenten

Wenn deine Produktbeschreibung irreführend ist ("100% Wolle" bei 80% Polyester) oder du Bilder verwendest, die nicht dein Produkt zeigen, kann dich ein Konkurrent abmahnen. Das ist legal, wenn die Beschreibung tatsächlich falsch ist. Viele Seller kopieren Beschreibungen von Lieferanten oder anderen Shops - das ist nicht nur eine Abmahnung, sondern auch Urheberrechtsverletzung.

Schreibe Produktbeschreibungen selbst oder lass sie übersetzen. Überprüfe alle Angaben (Material, Größe, Gewicht) mit dem Lieferanten. Nutze nur eigene Fotos oder lizenzierte Bilder. Bei Dropshipping: Frage deinen Lieferanten nach den genauen Spezifikationen und dokumentiere sie.

10. Fehlende Rechtsmittelbelehrung und AGB-Verstoß bei Widersprüchen

Wenn ein Kunde eine Beschwerde einreicht, musst du eine Rechtsmittelbelehrung geben - das heißt, ihn informieren, dass er bei der Verbraucherschutzbehörde oder einem Schlichter Beschwerde einreichen kann. Das wird oft vergessen. Zudem darf man in den AGB nicht auf Rechte verzichten, die das Gesetz dem Verbraucher gibt (z.B. Gewährleistung).

Integriere eine Rechtsmittelbelehrung in deine E-Mail-Vorlagen für Kundenbeschwerden. Überprüfe deine AGB auf Klauseln, die Verbraucherrechte einschränken - diese sind

ungültig und können zu Abmahnungen führen. Nutze Templates von Trusted Shops oder eRecht24 als Vorlage.

Vergleich: Proaktive Maßnahmen vs. Reaktive Kosten

Die Rechnung ist einfach: Eine Stunde Arbeit heute spart dir 1.000 bis 3.000 Euro in drei Monaten. Und das ist noch nicht mitgerechnet, dass Abmahnungen dein psychisches Wohlbefinden kosten und dich von der eigentlichen Arbeit ablenken.

Konkrete Checkliste: Dein Schutzplan für die nächsten 30 Tage

Nicht alle 10 Punkte sind gleich dringend. Hier ist eine Prioritätenliste für die nächsten vier Wochen:

Woche 1: Kritische Fehler beheben

- Impressum überprüfen: Name, Adresse, Telefon, E-Mail, Handelsregisternummer
- Datenschutzerklärung mit Generator erstellen oder aktualisieren
- Cookie-Banner installieren und testen (Ablehnung muss möglich sein)
- Newsletter-Anmeldung auf Double-Opt-In überprüfen

Woche 2-3: Weitere Compliance-Anforderungen

- AGB und Widerrufsrecht überprüfen oder mit Generator erstellen
- Preisangaben überprüfen: Endpreis sichtbar? Versteckte Gebühren?
- Social-Media-Kanäle: Impressum hinzufügen oder Link in Bio platzieren
- Produktbeschreibungen: Überprüfen auf Fehler und Markenrechtsverletzungen

Woche 4: Dokumentation und Überwachung

- Alle Zustimmungen (Newsletter, Cookies) dokumentieren
- Kalender-Erinnerung setzen: Alle 6 Monate Datenschutzerklärung überprüfen
- Kalender-Erinnerung: Alle 12 Monate AGB und Impressum aktualisieren
- Tool einrichten, um Änderungen im E-Commerce-Recht zu verfolgen (z.B. eRecht24 Newsletter)

Werkzeuge und Ressourcen (kostenlos und kostenpflichtig)

Es gibt eine Reihe von Tools, die dir helfen, Abmahnungen zu vermeiden - viele davon kostenlos:

Kostenlose Tools

- eRecht24 Impressum-Generator: Erstellt rechtskonforme Impressen und Datenschutzerklärungen
- Trusted Shops: Bietet Muster für AGB, Widerrufsrecht und Impressum
- Datenschutz-Generator.de: Spezialisiert auf DSGVO-konforme Datenschutzerklärungen
- Shopify Compliance Plugin: Verwaltet Impressum, Datenschutz und Cookie-Banner automatisch
- eRecht24 Newsletter: Kostenlose wöchentliche Updates zu Änderungen im E-Commerce-Recht

Kostenpflichtige Tools (sinnvoll für größere Shops)

- Consentmanager oder Cookiebot: Professionelle Cookie-Banner mit automatischer Compliance (ab 20 Euro/Monat)
- Trusted Shops Paket: Zertifizierung + Rechtssicherheit + Käuferschutz (ab 99 Euro/Monat)
- Rechtsanwalt-Hotline: Einige Anbieter wie eRecht24 Pro bieten Rechtsberatung per Telefon (ab 99 Euro/Monat)

Was tun, wenn du trotzdem eine Abmahnung bekommst?

Selbst wenn du alles richtig machst, kann eine Abmahnung kommen - manchmal wegen eines Fehlers, den du übersehen hast, manchmal wegen einer Rechtsänderung, die du nicht mitbekommen hast. Hier ist die wichtigste Regel: Nicht in Panik verfallen.

Erste Schritte: Lies die Abmahnung genau durch und notiere die Frist zur Stellungnahme (meist 2 Wochen). Kontaktiere sofort einen Anwalt, der auf E-Commerce-Recht spezialisiert ist - die erste Beratung kostet oft 100-200 Euro und kann dir Tausende sparen. Unterzeichne die Unterlassungserklärung nicht sofort, auch wenn dich der Abmahner dazu auffordert. Lasse einen Anwalt prüfen, ob die Forderung berechtigt ist.

"Viele Abmahnungen sind unbegründet oder überfordern. Ein Anwalt kann oft eine Reduzierung der Kosten aushandeln oder die Abmahnung ganz abwehren. Es lohnt sich, die 100-200 Euro für eine erste Beratung auszugeben."

Nach der Abmahnung: Behebe den Fehler sofort, dokumentiere die Behebung und überprüfe, ob ähnliche Fehler an anderen Stellen deines Shops vorhanden sind. Viele Abmahner versuchen, mehrere Fehler zu finden - wenn du einen behebst, überprüfe alle anderen Punkte aus dieser Checkliste.

Fazit: Prävention ist günstiger als Reaktion

Abmahnungen sind teuer, zeitraubend und stressig. Aber sie sind zu 90 Prozent vermeidbar. Die zehn Punkte aus diesem Artikel sind nicht kompliziert - sie erfordern nur Aufmerksamkeit und regelmäßige Überprüfung.

Meine Empfehlung: Nutze die Checkliste aus Woche 1 und 2 und behebe alle kritischen Fehler in den nächsten 14 Tagen. Das kostet dich vielleicht 3-5 Stunden und 0-200 Euro für Tools. Dann setzt du dir eine Erinnerung, um alle 6 Monate zu überprüfen, ob noch alles stimmt. Das ist eine kleine Investition, die dir Jahr für Jahr Tausende Euro spart und dir ermöglicht, dich auf das zu konzentrieren, was wirklich wichtig ist: Dein Geschäft auszubauen.