

Kommunikation & Recht



Betriebs-Berater für

● Medien ● Telekommunikation ● Multimedia

3
K&R

- Editorial: Fairer Wettbewerb zwischen Internet-Suchmaschine und Online-Presse · *Dr. Eckhard Bremer*
- 145 Zu Risiken und Nebenwirkungen lesen Sie die Teilnahmebedingungen · *Jörg F. Smid*
- 148 eBay & Recht – Rechtsprechungsübersicht zum Jahr 2009
Dr. Uwe Schlömer und Jörg Dittrich
- 159 Reduzierte Informationspflichten für den M-Commerce
Dr. Edgar Rose und Prof. Dr. Jürgen Taeger
- 166 Die Entwicklung des Datenschutzrechts im Jahr 2009
Dr. Flemming Moos
- 173 Länderreport USA · *Clemens Kochinke*
- 175 BGH: Kein Unterlassungsanspruch gegen Namensnennung von Straftätern im Online-Archiv
mit Kommentar von *Dr. Holger Nieland*
- 181 BGH: Anforderungen an AGB-Rückgabebelehrung
mit Kommentar von *Dr. Felix Buchmann*
- 187 BGH: Preissuchmaschine muss auch Versandkosten angeben –
„Versandkosten bei Froogle“
- 201 OLG Frankfurt a. M.: Kein Anspruch auf Speicherung von Verbindungsdaten auf Zuruf
mit Kommentar von *Sören Rößner*

13. Jahrgang

März 2010

Seiten 145–216

Verlag Recht und Wirtschaft · Frankfurt am Main

wahrgenommen werden. Dennoch ist bei der Fernsehwerbung, anders als bei Printmedien oder gar dem Internet, wo auf die Teilnahmebedingungen beispielsweise durch das Setzen eines Hyperlinks umfassend hingewiesen werden kann,³¹ ein Hinweis auf andere Informationsquellen nicht nur mindestens erforderlich, sondern ggf. auch ausreichend, vorausgesetzt, der Verbraucher kann nach den konkreten Umständen des Falles auf weiterführende Hinweise zu den Teilnahmebedingungen in leicht zugänglichen Quellen verwiesen werden. Derart leicht zugängliche Quellen sind, so der BGH ausdrücklich, etwa Internetseiten oder im Handel erhältliche Teilnahmekarten.³²

Die Grenzen derartiger Verweisung auf die Teilnahmebedingungen aus leicht zugänglichen Quellen sind dort erreicht, wo es an der leichten Zugänglichkeit der Quelle fehlt, so bspw. wenn die Teilnahmekarten nur in einigen wenigen ausgewählten Filialen einer Supermarktkette erhältlich sind, oder wenn der Verbraucher mit nicht einheitlichen Teilnahmebedingungen konfrontiert ist.³³ Stellt der Werbende die Teilnahmebedingungen dagegen in sein Internetangebot ein, dürfte die „leicht zugängliche Quelle“ nunmehr regelmäßig eröffnet sein.³⁴

IV. Fazit

Die Entscheidung des BGH kommt mit überzeugender, z.T. von der Literatur³⁵ antizipierter Begründung dem nachvollziehbaren Bedürfnis der Werbepaxis nach, ihre Werbeanmeldungen in „flüchtigen Medien“ wie Fernsehen oder auch Radio nicht mit Hinweisen zu überfrachten, die der Verbraucher letzten Endes nicht mehr wahrnehmen kann. Solange sichergestellt ist, dass sich der Verbraucher vor seiner Entscheidung über die Teilnahmebedingungen eines Preisausschreibens oder eines Gewinnspiels umfassend informieren kann (nicht muss), genügt es, auf die Existenz derartiger Bedingungen hinzuweisen und dem Verbraucher die leichte Zugänglichkeit zu ermöglichen. Der BGH stellt in seinem FIFA-WM-Gewinn-

spiel-Urteil zwar eher beiläufig, jedoch eindeutig klar, dass das Internet mittlerweile eine solche leicht zugängliche Quelle für Verbraucherinformationen ist.³⁶

Zudem fordert die Entscheidung die Frage heraus, ob für die Transparenz des § 4 Nr. 5 UWG überhaupt auf die Natur des Mediums abzustellen ist. Da die Vorschrift (lediglich) sicherstellen soll, dass die Verbraucher eine „informierte Entscheidung“ über ihre Teilnahme an einem Preisausschreiben oder einem Gewinnspiel treffen können, sollte es genügen, die erforderlichen Informationen unabhängig von der Art des Werbemediums so rechtzeitig zu geben, dass sie bei seiner Entscheidung über die Teilnahme berücksichtigt werden können. Beschränkt sich die Werbung auf die bloße Ankündigung des Gewinnspiels, besteht deshalb, wie der BGH gezeigt hat, grundsätzlich noch kein Bedürfnis, dem Verbraucher schon zu diesem Zeitpunkt die für seine Entscheidung erforderlichen Informationen zu geben.³⁷ Ist sichergestellt, dass der Verbraucher die Informationen über die Teilnahmebedingungen über leicht zugängliche Quellen, konkret das Internet, erhält, kommt es auf die Natur des Werbemediums nicht mehr an. Entscheidend ist, dass der Verbraucher eine fundierte, auf Kenntnis der Teilnahmebedingungen beruhende Teilnahmeentscheidung treffen kann.

31 Bruhn, in: Harte/Henning (Fn. 6), § 4 Nr. 5 Rn. 36 m. w. N.

32 BGH, 9. 7. 2009 – I ZR 64/07, K&R 2010, 107, 108, Rn. 15 = WRP 2010, 238, 240 – FIFA-WM-Gewinnspiel.

33 Diese Möglichkeit war in dem entschiedenen FIFA-WM-Gewinnspiel-Fall vom Kläger vorgetragen, indes nicht zum Streitgegenstand gemacht worden.

34 Zum Internet als alternative Teilnahmemöglichkeit an Gewinnspielen vgl. bereits Hefermehl/Köhler/Bornkamm (Fn. 4) § 4 Rn. 6.13.

35 Hefermehl/Köhler/Bornkamm (Fn. 4), § 4 Rn. 5.14; Bruhn, in: Harte/Henning (Fn. 6), Rn. 34 ff.

36 Ebenso bereits Hefermehl/Köhler/Bornkamm (Fn. 4), § 4 Rn. 6.13 a. E. m. w. N.

37 Es sein denn, die Teilnahme ist unmittelbar möglich.

RA Dr. Uwe Schlömer und RA Jörg Dittrich, LL.M. oec., Hamburg*

eBay & Recht – Rechtsprechungsübersicht zum Jahr 2009

Der folgende Beitrag knüpft an die Rechtsprechungsübersicht zum Jahr 2008 (Schlömer/Dittrich, K&R 2009, 145 ff.) an. Neben einer Reihe instanzgerichtlicher Urteile zum Thema „eBay & Recht“ konnte auch der Bundesgerichtshof mit mehreren relevanten Entscheidungen mehr Rechtssicherheit für den Handel auf dem Online-Marktplatz schaffen. Der VIII. Zivilsenat beim Bundesgerichtshof bekam zudem die Gelegenheit, sich zu den seit Jahren im Fokus stehenden Informations- und Belehrungspflichten gewerblicher eBay-Verkäufer zu äußern. Darüber hinaus antwortete der EuGH im Rahmen einer Vorabentscheidung auf die Frage, ob und unter welchen Voraussetzungen ein Verkäufer im Falle des fristgerechten Widerrufs durch den Verbraucher Wertersatz für die Nutzung des gelieferten Verbrauchsgutes verlangen kann.

I. Vertragsabschluss und Leistungsstörungen

1. Missbräuchliches Beharren auf Vertragserfüllung

Medial für Aufsehen gesorgt hat der Rechtsstreit um einen auf eBay geschlossenen Kaufvertrag über einen PORSCHE 911/997 Carrera 2S Coupe zum Preis von EUR 5,50. Der Beklagte hatte den Sportwagen im Rahmen einer Online-Auktion mit einem Startpreis von EUR 1,00 angeboten, dann aber 8 Minuten später das Angebot vorzeitig ohne Angabe von Gründen beendet. Der spätere Kläger war zu diesem Zeitpunkt Höchstbietender mit einem Gebot von EUR 5,50 und verlangte schließlich Schadensersatz als der beklagte Verkäufer die Herausgabe des Sportwagens verweigerte. Das LG Koblenz hat die auf Zahlung von

* Mehr über die Autoren erfahren Sie auf S. VIII.

EUR 75 000,00 Schadensersatz gerichtete Klage als unbegründet abgewiesen.¹ Zwar hätten die Parteien einen wirksamen Kaufvertrag geschlossen und habe sich der Verkäufer dem Grunde nach schadensersatzpflichtig gemacht. Allerdings würde eine Verurteilung zur Leistung von Schadensersatz zu einer mit der Gerechtigkeit nicht zu vereinbarenden Benachteiligung führen. Nach Überzeugung des Gerichts sei auszuschließen, dass keine weiteren Gebote für den Sportwagen abgegeben worden wären; der Kläger habe daher nicht damit rechnen können, das KFZ für EUR 5,50 oder auch zu dem von ihm eingegebenen maximalen Gebotsbetrag von EUR 1100,00 zu erwerben. Der Einwand des aus § 242 BGB abgeleiteten Instituts des Rechtsmissbrauchs stehe daher der Durchsetzbarkeit des Schadensersatzanspruchs entgegen. Auf die in der Folge eingelegte Berufung hat das *OLG Koblenz* den Hinweis erteilt, das Rechtsmittel durch Beschluss zurückweisen zu wollen.² Zwar müsse die Annahme eines Rechtsmissbrauchs aus Gründen der Rechtssicherheit auf Ausnahmefälle beschränkt bleiben; ein solcher Sonderfall liege aber vor. Der Beklagte habe die Online-Auktion bereits nach einem sehr kurzen Zeitraum abgebrochen; eine willkürliche Vorgehensweise des Anbieters bei einem gleichzeitig besonderen Schutzbedürfnis des Klägers sei nicht zu erkennen. Es liege ein nur noch als extrem zu bezeichnendes Missverhältnis zwischen dem gebotenen Preis und dem Wert der Sache vor; schließlich sei der Sportwagen später vom Beklagten erneut eingestellt worden und habe dann auch einen Erlös von EUR 73 450,00 erzielt. Nach den Umständen des konkreten Einzelfalls könne daher kein Schadensersatz verlangt werden.

2. Abnahmepflicht des Käufers bei „Sofort-Kaufen“

Um die Wirksamkeit eines auf dem eBay-Marktplatz geschlossenen Kaufvertrages ging es auch in einem vor dem *LG Frankfurt/O.* geführten Verfahren.³ Der Kläger begehrte die Zahlung des Kaufpreises für einen gebrauchten CHRYSLER Voyager, den er bei einem damaligen Kilometerstand von 135 000 km im Rahmen einer Online-Auktion mit zusätzlicher „Sofort-Kaufen“-Option angeboten hatte. Die Beklagte nutzte die Option „Sofort-Kaufen“ für EUR 8750,00 – später war sie jedoch nicht mehr geneigt, das KFZ abzunehmen. Der Kläger stellte daraufhin das Fahrzeug erneut bei eBay ein, konnte es aber nicht anderweitig veräußern. Er bestand deshalb gegenüber der Beklagten doch noch auf Kaufpreiszahlung abzüglich eines noch in Abzug zu bringenden Minderungsbetrages wegen zwischenzeitlich zusätzlich gefahrener 7500 km. Das Gericht hegte keine Zweifel, dass ein wirksamer Kaufvertrag nach Maßgabe der für den Handel auf dem eBay-Marktplatz geltenden Grundsätze zustande gekommen ist.⁴ Falls die Beklagte bei Wahl der sog. „Sofort-Kaufen“-Option ggf. innere Vorbehalte hatte, seien diese unerheblich. Der Umstand, dass der Kläger das Fahrzeug erneut bei eBay eingestellt hatte, spreche nicht zwingend für eine einvernehmliche Vertragsaufhebung. Vielmehr habe es dem Interesse des Klägers wie auch der Beklagten entsprochen, dass der Kläger das Fahrzeug erneut zum Verkauf gestellt hat; denn ein erfolgreicher Verkauf hätte einen möglichen Schaden verringert und der Kläger wäre der ihm nach § 254 Abs. 2 BGB obliegenden Pflicht zur Schadensminderung nachgekommen. Der beklagten Käuferin stehe aufgrund der durch den Weitergebrauch höheren Gesamtfahrleistung auch kein Recht zum Rücktritt vom Vertrag zu. Zwar liege insoweit ein irreparabler Sachmangel vor; einem Rücktrittsrecht stehe jedoch § 287

BGB sowie der Rechtsgedanke des „venire contra factum proprium“ entgegen.

3. Stillschweigende Beschaffenheitsgarantie bei Privatverkauf?

Nach einer Entscheidung des *OLG Celle* beinhaltet der Hinweis in einem privaten eBay-Angebot, der nicht angeschlossene Motor einer gebrauchten Segelyacht sei in einer Wassertonne getestet worden, noch nicht die Übernahme einer Garantie für die Gebrauchstauglichkeit des Motors i. S. d. § 443 Abs. 1 BGB.⁵ Bei einem Privatverkauf treffe die für den gewerblichen Verkauf i. d. R. maßgebliche Erwägung, dass der Käufer sich auf die besondere Erfahrung und Sachkunde des Händlers verlässt und in dessen Erklärungen daher die Übernahme einer Garantie sieht, nicht zu. Vielmehr stehe dem Interesse des Käufers gleichgewichtig das Interesse des Privatverkäufers gegenüber, für nicht mehr als dasjenige einzustehen zu müssen, was er nach seiner laienhaften Kenntnis zu beurteilen vermag. Auch die Besonderheit des Kaufs über eBay rechtfertige keine anderweitige Bewertung. Käufer seien zwar wegen der häufig großen Entfernung zum Verkäufer vor allem auf die Artikelbeschreibung angewiesen; allein die fehlende Möglichkeit oder Fähigkeit, Angaben des Verkäufers vor Abschluss des Kaufvertrages zu überprüfen, berechtigten jedoch nicht zu der Annahme, der Verkäufer wolle, auch ohne dies ausdrücklich erklärt zu haben, für fehlerhafte Angaben unter allen Umständen haften.

4. Nacherfüllung bei Fernabsatzverträgen, aber wo?

Oftmals stellt sich die Frage, an welchem Ort eine vom Verkäufer zu leistende Nacherfüllung im Falle eines Mangels der Kaufsache zu erfolgen hat. Der Sitz des Verkäufers ist regelmäßig nicht identisch mit dem Belegenheitsort der gekauften Sache, also mit dem Ort, an dem sich die Sache befindet, wenn ein Fehler festgestellt wird. Das *OLG Celle* schloss sich der wohl herrschenden Ansicht an, derzufolge der Erfüllungsort für eine Nachbesserung am Sitz des Käufers ist.⁶ Ist bei einem Kauf im Fernabsatz für die Durchführung der Nacherfüllung ein Ort im Vertrag nicht bestimmt und war beiden Parteien bei Abschluss des Vertrages klar, dass die Sache bestimmungsgemäß beim Käufer sein wird, habe – so das niedersächsische Gericht – die Nacherfüllung am Sitz des Käufers zu erfolgen.

5. Nutzungswertersatz bei Rücktritt vom Kaufvertrag

Umstritten war zuletzt, ob einem Verkäufer ein Anspruch auf Wertersatz zustehen kann, wenn der Käufer wegen eines Mangels der Kaufsache vom Vertrag zurücktritt. Für Verunsicherung sorgte bei einigen die Rechtsprechung des EuGH zur Unentgeltlichkeit der Ersatzlieferung, derzufolge es einem Verkäufer, wenn er ein vertragswidriges Verbrauchsgut geliefert hat, nicht gestattet ist, vom Verbraucher Wertersatz für die Nutzung des vertragswidrigen Verbrauchsguts bis zu dessen Austausch durch ein neues Verbrauchsgut zu verlangen.⁷ Wie der *BGH* jüngst festge-

1 Vgl. *LG Koblenz*, 18. 3. 2009 – 10 O 250/08, *K&R* 2009, 352 ff.

2 Vgl. *OLG Koblenz*, 3. 7. 2009 – 5 U 429/09, *MMR* 2009, 630 f.

3 Vgl. *LG Frankfurt/O.*, 3. 7. 2009 – 12 O 24/09.

4 So § 10 Nr. 4 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen für die Nutzung der deutschsprachigen eBay-Webistes.

5 Vgl. *OLG Celle*, 8. 4. 2009 – 3 U 251/08, *K&R* 2009, 404 ff.

6 Vgl. *OLG Celle*, 10. 12. 2009 – 11 U 32/09 mit Verweis auf *OLG München*, 12. 10. 2005 – 15 U 2190/05, *NJW* 2006, 449 sowie *BGH*, 8. 1. 2008 – X ZR 97/05 (allerdings für das Werkvertragsrecht), *NJW-RR* 2008, 724.

7 Vgl. *EuGH*, 17. 4. 2008 – Rs. C-404/06.

stellt hat, lassen sich diese Grundsätze nicht auf den Fall übertragen, dass ein Käufer den Rücktritt vom Vertrag erklärt.⁸ Bei der Rückabwicklung eines Verbrauchsgüterkaufs stehe einem Anspruch des Verkäufers auf Nutzungswertersatz gem. § 346 Abs. 1 BGB das europäische Recht nicht entgegen; der 15. Erwägungsgrund der Verbrauchsgüterkaufrichtlinie gestatte ausdrücklich, die Benutzung der vertragswidrigen Ware im Falle der Vertragsauflösung zu berücksichtigen.

II. Zur Strafbarkeit der Anmeldung und des Verkaufs verbotener Artikel

1. Einrichtung eines eBay-Mitgliedskontos unter falschen Personalien

Im E-Commerce ist die eindeutige Identifizierung der Beteiligten von ganz wesentlicher Bedeutung. Wer auf dem eBay-Marktplatz ein neues Mitgliedskonto eröffnet, verpflichtet sich, die von eBay bei der Anmeldung abgefragten Daten vollständig und korrekt anzugeben.⁹ Erfolgt die Anmeldung aber unter Angabe erfundener oder fremder Personalien und tätigt der betreffende Nutzer unter Verwendung eines derartigen Mitgliedskontos Transaktionen, stellt sich schnell die Frage nach der Strafbarkeit. Nach § 269 Abs. 1 StGB macht sich wegen Fälschung beweisheblicher Daten unter anderem strafbar, wer zur Täuschung im Rechtsverkehr beweishebliche Daten so speichert, dass bei ihrer Wahrnehmung eine unechte Urkunde vorliegen würde, oder derart gespeicherte Daten gebraucht.

Das *KG Berlin* verneinte die Strafbarkeit des (bloßen) Warenkaufs unter Verwendung eines mit fremden Personalien eröffneten eBay-Accounts.¹⁰ Ein „Gebrauchen“ der Daten scheidet aus, da im Verhältnis zum jeweiligen Verkäufer keine Identitätstäuschung vorliege. Das (erste) rechtlich erhebliche Verhalten eines jeden Verkäufers sei mit dem Einstellen des Artikelangebots abgeschlossen, ohne dass dieser sich überhaupt Gedanken über die Identität seines potentiellen Vertragspartners macht. Auf die erst nach dem Vertragsabschluss folgende automatisierte Bekanntgabe der Personalien folge keinerlei rechtserhebliches Verhalten des Verkäufers. In Betracht zu ziehen sei jedoch eine Strafbarkeit gem. § 269 Abs. 1 StGB hinsichtlich der Anmeldung eines Mitgliedskontos unter Angabe der Personalien eines Dritten. Die Berliner Richter widersprechen damit der Ansicht des *OLG Hamm*, in der Anmeldung eines Mitgliedskontos liege keine Speicherung beweisheblicher Daten, weil es an einer rechtlich relevanten Gedankenerklärung fehle.¹¹ Zu Recht weist das *KG Berlin* darauf hin, dass sich der Sachverhalt bei eBay-Mitgliedskonten maßgeblich vom Fall der Einrichtung eines E-Mail-Accounts bei einem sog. Freemailer unterscheidet, für den vertreten wird, dass es sich mangels nach außen wirkender Erklärung im Vergleich zu einer späteren missbräuchlichen Nutzung des E-Mail-Accounts zunächst nur um eine reine Vorbereitungshandlung handelt. Die Strafbarkeit scheidet – entgegen der Ansicht des *OLG Hamm* – auch nicht deshalb aus, weil es an der Beweis-/Garantiefunktion der hypothetischen unechten Urkunde fehlt. Beim Anlegen eines eBay-Accounts unter fremden Personalien werde gerade dann nicht nur über den Namen, sondern auch über die Identität des Anmeldenden getäuscht, wenn eine solche Anmeldung zur Umgehung einer zuvor gegen den Täter verhängten „Sperrung“ erfolgt. Die Marktplatz-Betreiber hätten ein erkennbares Interesse an der Mitteilung zutreffender Personalien der Marktplatz-Mitglieder.

2. Kein Regress nach strafbarem Verkauf von verbotenen Artikeln

Nach den auf dem eBay-Marktplatz geltenden Grundsätzen ist es verboten, Artikel feilzubieten, deren Angebot gegen rechtliche Vorschriften, die guten Sitten oder sonstige eBay-Grundsätze verstößt. Es ist insbesondere untersagt, Artikel anzubieten, die den Nationalsozialismus oder extremistisches oder verfassungsfeindliches Gedankengut verherrlichen oder verharmlosen.¹² So sind z. B. Artikel mit einem Abbild Adolf Hitlers oder anderer NS-Größen, sowie Gegenstände, die mit einem Hakenkreuz oder anderen verfassungsfeindlichen Symbolen versehen sind, vom Handel über eBay ausgeschlossen.

Das *AG Hildesheim* verurteilte einen Anbieter von Nazi-Figuren wegen Verstoßes gegen §§ 86, 86a StGB in 88 Fällen zu einer Gesamtgeldstrafe von 70 Tagessätzen à EUR 80,00; weiterhin wurde Wertersatzverfall in Höhe von EUR 6000,00 angeordnet. Der Angeklagte hatte zuvor mehrere Figuren angeboten und verkauft, die nach Gesichtsausdruck und Uniformbekleidung verschiedenen (vermeintlichen) Größen in Militär und Politik des dritten Reiches nachgebildet und mit Hakenkreuzen, SS-Abzeichen sowie anderen verbotenen Aufnähern und Aufklebern versehen waren. In den Artikelbeschreibungen wurden nicht etwa die Namen „Adolf Hitler“, „Heinrich Himmler“, „Herrmann Göring“ oder „Reinhard Heydrich“ angeführt; vielmehr griff der Angeklagte auf Codenamen, wie „Onkel aus Berlin“, „Österreichischer Künstler“, „Geflügelzüchters Assistent“, der „Dicke“, „Geflügelzüchters Boss“ oder „Geflügelzüchter mit Abitur“ zurück. Im Strafverfahren hatte der Angeklagte die Vorwürfe eingestanden, jedoch im Nachgang zu seiner Verurteilung den Rechtsanwalt auf Schadensersatz in Anspruch genommen, den er im Vorfeld mit der Durchsetzung diverser Kaufpreisforderungen wegen der Veräußerung von Nazi-Figuren beauftragt hatte. Der Anwalt hatte nämlich die Auskunft erteilt, die Weitergabe von Gegenständen mit nationalsozialistischen Symbolen im Rahmen einer Online-Auktion stelle keine strafrechtlich relevante Verbreitung dar. Das *LG Hildesheim* verneinte jedoch einen Regressanspruch gegenüber dem Anwalt.¹³ Das Gericht ließ dahinstehen, ob ein Schadensersatzanspruch dem Grunde nach gegeben ist; eine in Betracht kommende fehlerhafte Beratung sei jedenfalls nicht ursächlich für die geltend gemachten Schadenspositionen. Die anwaltliche (Falsch-)Beratung habe das Vorgehen des Klägers bei seinem Handel mit den Nazi-Figuren nicht beeinflusst. Eine Gesamtschau des klägerischen Vorgehens beim Handel mit den Figuren lasse nur den Schluss zu, dass ihm die Rechtswidrigkeit seines Tuns bereits vor der Mandatierung des beklagten Anwalts bekannt und bewusst war. Es fehle zudem an einem ersatzfähigen Schaden, da sich eine etwaige Anwalts haftung nicht auf die Schadensfolgen vorsätzlicher Straftaten erstrecken könne. Es würde nämlich dem Zweck der Strafe und der Strafverfolgung zuwider laufen, wenn ein Verurteilter einen anderen hierfür in Regress nehmen könnte.

8 Vgl. BGH, 16. 9. 2009 – VIII ZR 243/08, NJW 2010, 148 ff. = BB 2010, 208.

9 So § 2 Nr. 3 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen für die Nutzung der deutschsprachigen eBay-Websites.

10 Vgl. KG Berlin, 22. 7. 2009 – (4) 1 Ss 181/09 (130/09), K&R 2009, 807 ff.

11 Vgl. OLG Hamm, 18. 11. 2008 – 5 Ss 347/08, MMR 2009, 775 f.

12 So der Grundsatz zu nationalsozialistischen und anderen extremistischen Artikeln unter: <http://pages.ebay.de/help/policies/nazi.html>.

13 Vgl. LG Hildesheim, 30. 1. 2009 – 4 O 268/08.

III. Rechtsschutz gegen Bewertungen

Negative Bewertungen erweisen sich als ärgerlich für eBay-Verkäufer, da sie sich unmittelbar negativ auf das Bewertungsprofil auswirken. Nach wie vor greift eBay selbst grundsätzlich nicht in das Bewertungssystem ein und entfernt daher Kommentare nur in Ausnahmefällen.¹⁴ Ob und unter welchen Voraussetzungen einem eBay-Mitglied ggf. ein Anspruch auf Rücknahme einer Bewertung oder auf Unterlassung der Abgabe einer solchen zusteht, wird in der Rechtsprechung kontrovers beurteilt.¹⁵

Das *AG Nordhorn* hatte über die Rechtmäßigkeit der Bewertung „lieber ohne Kommentar. bevor ich ausfallend werde“ zu entscheiden.¹⁶ Vergleichbare Fälle wurden bereits dahingehend entschieden, dass ein Anspruch auf Beseitigung bestehen kann – so etwa das *AG Erlangen* hinsichtlich des Kommentars „Also ich und ein Freund würden hier ganz bestimmt nichts mehr kaufen, sorry!“.¹⁷ Schließlich handelt es sich bei dem auf eBay installierten Bewertungssystem gerade um kein reines Meinungsforum, sondern um ein transaktionsbegleitendes Bewertungsportal. Erst die von eBay vorgegebene Sachlichkeit¹⁸ gewährleistet die von den Nutzern gewünschte Funktion, sich über einen potentiellen Vertragspartner ein angemessenes Bild machen zu können. Nach Ansicht des *AG Nordhorn* ergibt sich ein Anspruch auf Zustimmung zur Löschung des besagten Kommentars aber weder aus §§ 1004, 823 Abs. 1 BGB (analog) wegen Verletzung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts noch aus §§ 280 Abs. 1, 241 Abs. 2 BGB wegen Verletzung des Rücksichtnahmegebots und auch nicht aus § 823 Abs. 2 i.V.m. §§ 185 ff. StGB. In der Bewertung sei kein Verstoß gegen die geforderte Sachlichkeit zu erkennen; für die Sachlichkeit könne es nicht darauf ankommen, dass ein Kommentar auch begründet wird.

Diametral verschieden dazu entschied das *AG Hamburg*, dass die negative und ohne eine sachliche Begründung versehene Äußerung „ich bin unzufrieden“ eine für Dritte nicht nachvollziehbare Meinungsäußerung sei.¹⁹ Das Gleiche gelte für den Ergänzungskommentar des beklagten Käufers: „Nicht jeder powerseller ist ein Profi; – sagt nicht mal danke für Sofortbezahlung“. Es werde der Anschein erweckt, der Kläger habe sich als Verkäufer unprofessionell verhalten, was einer jeden sachlichen Grundlage entbehre.

In einem vor dem *LG Hannover* geführten Rechtsstreit klagte ein Verkäufer wegen der (Negativ-) Bewertung eines Kunden mit dem Kommentar: „Handy als ‚Neu‘ angeboten-Handy +Zubehör gebraucht-das nenne ich Betrug!!!!“ – dies jedoch ohne Erfolg.²⁰ Zu berücksichtigen sei, dass die Äußerung im Zusammenhang mit der negativen, durch ein Minus-Zeichen kenntlich gemachten Bewertung der Klägerin steht. Diese negative Bewertung enthalte eine Meinungsäußerung, da sie nicht dem Beweis zugänglich, sondern vielmehr von der Beurteilung durch den beklagten Kunden abhängig ist. Soweit die Bewertung das Verhalten des Verkäufers mit dem strafrechtlichen Begriff des Betruges verbindet, indiziere dies, dass die Äußerung als Rechtsauffassung und damit als Meinungsäußerung einzustufen ist.

Gegenstand einer beim *LG Köln*²¹ eingelegten Berufung gegen ein Urteil des *AG Bergheim*²² war die negative Bewertung: „nie, nie, nie wieder! Geld zurück, Ware trotzdem einbehalten – frech & dreist!!!“ und der spätere Ergänzungskommentar „Jeans zurück (9 Wochen)! – T klagt auf Rücknahme der Bewertung (nun)!“ Geklagt hatte die Ehe-

frau des bei eBay registrierten Mitgliedes, wobei zwischen den Parteien Einigkeit bestand, dass die Gattin als Vertragspartei anzusehen ist. Die Klägerin sei – so das *LG Köln* – dennoch nicht aktivlegitimiert, soweit es um die geltend gemachte Verletzung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts geht. Als hinter dem eBay-Account stehende Person sei nämlich immer nur das registrierte Mitglied selbst erkennbar. Aber auch unabhängig davon scheidet ein Anspruch auf Unterlassung der besagten Äußerungen aus. Die Behauptung „Geld zurück, Ware trotzdem einbehalten“ sei zum Zeitpunkt der Abgabe eine wahre Tatsache gewesen. Dabei komme es auch nur auf den durch die Datumsangabe kenntlich gemachten Zeitpunkt an; spätere Änderungen der Sachlage könnten – wie geschehen – durch einen Ergänzungskommentar kundgetan werden. Die Äußerungen „nie, nie, nie wieder!“ und „frech & dreist!!!“ seien indes als Meinungsäußerung einzuordnen. Die Grenze zur Schmähkritik werde dabei aber nicht überschritten. Zu berücksichtigen sei, dass die wirtschaftlichen Belange des nicht unerheblichen Kreises aller eBay-Nutzer betroffen seien; angesichts der heutigen Reizüberflutung dürften im Übrigen auch einprägsame starke Formulierungen verwendet werden – so selbst dann, wenn sie eine scharfe und abwertende Kritik zum Inhalt haben und mit übersteigter Polemik vorgetragen werden. Auch das von eBay aufgestellte Postulat der Sachlichkeit einer Bewertung ergebe keinen weitergehenden Schutz.

Wie erwähnt, greift eBay selbst grundsätzlich nicht in das Bewertungssystem ein. Gleichzeitig hat ein eBay-Mitglied aber keine Möglichkeit, selbst abgegebene Kommentare eigenständig zu entfernen. In der Praxis reicht es mitunter nicht aus, den bewertenden Kunden auf Unterlassung oder Zustimmung zur Löschung der jeweiligen Äußerung in Anspruch zu nehmen. Das *OLG Köln* hatte im Rahmen eines Berufungsverfahrens über den Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung zu entscheiden, den die Antragstellerin beim *LG Köln* eingereicht hatte nachdem eine zuerst außergerichtlich abgemahnte Kundin zwar eine strafbewehrte Unterlassungserklärung abgegeben hatte, aber keine (sofortige) Löschung auf der Website erreichte.²³ Dabei hatte sie eBay mit E-Mails v. 10. 7., 17. 7., 22. 7., 23. 7. und 7. 8. 2008 sowie mit anwaltlichem Schreiben v. 14. 7. 2008 aufgefordert, die umstrittene Bewertung wieder zu löschen und fügte am 19. 7. 2008 auch den Ergänzungskommentar „Ich nehme die Bewertung zurück“ hinzu. Der 6. Zivilsenat des *OLG Köln* bejahte zwar einen vertraglichen Unterlassungsanspruch, verneinte aber ein Rechtsschutzbedürfnis. Ein solches bestehe grundsätzlich nur dann, wenn zu besorgen ist, dass der Unterlassungsanspruch im Wege der Zwangsvollstreckung durchgesetzt werden muss – im zugrunde liegenden Fall sei das aber nicht der Fall. Die Antragsgegnerin habe keine Löschungsgarantie übernommen, sondern sich vielmehr lediglich dazu verpflichtet, alles Erforderliche zu tun, um eBay möglichst zeitnah zu einer Löschung der Be-

14 So der Grundsatz zur Entfernung von Bewertungen unter: <http://pages.ebay.de/help/policies/feedback-removal.html>.

15 Zum Rechtsschutz gegen negative Bewertungen auch *Schlömer/Dittrich*, K&R 2007, 119 sowie K&R 2009, 147 f.

16 Vgl. *AG Nordhorn*, 28. 1. 2009 – 3 C 1308/08.

17 Vgl. *AG Erlangen*, 26. 5. 2004 – 1 C 457/04.

18 So § 6 Nr. 2 u. 3 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen für die Nutzung der deutschsprachigen eBay-Websites sowie der Grundsatz zum Bewertungssystem unter: <http://pages.ebay.de/help/policies/feedback-ov.html>.

19 Vgl. *AG Hamburg*, 19. 8. 2009 – 8B C 209/09.

20 Vgl. *LG Hannover*, 13. 5. 2009 – 6 O 102/08, K&R 2009, 666 ff.

21 Vgl. *LG Köln*, 10. 6. 2009 – 28 S 4/09.

22 Vgl. *AG Bergheim*, 30. 10. 2008 – 26 C 148/08.

23 Vgl. *OLG Köln*, 11. 3. 2009 – 6 U 222/08.

wertung zu veranlassen. Diese Beseitigungsverpflichtung sei auch erfüllt worden indem mit fünf E-Mails und einem anwaltlichen Schreiben bei eBay um die Löschung der Bewertung nachgesucht, dabei auf die drohenden Konsequenzen hingewiesen und auch das anwaltliche Schreiben der Antragstellerin vorgelegt wurde. Es sei der Unterlassungsschuldnerin auch nicht gem. § 278 BGB zuzurechnen, dass eBay die Löschung nicht (sofort) vorgenommen hat. Die Zurechnungsnorm sei unanwendbar auf solche Verbindlichkeiten, die einen Schuldner lediglich zur Beauftragung eines Dritten verpflichten, sich aber nicht auf die Tätigkeit des Dritten erstrecken.

IV. Anbieterkennzeichnung bei eBay

Nach § 312 c Abs. 1 S. 1 BGB i.V.m. Art. 240 EGBGB i.V.m. § 1 Abs. 1 Nr. 1 BGB-InfoV hat ein Unternehmer dem Verbraucher Informationen über seine Identität zur Verfügung zu stellen; anzugeben ist auch das öffentliche Unternehmensregister, bei dem der Rechtsträger eingetragen ist, und die zugehörige Registernummer. Eine dementsprechende Kennzeichnungspflicht ergibt sich auch aus § 5 Abs. 1 Nr. 4 TMG. Werden im Impressum eines gewerblichen Anbieters diese Angaben nicht mit aufgeführt, liegt nach Ansicht des *OLG Hamm* ein wettbewerbsrechtlich relevanter Verstoß gegen §§ 3, 4 Nr. 11 UWG vor.²⁴ Es handele sich dabei nicht lediglich um Bagatelverstöße, zumal bereits seit dem 12. 12. 2007 die Vorschriften der RL 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken zu berücksichtigen seien, die in das neue, am 30. 12. 2008 in Kraft getretene UWG eingeflossen sind. Da sich eine Differenzierung nach einzelnen Informationsangaben verbiete, gelte Entsprechendes auch in Bezug auf die gem. § 5 Abs. 1 Nr. 6 TMG ebenso anzugebende Umsatzsteueridentifikationsnummer.

In einer weiteren Entscheidung hat das *OLG Hamm* klargestellt, dass eine Anbieterkennzeichnung auch im Hinblick auf die Geschäftsbezeichnung und den bzw. die Vertretungsberechtigten korrekt sein muss.²⁵ Sei dies innerhalb der Artikelangebote unter der Überschrift „Rechtliche Informationen des Verkäufers“ nicht der Fall, liege auch dann ein spürbarer Wettbewerbsverstoß vor, wenn das Impressum (auch) auf der sog. MICH-Seite bereitgehalten wird und dort die erforderlichen Angaben klar und zutreffend gemacht werden. Entscheidend sei, dass ein Nutzer die Angaben auf der Angebotsseite besonders ernst nimmt und daher keine Veranlassung mehr sieht, nach dem Link zu einem (weiteren) Impressum zu suchen.

V. §§ 312 b ff. BGB – Fernabsatzrecht

1. Abgrenzung: Unternehmer – Verbraucher

Voraussetzung für die Eröffnung des persönlichen Anwendungsbereichs der fernabsatzrechtlichen Sondervorschriften ist das Bestehen einer Unternehmer-Verbraucher-Beziehung. Schwierigkeiten bei der Abgrenzung zwischen (noch) privatem Handeln und (schon) unternehmerischer Tätigkeit bestanden bisher vor allem auf der Verkäuferseite; wie eine aktuelle Entscheidung des *BGH* zeigt, können bei der Einordnung eines Käuferverhaltens ähnliche Probleme entstehen.²⁶ Die Klägerin, eine Rechtsanwältin, kaufte bei dem beklagten Unternehmen über das Internet unter anderem Lampen; dabei gab sie als Liefer- und Rechnungsadresse ihren Namen (ohne Berufsbezeichnung) und die Anschrift der Kanzlei an, bei der sie tätig war. Später erklärte sie dann jedoch den Widerruf

mit der Begründung, die Lampen seien für ihre Privatwohnung bestimmt gewesen, so dass ihr als Verbraucherin ein Widerrufsrecht nach den Vorschriften über Fernabsatzgeschäfte zustünde, über das sie nicht ordnungsgemäß belehrt worden sei. Anders als das *LG Hamburg*, das die Klage abgewiesen und im Wesentlichen ausgeführt hatte, dass die Klägerin nach dem objektiven Empfängerhorizont nicht als Verbraucherin gehandelt habe, urteilte der VIII. Zivilsenat beim *BGH*. Schließe eine natürliche Person ein Rechtsgeschäft objektiv zu einem Zweck ab, der weder ihrer gewerblichen noch ihrer selbständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet werden kann, so komme eine Zurechnung entgegen dem mit dem rechtsgeschäftlichen Handeln objektiv verfolgten Zweck nur dann in Betracht, wenn die dem Vertragspartner erkennbaren Umstände eindeutig und zweifelsfrei darauf hinweisen, dass die natürliche Person in Verfolgung ihrer gewerblichen oder selbständigen beruflichen Tätigkeit handelt. Im zugrunde liegenden Fall habe das beklagte Versandhandelsunternehmen aus der Angabe der Kanzleianschrift als Liefer- und Rechnungsadresse nichts Eindeutiges für ein Handeln zu unternehmerischen Zwecken herleiten können, so dass von einem Handeln als Verbraucherin auszugehen sei.

2. Widerrufsrecht bei nichtigen Fernabsatzverträgen?!

Bei einem Fernabsatzgeschäft besteht ein Widerrufsrecht des Verbrauchers auch dann, wenn es einen Kaufvertrag zum Gegenstand hat, der wegen Sittenwidrigkeit nichtig ist.²⁷ Der *BGH* ist insoweit der Auffassung entgegengetreten, ein Verbraucher könne sich bei Nichtigkeit des Vertrages dann nicht auf sein Widerrufsrecht berufen, wenn er den die Vertragsnichtigkeit begründenden Umstand jedenfalls teilweise selbst zu vertreten hat. Der Sinn des Widerrufsrechts besteht nach Ansicht des VIII. Zivilsenats beim *BGH* darin, dem Verbraucher ein an keine materiellen Voraussetzungen gebundenes, einfach auszuübendes Recht zur einseitigen Loslösung vom Vertrag in die Hand zu geben, das neben den allgemeinen Rechten besteht, die jedem zustehen, der einen Vertrag abschließt. Ein Ausschluss des Widerrufsrechts wegen unzulässiger Rechtsausübung könne daher nur bei besonderer Schutzbedürftigkeit des Unternehmers in Betracht kommen; daran fehle es aber, wenn beiden Parteien ein Verstoß gegen die guten Sitten zur Last fällt.

3. Rückgaberecht statt Widerrufsrecht bei eBay?!

Wie schon in früheren Beiträgen dargestellt, besteht Uneinigkeit in der Rechtsprechung, ob es im Zusammenhang mit Fernabsatzverträgen, die über eBay geschlossen werden, zulässig ist, Verbrauchern statt eines Widerrufsrechts i. S. d. § 355 BGB ein Rückgaberecht i. S. d. § 356 BGB einzuräumen.²⁸ Das *LG Berlin* hat nun – unter Aufgabe seiner früheren Rechtsprechung – entschieden, dass es die Ersetzung des Widerrufsrechts durch ein Rückgaberecht

24 Vgl. *OLG Hamm*, 2. 4. 2009 – 4 U 213/08, K&R 2009, 504 ff.

25 Vgl. *OLG Hamm*, 4. 8. 2009 – 4 U 11/09, K&R 2009, 814 ff. Die Pflicht zur Angabe der (richtigen) Geschäftsbezeichnung sowie des bzw. der Vertretungsberechtigten ergibt sich aus § 312 c Abs. 1 S. 1 BGB i.V.m. Art. 240 EGBGB i.V.m. § 1 Abs. 1 Nr. 1 u. 2 BGB-InfoV sowie § 5 Abs. 1 Nr. 1 TMG.

26 Vgl. *BGH*, 30. 9. 2009 – VIII ZR 7/09, K&R 2010, 37 ff., NJW 2009, 3780.

27 Vgl. *BGH*, 25. 11. 2009 – VIII ZR 318/08, K&R 2010, 113 ff.

28 Dazu auch *Schlömer/Dittrich*, K&R 2007, 437 sowie K&R 2009, 150 m. w. N.

für zulässig erachte²⁹ und verwies auf einen zwischenzeitlich erfolgten Hinweis des 5. Zivilsenats am KG Berlin: „Der Senat erachtet es für möglich, ein Rückgaberecht auch beim Verkauf über eBay statt eines Widerrufsrechts zu gewähren. Dies entspricht dem eindeutigen Willen des Gesetzgebers (vgl. BT-Drs. 14/3195, S. 33). Der Wortlaut des § 356 Abs. 1 BGB steht dem nicht entgegen. Soweit dort „beim Vertragsschluss auf Grund eines Verkaufsprospekts“ formuliert ist, ist dies naheliegend als „im Falle“ zu verstehen, eine klare zeitliche Regelung wie in § 357 BGB („spätestens bei Vertragsschluss“) liegt gerade nicht vor. Das Rückgaberecht muss zwar im Vertrag vereinbart werden (Abs. 1 S. 1), von der „Einräumung in Textform“ (Abs. 2 Nr. 3) hängt aber lediglich die Wirksamkeit dieser Vereinbarung ab; es handelt sich aus Sicht des Senats insoweit um eine aufschiebende Bedingung. Diese Zweiteilung (Vereinbarung/nachfolgende Wirksamkeitsbedingung) korrespondiert auch etwa mit der Zweiteilung bei der Widerrufsbelehrung gem. § 312 c Abs. 1 bzw. 2 BGB. Bedenken der Rechtssicherheit stehen nicht entscheidend entgegen, in der Praxis wird der eBay-Verkäufer in aller Regel bestrebt sein, die Vereinbarung des Rückgaberechts in Textform zu bestätigen.“

4. Ausschluss des Widerrufsrechts beim Kauf wunschgemäß bereifter Felgen?

Nach § 312 d Abs. 4 Nr. 1 Fall 1 BGB steht Verbrauchern kein Widerrufsrecht bei Fernabsatzverträgen zur Lieferung von Waren zu, die nach Kundenspezifikation angefertigt werden. Der *BGH* hatte dazu im Jahr 2003 instruktiv angemerkt, eine solche kundenspezifische Anfertigung sei jedenfalls dann nicht gegeben, wenn die zu liefernde Ware auf Bestellung des Verbrauchers lediglich aus vorgefertigten Standardbauteilen zusammengefügt wird, die mit verhältnismäßig geringem Aufwand ohne Beeinträchtigung ihrer Substanz oder Funktionsfähigkeit wieder getrennt werden können.³⁰ Unter Bezugnahme auf diese Grundsätze kam das *LG Hannover* zu dem Ergebnis, dass ein Widerrufsrecht auch dann nicht ausgeschlossen ist, wenn ein Verbraucher im Fernabsatz bei einem gewerblichen Händler separat einmal Alu-Felgen und einmal passende Bereifung kauft, um sich diese im montierten Zustand als Alu-Komplett-Räder liefern zu lassen.³¹

5. Fristbeginn für die Ausübung des Widerrufs- bzw. Rückgaberechts

In der obergerichtlichen Rechtsprechung war bis zuletzt umstritten, ob der Passus „Die Frist beginnt frühestens mit Erhalt der Ware und dieser Belehrung“ den Verbraucher hinreichend klar und verständlich über den Beginn der Frist für die Ausübung des fernabsatzrechtlichen Widerrufs- bzw. Rückgaberechts informiert.³² Der *BGH* hat jetzt entschieden, dass die Klausel in ihrer konkreten Ausgestaltung unwirksam ist, obwohl der Wortlaut der Formulierung entspricht, wie diese auch im ehemaligen Muster für die Rückgabebelehrung nach Anlage 3 zu § 14 Abs. 2 u. 3 BGB-InfoV durch das Bundesjustizministerium abgefasst war.³³ Die Klausel enthalte keinen ausreichenden Hinweis auf den Beginn der Rückgabefrist. Nach § 356 Abs. 2, § 355 Abs. 2 S. 1 BGB beginne die Rückgabefrist mit dem Zeitpunkt, zu welchem dem Verbraucher eine deutlich gestaltete Belehrung über sein Rückgaberecht, die unter anderem einen Hinweis auf den Fristbeginn zu enthalten hat, in Textform mitgeteilt worden ist. Aus der Sicht eines unbefangenen durchschnittlichen Verbrau-

chers könne – so der *BGH* – die Klausel den Eindruck erwecken, die Belehrung sei bereits dann erfolgt, wenn er sie lediglich zur Kenntnis nimmt, ohne dass sie ihm in Textform mitgeteilt worden ist. Ferner könne der Verbraucher der Klausel wegen des Worts „frühestens“ zwar entnehmen, dass der Beginn des Fristlaufs noch von weiteren Voraussetzungen abhängt, er werde jedoch darüber im Unklaren gelassen, um welche Voraussetzungen es sich dabei handelt.

6. Keine Telefonnummer in der Widerrufsbelehrung!

Die Angabe einer Telefonnummer in der Widerrufsbelehrung gilt vielfach als wettbewerbswidrig.³⁴ Auch das *OLG Hamm* schließt sich dieser Meinung an und merkt an, der Verbraucher könne die Angabe der Telefonnummer im Zusammenhang mit der Information, an wen der Widerruf zu richten ist, nur so verstehen, dass der Widerruf angeblich auch telefonisch erklärt werden kann.³⁵ Dies sei aber falsch. Etwas anderes ergebe sich auch nicht, weil mit der (eigentlichen) Widerrufsbelehrung darüber informiert wird, dass der Widerruf „in Textform“ zu erklären ist. Der Verbraucher wisse nämlich nicht, welche der beiden widersprüchlichen Informationen richtig ist.

7. Abwälzung der regelmäßigen Rücksendekosten auf den Verbraucher?!

Macht ein Verbraucher von dem ihm im Fernabsatz grundsätzlich zustehenden Widerrufsrecht nach Erhalt der Ware Gebrauch, stellt sich die Frage, wer die Kosten der Rücksendung zu tragen hat. Die deutsche Gesetzgebung sieht vor, dass die Rücksendekosten vom Unternehmer zu tragen sind; allerdings hat der Unternehmer gem. § 357 Abs. 2 S. 3 BGB die Möglichkeit, dem Verbraucher die regelmäßigen Kosten der Rücksendung vertraglich aufzuerlegen, wenn der Preis der zurückzusendenden Sache einen Betrag von EUR 40,00 nicht übersteigt oder wenn bei einem höheren Preis der Sache der Verbraucher die Gegenleistung oder eine Teilzahlung zum Zeitpunkt des Widerrufs noch nicht erbracht hat, es sei denn, dass die gelieferte Ware nicht der bestellten entspricht. Teilweise wird vertreten, bei über eBay geschlossenen Fernabsatzverträgen sei es nicht möglich, dem Verbraucher die regelmäßigen Kosten der Rücksendung aufzuerlegen, da hierzu eine vorherige Vereinbarung erforderlich sei.³⁶ Anhänger dieser Argumentation stützen sich vor allem auf den Wortlaut des Gestaltungshinweises Nr. 8 zum Muster für die Widerrufsbelehrung in Anlage 2 zu § 14 Abs. 1 u. 3 BGB-InfoV; dieser geht nämlich davon aus, eine Belehrung des Verbrauchers betreffend die ihn treffende Kostentragungspflicht setze voraus, dass eine Übernahme der Versandkosten durch den Verbraucher entsprechend § 357 Abs. 2 S. 3 BGB vereinbart worden ist. Diese Begründung überzeugt schon deshalb nicht, weil das Muster ausweislich

29 Vgl. *LG Berlin*, 25. 5. 2009 – 52 O 405/08, *MMR* 2009, 782.

30 Vgl. *BGH*, 19. 3. 2003 – VIII ZR 295/01, *NJW* 2003, 1665 ff. = *MMR* 2003, 463 ff.

31 Vgl. *LG Hannover*, 20. 3. 2009 – 13 S 36/08.

32 Dazu auch *Schlömer/Dittrich*, *K&R* 2009, 145, 148 f. m. w. N. (ablehnend: *OLG München*, 26. 6. 2008 – 29 U 2250/08, *K&R* 2008, 620 ff.; bejahend: *OLG Köln*, 3. 8. 2007 – 6 U 60/07, *MMR* 2007, 713 ff. sowie *OLG Hamm*, 5. 11. 2009 – I-4 U 121/09).

33 Vgl. *BGH*, 9. 12. 2009 – VIII ZR 219/08, *K&R* 2010, 181 ff. m. Anm. *Buchmann* (in diesem Heft).

34 Dazu auch *Schlömer/Dittrich*, *K&R* 2008, 129, 131 sowie *K&R* 2009, 145, 149 mit Verweis auf: *OLG Frankfurt a. M.*, 17. 6. 2004 – 6 U 158/03; *KG Berlin*, 7. 9. 2007 – 5 W 266/07, *K&R* 2007, 530 ff.

35 Vgl. *OLG Hamm*, 2. 7. 2009 – I-4 U 43/09, *K&R* 2009, 727 f.

36 Vgl. *OLG Bamberg*, 1. 4. 2009 – 3 U 238/08.

§ 14 Abs. 1 BGB-InfoV für die textformgebundene Belehrung i. S. d. § 312 c Abs. 2 BGB konzipiert wurde; es geht also zwangsläufig davon aus, dass der Unternehmer dem Verbraucher schon vor Abgabe von dessen Vertragserklärung Informationen über das Bestehen des Widerrufsrechts sowie die Bedingungen, Einzelheiten der Ausübung und die Rechtsfolgen des Widerrufs zur Verfügung gestellt hat. Auch das *LG Dortmund* ist der Auffassung, die bloße Belehrung des Verbrauchers im Zusammenhang mit der Information zum Widerrufsrecht auf der eBay-Website genüge nicht.³⁷ Für den Verbraucher sei nicht erkennbar, dass es sich um eine vertragliche Vereinbarung handeln soll, wenn sich der Passus zur Kostentragungspflicht in der Widerrufsbelehrung unter der Überschrift „Kosten des Widerrufs“ wiederfinde. Der Verbraucher halte die Belehrung vielmehr für eine gesetzliche Verpflichtung und werde somit in irreführender Weise nicht vor die Wahl gestellt, ob er mit dieser Regelung als Vertragsbestimmung i. S. d. § 305 a Abs. 2 BGB einverstanden ist oder nicht. Dieser Standpunkt überzeugt nicht. Es besteht keine Pflicht für den Unternehmer, gesondert anzugeben, dass die Kostentragungspflicht grundsätzlich ihn trifft und nur unter Beachtung der Anforderungen gem. § 357 Abs. 2 S. 3 BGB auf den Verbraucher abgewälzt werden kann; sie ergibt sich auch nicht aus dem Erfordernis einer unmissverständlichen und aus dem Verständnis der Verbraucher eindeutigen Widerrufsbelehrung. Das *LG Frankfurt a. M.* ist ebenfalls anderer Meinung.³⁸ Der Unternehmer habe gegenüber dem Verbraucher deutlich zu machen, dass er bei Vorliegen der Voraussetzungen von der gesetzlich vorgesehenen Kostenverlagerungsregel Gebrauch macht; dies könne durch ausdrückliche Vereinbarung geschehen, durch AGB³⁹ oder konkludent. Nehme der Unternehmer den maßgeblichen Hinweis in die Widerrufsbelehrung auf der eBay-Website auf, sei seine Absicht, dies zum Vertragsbestandteil zu machen, erkennbar und werde vom Verbraucher auch so verstanden.

8. Zwingend notwendige Aufklärung über die Gefahrtragung beim Rückversand?!

Eine Schwäche des ehemaligen Musters für die Widerrufsbelehrung gem. Anlage 2 zu § 14 Abs. 1 u. 3 BGB-InfoV war, dass bei Übernahme der Formulierung aus Gestaltungshinweis Nr. 7 jegliche Information dazu fehlte, wer die Gefahr der Rücksendung zu tragen hat.⁴⁰ Mit überzeugender Begründung führte unter anderem auch das *KG Berlin* aus, es liege bei Fehlen dieser Angabe zwar ein Verstoß gegen die Pflicht zur ordnungsgemäßen Information der Verbraucher vor; dieser sei jedoch nicht geeignet, den Wettbewerb i. S. d. § 3 UWG zum Nachteil der Marktteilnehmer mehr als nur unerheblich zu beeinträchtigen – es handle sich also um eine Bagatelle.⁴¹ An dieser Rechtsprechung hält der 5. Zivilsenat am *KG Berlin* nicht mehr fest.⁴² Das Versendungsrisiko sei für den Verbraucher wesentlich; Unklarheiten über die Gefahrtragung könnten ihn veranlassen, Vorsorge durch eine mit höheren Kosten verbundene besondere Versendungsart oder den Abschluss einer Transportversicherung zu treffen. Dementsprechend sehe das durch die 3. Verordnung zur Änderung der BGB-InfoV neu gefasste Muster für die Widerrufsbelehrung auch eine dahingehende Anpassung vor. Hinreichende Gründe, auf eine klarstellende Information hinsichtlich der Gefahrtragung nach Ablauf der Überleitungsfrist des § 16 BGB-InfoV am 30. 9. 2008 zu verzichten, seien nicht ersichtlich.

9. Zur Wertersatzpflicht des Verbrauchers nach erklärtem Widerruf

In einer mit Spannung erwarteten Entscheidung hat der *EuGH* ausgeführt, dass ein Verbraucher, der von seinem Widerrufsrecht im Fernabsatz Gebrauch macht, nicht generell dazu verpflichtet werden darf, dem Verkäufer Wertersatz für die Nutzung der Ware zu leisten.⁴³ Unter bestimmten Voraussetzungen allerdings könne ein Verbraucher, der die Ware auf eine mit den Grundsätzen des bürgerlichen Rechts wie denen von Treu und Glauben oder der ungerechtfertigten Bereicherung unvereinbare Art und Weise benutzt hat, durchaus zum Wertersatz verpflichtet werden. Sicherzustellen sei dabei, dass die Zielsetzung der Fernabsatzrichtlinie und insbesondere die Wirksamkeit und die Effektivität des Rechts auf Widerruf nicht beeinträchtigt werden; dies zu beurteilen sei Sache des nationalen Gerichts.

Der *BGH* hat unterdessen entschieden, dass eine Widerrufs- bzw. Rückgabebelehrung auch Angaben zu einer etwaig den Verbraucher treffenden Wertersatzpflicht im Fall der bestimmungsgemäßen Ingebrauchnahme enthalten muss.⁴⁴ Das Gesetz erfordere zwar keine umfassende, alle in Betracht kommenden Fallgestaltungen berücksichtigende Belehrung über die bei einer Ausübung des Rückgaberechts eintretenden Rechtsfolgen. Die Belehrung müsse aber einen vollständigen Hinweis auf die Rechtsfolgen des § 357 Abs. 1 u. 3 BGB enthalten. Ob die Erteilung eines den Voraussetzungen des § 357 Abs. 3 S. 1 BGB genügenden Hinweises bei Vertragsschlüssen über eBay von vornherein ausgeschlossen ist, weil der Vertrag zustande kommt, ohne dass der erforderliche Hinweis spätestens bei Vertragsschluss in Textform erteilt werden kann, hat der *BGH* nicht abschließend entschieden.⁴⁵ Erforderlich sei allerdings in jedem Fall entweder ein Hinweis darauf, dass für eine durch die bestimmungsgemäße Ingebrauchnahme der Sache entstandene Verschlechterung kein Wertersatz zu leisten ist oder aber ein Hinweis darauf, dass eine solche Wertersatzpflicht nur besteht, wenn der Verbraucher in der erforderlichen Textform noch bis zum Erhalt der Ware auf diese Rechtsfolge und eine Möglichkeit hingewiesen worden ist, sie zu vermeiden.

10. Zur Bestimmtheit eines Hinweises auf die Lieferfrist

Nach § 312 c Abs. 1 S. 1 BGB i.V.m. Art. 240 EGBGB i.V.m. § 1 Abs. 1 Nr. 9 BGB-InfoV haben Unternehmer im Fernabsatz unter anderem auch über Einzelheiten hinsichtlich der Lieferung zu informieren – so vor allem auch über die Lieferfrist.⁴⁶ Das *OLG Bremen* erinnerte daran, dass die Angaben klar und verständlich sein müssen und verbot einem gewerblichen eBay-Mitglied wie folgt zu in-

37 Vgl. *LG Dortmund*, 26. 3. 2009 – 16 O 46/09.

38 Vgl. *LG Frankfurt a. M.*, 4. 12. 2009 – 3-12 O 123/09, K&R 2010, 208 ff. (in diesem Heft).

39 Auch in der Literatur lässt man eine Klausel in AGB ausreichen: *Masuch*, in: *Münchener Kommentar zum BGB*, Schuldrecht, Allg. Teil., 5. Aufl. 2007, § 357 Rn. 22; *Grüneberg*, in: *Palandt*, BGB, 68. Aufl. 2009, § 357 Rn. 6; *Grothe*, in: *BeckOK BGB*, § 357 Rn. 8; *Brönneke*, MMR 2004, 127, 129.

40 Dazu auch *Schlömer/Dittrich*, K&R 2008, 129, 131 m. w. N.

41 Vgl. *KG Berlin*, 16. 11. 2007 – 5 W 341/07.

42 Vgl. *KG Berlin*, 8. 9. 2009 – 5 W 105/09, MMR 2010, 27 f. = BB 2009, 2265.

43 Vgl. *EuGH*, Urt. v. 3. 9. 2009 – C-489/07, K&R 2009, 703 ff.

44 Dazu auch *Schlömer/Dittrich*, K&R 2009, 145, 149 m. w. N.

45 Vgl. *BGH*, 9. 12. 2009 – VIII ZR 219/08.

46 Dazu auch *Schlömer/Dittrich*, K&R 2007, 432, 439 mit Verweis auf *KG Berlin*, 3. 4. 2007 – 5 W 73/07.

formieren: „Die Lieferfrist beträgt in der Regel 1-2 Werktage bei DHL-Versand“.⁴⁷ Mit der Angabe „in der Regel“ stelle die Bestimmung nur auf den Normalfall ab und zudem nur auf den Fall, dass die Versendung mit DHL und nicht mit einem anderen Unternehmen erfolgt. Die Angabe von „ca.-Fristen“ könne demgegenüber zulässig sein, wie die Bremer Richter besonders betonten.⁴⁸

VI. Marken-, Urheber- und Wettbewerbsrecht

1. Haftung des Inhabers eines eBay-Mitgliedskontos

Der BGH hat klargestellt, dass der Inhaber eines eBay-Mitgliedskontos dafür haften könne, wenn andere Personen unter Nutzung seines Accounts Waren auf dem Online-Marktplatz anbieten und dabei in Rechte Dritter eingreifen.⁴⁹ Der Beklagte hatte die Auffassung vertreten, er sei für das beanstandete Angebot nicht verantwortlich, da seine Ehefrau das Mitgliedskonto bei eBay ohne sein Wissen zum Verkauf persönlicher Gegenstände benutzt habe. Der Beklagte hafte – so der I. Zivilsenat – mangels Vorsatzes für die von seiner Ehefrau möglicherweise begangenen Rechtsverletzungen zwar nicht als Mittäter oder Teilnehmer. Es sei jedoch eine Haftung als Täter einer Schutzrechtsverletzung sowie eines Wettbewerbsverstoßes möglich. Benutze ein Dritter ein fremdes Mitgliedskonto bei eBay, nachdem er an die Zugangsdaten dieses Mitgliedskonto gelangt sei, weil der Inhaber diese nicht hinreichend vor dem Zugriff Dritter gesichert hat, müsse der Inhaber des Mitgliedskontos sich so behandeln lassen, als ob er selbst gehandelt hätte. Der selbständige Zurechnungsgrund für diese Haftung als Täter bestehe in der vom Inhaber des Mitgliedskontos geschaffenen Gefahr einer Unklarheit darüber, wer unter dem Mitgliedskonto bei eBay gehandelt hat und im Falle einer Rechtsverletzung in Anspruch genommen werden kann.

2. Schadensersatz bei unbefugter Lichtbildnutzung

Bereits innerhalb der eBay-eigenen Grundsätze wird ausdrücklich darauf hingewiesen, dass es verboten ist, urheberrechtlich geschütztes Material, wie etwa Produktbilder, ohne die Einwilligung des Urhebers in Artikelbeschreibungen oder auf MICH-Seiten ungefragt zu verwenden.⁵⁰ Dennoch kommt es immer wieder vor, dass Artikelbilder widerrechtlich benutzt werden. Seit Inkrafttreten des § 97 a Abs. 2 UrhG beschränkt sich in diesem Bereich der Anspruch auf Ersatz der erforderlichen Aufwendungen für die Inanspruchnahme anwaltlicher Dienstleistungen für eine erstmalige Abmahnung in einfach gelagerten Fällen mit einer nur unerheblichen Rechtsverletzung außerhalb des geschäftlichen Verkehrs auf EUR 100,00. Darüber hinaus stellt sich jedoch regelmäßig auch die Frage, ob und in welcher Höhe dem Lichtbildner ein Anspruch auf Schadensersatz zusteht. Anerkannt und zwischenzeitlich in § 97 Abs. 2 UrhG kodifiziert ist, dass einem Rechteinhaber zum Zwecke der Berechnung des ihm entstandenen Schadens drei Methoden zur Verfügung stehen – i.e. Ermittlung des konkreten Schadens, des Verletzergewinns oder im Wege der Lizenzanalogie. Das OLG Braunschweig ist der Ansicht, dass sich im Falle der Lizenzanalogie grundsätzlich auf die Tarife aus den Honorarempfehlungen der Mittelstandsgemeinschaft Fotomarketing (MFM) abstellen lässt und für eine Fotonutzung auf der eBay-Website eine Dauer von bis zu drei Monaten zugrunde zu legen ist, da die Angebote dort regelmäßig bis zu 90 Tage abrufbar seien.⁵¹ Wie lange ein Artikel tat-

sächlich angeboten wurde, sei demgegenüber nicht relevant.

Nach der Rechtsprechung des OLG Brandenburg dagegen soll bei der Ermittlung der Schadenshöhe auf den objektiven Wert der Benutzungsberechtigung abzustellen sein, wobei von der Sachlage bei Schluss der mündlichen Verhandlung auszugehen und in einer ex-post-Betrachtung darauf abzustellen sei, was vernünftig denkende Parteien bei Kenntnis dieser Sachlage und gegebenem Vereinbarungszwang im Zeitpunkt des Abschlusses eines fiktiven Lizenzvertrages vereinbart hätten, sofern sie die künftige Entwicklung und namentlich die Dauer und das Ausmaß der Nutzung vorausgesehen hätten.⁵² Werde ein Produktbild nur für einen einmaligen und zudem privaten Verkauf eines gebrauchten Geräts verwendet und habe die Nutzungsdauer damit nur wenige Tage betragen, könne auf die MFM-Tarife nicht zurückgegriffen werden, da solche für einen einmaligen Privatverkauf im Internet nicht bestünden.⁵³ Dabei verkennt das Brandenburgische Gericht allerdings die rechtliche Tragweite der Lizenzanalogie als Methode der Schadensberechnung. Nach Maßgabe der höchstrichterlichen Rechtsprechung kommt es auf den Umfang der tatsächlichen Auswertung – so wie er sich bei einer nachträglichen Betrachtung darstellt – im Fall der Lizenzanalogie nicht entscheidend an; es verbietet sich daher eine ex-post-Betrachtung.⁵⁴

3. Zur Lauterkeit der Angebote unter mobil.ebay.de

Auf dem eBay-Marktplatz eingestellte Angebote sind über eine WAP-Implementierung automatisch auch unter „mobil.ebay.de“ und „wap.ebay.de“ abrufbar – dies mit der Zielsetzung, die Inhalte für die langsamere Übertragungsrates im Mobilfunk sowie die kleineren Displays der Mobilfunkgeräte verfügbar zu machen. Für Aufsehen sorgten in diesem Zusammenhang Abmahnungen, mit denen als unlauter moniert wurde, dass bei dieser WAP-Ausgabe die Angaben zu den Versandkosten, der Widerrufsbelehrung und der Anbieterkennzeichnung nicht angezeigt wurden, soweit diese nicht in der Artikelbeschreibung gesondert eingefügt waren.

Das LG Bochum verneinte einen Wettbewerbsverstoß.⁵⁵ Im Hinblick auf begrenzte technische Kapazitäten bei den über die WAP-Ausgabe angesprochenen Mobilfunkgeräten sei nicht zu beanstanden, dass die Informationen dort nicht direkt ausgegeben werden, sondern im unteren Bereich einer jeden Seite ein Hinweis angeführt wird, es handle sich nur um den Auszug eines Angebots und das Angebot mit allen Details könne auf der eBay-Website eingesehen werden – dies verbunden mit der Aufforderung, sich über die Website vollständig zu informieren, bevor ein Gebot abgegeben oder ein Artikel gekauft werde. Die Situation sei insoweit mit dem Erreichen der Informationen über einen Link vergleichbar. In der Berufungsinstanz änderte das OLG Hamm jedoch die Entscheidung der Bochumer Richter ab und gab dem Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung statt.⁵⁶ Auch das LG Köln entschied,

47 Vgl. OLG Bremen, 8. 9. 2009 – 2 W 55/09.

48 Vgl. OLG Bremen, 18. 5. 2009 – 2 U 42/09.

49 Vgl. BGH, 11. 3. 2009 – I ZR 114/06, K&R 2009, 401 ff.

50 So der Grundsatz zur Nutzung fremder Bilder unter: <http://pages.ebay.de/help/policies/image-text.html>.

51 Vgl. OLG Braunschweig, 10. 8. 2009 – 2 W 68/09.

52 Vgl. OLG Brandenburg, 15. 5. 2009 – 6 U 37/08, GRUR-RR 2009, 413 f.

53 Vgl. OLG Brandenburg, 3. 2. 2009 – 6 U 58/08, K&R 2009, 271.

54 Vgl. BGH, 22. 3. 1990 – I ZR 59/88, GRUR 1990, 1008, 1009.

55 Vgl. LG Bochum, 21. 1. 2009 – I-13 O 277/08, MMR 2009, 870.

56 Vgl. OLG Hamm, 16. 6. 2009 – I-4 U 59/09.

dass ein gewerbliches eBay-Mitglied wettbewerbsrechtlich auf Unterlassung in Anspruch genommen werden kann, wenn in dem über die WAP-Ausgabe abrufbaren Angebot die Angaben zu der Anbieterkennzeichnung, der Widerrufsbelehrung und den Versandkosten nicht abgerufen werden können.⁵⁷ Ein allgemein gehaltener Verweis auf die Unvollständigkeit des Angebotes und auf weitere auf der eBay-Website abrufbare Informationen sei unzureichend.

Zwischenzeitlich werden bei der WAP-Ausgabe der eBay-Angebote die erforderlichen Hinweise angeführt bzw. sind diese über entsprechende Links auch über Mobilfunkgeräte abrufbar – vorausgesetzt natürlich, das eBay-Mitglied hat die betreffenden Informationen bei der Erstellung des Artikelangebots vollständig und ordnungsgemäß angegeben.

4. Grundpreisangabepflicht (auch) bei eBay

In einer unter anderem auch für den Handel über eBay relevanten Entscheidung zu den Anforderungen an die Grundpreisangabepflicht gem. § 2 PAngV hat der BGH klargestellt, dass nach dem Wortlaut des § 2 Abs. 1 S. 1 PAngV ein Grundpreis in unmittelbarer Nähe des Endpreises anzugeben ist.⁵⁸ Dies setze voraus, dass beide Preise auf einen Blick wahrgenommen werden können und gelte gleichermaßen für denjenigen, der Letztverbraucher geschäftsmäßig Waren in Fertigpackungen, offenen Packungen oder als Verkaufseinheiten ohne Umhüllung nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche anbietet und denjenigen, der als Anbieter dieser Waren gegenüber Letztverbrauchern unter Angabe von Preisen wirbt. Es genüge nicht die bloß unmittelbare Erreichbarkeit der Grundpreisangaben in der Detailansicht eines Artikels. Das Erfordernis, bei Warenangeboten nach Maßgabe des § 2 PAngV neben dem Endpreis auch den Grundpreis anzugeben, sei im Bewusstsein der Letztverbraucher bei weitem weniger verankert als der Umstand, dass im Versandhandel neben dem Endpreis üblicherweise Liefer- und Versandkosten anfallen; im Hinblick darauf sei eine strengere Beurteilung geboten.

Das OLG Hamm entschied indes, dass es lediglich einen Bagatellverstoß darstellt, wenn für eine Ware fälschlicherweise der Grundpreis pro 100 Milliliter angegeben werde, obgleich die Vorgaben der PAngV vorsehen, dass der Grundpreis pro Liter anzugeben ist.⁵⁹ Um den Grundpreis pro Liter zu erfahren, müsse der Verbraucher den pro 100 ml angegebenen Grundpreis lediglich mit 10 multiplizieren. Der Verstoß betreffe damit nicht die Preiswahrheit, sondern nur die Preisklarheit, wobei auch diese praktisch nicht beeinträchtigt sei.

5. Werbung mit Erhalt einer Rechnung und ausgewiesener MwSt.

Nicht selten findet man in Angeboten gewerblicher Anbieter den Hinweis „Sie erhalten eine Rechnung mit ausgewiesener Mehrwertsteuer“. Dies wird bisweilen als unlautere Werbung mit Selbstverständlichkeiten eingestuft – so etwa durch das LG Stuttgart, wenn der Hinweis werbemäßig betont wird, weil unter der Überschrift „Warum bei uns kaufen“ aufgeführt.⁶⁰ Das LG Bremen hingegen hat eine zunächst erlassene einstweilige Verfügung wieder aufgehoben und geurteilt, der Hinweis, dass eine Rechnung mit ausgewiesener Mehrwertsteuer versendet wird, sei nicht wettbewerbswidrig, soweit es um Waren in einem Wert von unter EUR 150,00 gehe.⁶¹ Bei Rechnungen über solche Kleinbeträge sei der separate Ausweis des auf

die Umsatzsteuer entfallenden Betrages nämlich gem. § 33 Nr. 4 UStDV entbehrlich. Ferner könne es sich bei einem Händler, der über eBay gewerblich Waren anbietet, auch um einen Kleinunternehmer handeln, der nach § 19 Abs. 1 UStG von der Erhebung der Umsatzsteuer befreit ist und deshalb ebenfalls keine Mehrwertsteuer in seinen Rechnungen ausweist.

Von den Gerichten nicht problematisiert wurde der Umstand, dass eine wettbewerbsrechtlich relevante Irreführung regelmäßig ausscheidet, wenn der Verkehr erkennt, dass es sich bei der betonten Eigenschaft um etwas Selbstverständliches handelt. Auf die Prüfung dieser Frage kann auch nicht deshalb verzichtet werden, weil in Nr. 10 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG eine geschäftliche Handlung, die den unzutreffenden Eindruck erweckt, gesetzlich bestehende Rechte stellen eine Besonderheit des Angebots dar, als per se unzulässig eingestuft wird. In § 14 Abs. 2 Nr. 2 UStG ist die Verpflichtung eines Unternehmers, eine Rechnung auszustellen, nämlich nur insoweit geregelt, wie er einen Umsatz an einen anderen Unternehmer für dessen Unternehmen oder an eine juristische Person ausführt. Verbraucher indes haben i. d. R. gerade keinen Anspruch auf Ausstellung einer Rechnung. Vielmehr sieht § 368 BGB insoweit „nur“ vor, dass der Verkäufer als Gläubiger gegen Empfang der Zahlung eine Quittung erteilt – dies auf Verlangen des Kunden.

6. Werbung mit der Übernahme anfallender eBay-Gebühren

Nach den Vorgaben von eBay ist es nicht erlaubt, zusätzlich zum Verkaufspreis eBay-Gebühren, PayPal-Gebühren und/oder Provisionen auf Käufer umzulegen und von diesen einzufordern.⁶² Dies hat eBay-Mitglieder teilweise dazu veranlasst, Hinweise wie „keine eBay-Gebühr“ oder „Verkäufer trägt eBay-Gebühren!“ in die Angebote aufzunehmen. In der Rechtsprechung wurde dies bereits als unlautere Werbung mit Selbstverständlichkeiten angesehen.⁶³ Das OLG Hamm hingegen verneinte eine Irreführung.⁶⁴ Es handele sich bei dem Hinweis „Die eBay-Gebühren übernehmen selbstverständlich wir“ zwar um eine Werbung mit Selbstverständlichkeiten; die Selbstverständlichkeit der Gebührenübernahme werde aber auch zum Ausdruck gebracht. Angesprochene Interessenten könnten nicht mehr meinen, es gehe hier um eine besondere Vergünstigung durch den Anbieter, den Mitbewerber nicht bieten.

7. Preisgegenüberstellung mit „regulärer Ladenpreis“

Preisgegenüberstellungen sind beliebte Werbemaßnahmen, erweisen sich jedoch nicht selten als unlauter, da nicht hinreichend klargestellt wird, um was für einen Preis es sich bei dem in Bezug genommenen Preis handelt.⁶⁵ In einer aktuellen Entscheidung des OLG Celle hatte der 13. Zivilsenat unter anderem auch über die Werbung eines eBay-Anbieters zu entscheiden, innerhalb derer dem ei-

57 Vgl. LG Köln, 6. 8. 2009 – 31 O 33/09.

58 Vgl. BGH, 26. 2. 2009 – I ZR 163/06, K&R 2009, 651 ff.

59 Vgl. OLG Hamm, 10. 12. 2009 – 4 U 156/09.

60 Vgl. LG Stuttgart, 11. 2. 2009 – 31 O 24/09 KfH.

61 Vgl. LG Bremen, 27. 8. 2009 – 12 O 59/09.

62 So § 9 Nr. 9 der AGB für die Nutzung der deutschsprachigen eBay-Websites.

63 So etwa LG Frankfurt a. M., 4. 9. 2006 – 3-11 O 197/06; LG Hamburg, 5. 3. 2008 – 408 O 52/08.

64 Vgl. OLG Hamm, 17. 11. 2009 – 4 U 148/09.

65 Dazu auch Schlömer/Dittrich, K&R 2008, 129, 134 wegen der Preisgegenüberstellung mit einem „Ladenpreis“ m. w. N.

gentlich verlangten Preis ein als „regulärer Ladenpreis“ bezeichneter höherer Preis gegenübergestellt wurde.⁶⁶ Der Rechtsprechung anderer Gerichte folgend untersagten die Richter die Werbung. Der Ausdruck „regulärer Ladenpreis“ sei für den Verbraucher mehrdeutig und daher irreführend i. S. d. § 5 Abs. 1 UWG.

8. Anforderungen an Garantiewerbung/-zusagen

Es herrscht weiterhin Ungewissheit darüber, welche Anforderungen an Händler zu stellen sind, die ihre Produkte bei eBay mit dem Hinweis auf eine „Garantie“ oder „Herstellergarantie“ feilbieten.⁶⁷ Das *OLG Bamberg* geht davon aus, die Formulierung „24 Monate Garantie“ werde schon nicht so verstanden, dass über die gesetzlichen Mängelansprüche hinaus eine Garantie i. S. d. §§ 443, 477 BGB gegeben wird.⁶⁸ Das *KG Berlin* hingegen sieht in der Aussage „Neuware, Originalverpackt vom Händler mit 2 Jahren Garantie!“ zwar eine Werbung mit einer Garantie; es bestehe jedoch keine Verpflichtung eines Verkäufers, den Verbraucher bereits vor Vertragsabschluss i. S. d. § 477 Abs. 1 BGB zu informieren.⁶⁹ Es genüge, wenn die Garantiebedingungen nach Vertragsabschluss in Textform zugehen – dies gem. § 312 c Abs. 2 S. 1 Nr. 2 BGB, § 1 Abs. 4 S. 1 Nr. 3 b BGB-InfoV spätestens bis zur Lieferung der Ware. Das *OLG Hamburg* indes sieht den Anwendungsbereich der Sonderbestimmung des § 477 BGB bei Angeboten auf dem eBay-Marktplatz als eröffnet.⁷⁰ Es sei zwar richtig, dass werbliche Angaben, die allenfalls eine invitatio ad offerendum beinhalten, nicht Regelungsgegenstand der Vorschrift sind; Offerten, die unter Hinweis auf eine „Garantie“ auf dem eBay-Marktplatz eingestellt werden, seien jedoch bindende, eine unselbständige Garantie einschließende Angebote zum Abschluss eines Kaufvertrages. Das *OLG Hamm* teilt diese Ansicht für eBay-Angebote,⁷¹ geht aber sogar noch weiter. Auch lediglich pauschale Werbeaussagen betreffend eine „Herstellergarantie“ seien unlauter i. S. d. §§ 3, 4 Nr. 11 UWG i. V. m. § 477 BGB, wenn nicht zugleich detaillierte Angaben zu Art und Umfang der Herstellergarantie gemacht werden.⁷² Darüber hinaus sehen die Richter aus Hamm einen Anwendungsbereich für § 477 BGB schon immer dann, wenn sich die Werbung auf konkrete Verkaufsangebote im Internet bezieht.⁷³ Die beworbene Übernahme der Garantie sei dann Teil des betreffenden Kaufvertrags über die beworbenen Produkte, für die die Garantie gelten soll; der Verbraucher müsse daher vor dem Vertragsschluss die Einzelheiten der Garantie kennen.

9. Versandkostenangabe für Preisvergleichslisten

Preisvergleichsdienste im Internet erfreuen sich einer stetig wachsenden Beliebtheit bei Internetnutzern. Sie sind auch für gewerbliche eBay-Mitglieder relevant – zumal die Shopping Epinions International Ltd. als eBay-Tochterunternehmen mit der Website Shopping.com einen internationalen Produkt- und Preisvergleichsdienst betreibt, der unter anderem auch Angebote mit einbezieht, die auf dem Online-Marktplatz eBay feilgeboten werden. Bislang nicht höchstrichterlich geklärt war die Frage, ob ein Versandhändler, der Waren über einen solchen Preisvergleichsdienst im Internet bewirbt, dabei auch auf beim Erwerb der Waren hinzukommende Versandkosten hinweisen muss. Der *BGH* hat diese Frage bejaht und klargestellt, es reiche nicht aus, wenn erst die Warenabbildung oder der mit einem Link versehene Produktname angeklickt werden muss, um auf die Angebots-Website geführt zu werden, auf der neben dem Preis des Produkts die Ver-

sandkosten angegeben werden.⁷⁴ Es sei Sinn und Zweck der Preisvergleichslisten, dem Verbraucher einen schnellen Überblick darüber zu verschaffen, was er für das fragliche Produkt letztlich zahlen muss. Hierzu erwarte der Verbraucher die Angabe des Endpreises sowie aller zusätzlichen Kosten, insbesondere der Versandkosten.

VII. Handel mit Eintrittskarten bei eBay

Im Hinblick auf die Rubrik „Tickets“ bei eBay sind zuletzt die Fragen diskutiert worden, ob der Verkauf solcher Eintrittskarten den Vorschriften über Fernabsatzverträge unterliegt⁷⁵ und ob einem Selbstvermarkter Unterlassungsansprüche wegen des Ankaufs und (Wieder-) Verkaufs von Eintrittskarten zustehen, wenn er den gewerblichen und kommerziellen Weiterverkauf der erworbenen Tickets ohne Einholung einer vorherigen Zustimmung durch den Veranstalter untersagt hat.⁷⁶

1. Wiederveräußerungsverbot für Eintrittskarten?

Das *LG Essen* hatte sich mit den Geschäftsbedingungen eines Fußballvereins zu befassen, nach denen es einem Ticketinhaber unter anderem untersagt sein sollte, die Eintrittskarten über Online-Auktionen oder sonstige Internet-Marktplätze öffentlich anzubieten. Auf den Tickets fand sich zudem der Hinweis: „Ein Verkauf dieser Karte über nicht autorisierte Internet-Auktionshäuser oder nicht autorisierte Internet-Ticketbörsen oder nicht autorisierte gewerbliche Verkäufer ist untersagt. Die Karte verliert bei einem solchen Verkauf ihre Gültigkeit und berechtigt den Inhaber nicht mehr zum Besuch der Veranstaltung.“ Das Gericht sah darin eine gezielte Absatzbehinderung i. S. d. §§ 3, 4 Nr. 10 UWG, da der Verein die Erwerber von Tickets zivilrechtlich unwirksam ausschließe und der Aufdruck auf den Eintrittskarten rechtswidrig sei.⁷⁷ Die Regelungen stellten für Ersterwerber von Tickets eine unangemessene Benachteiligung i. S. d. § 307 BGB dar, soweit sie vorsehen, dass diese bei einem Veräußerungsversuch ihr eigenes Zutrittsrecht verlieren können. Aber auch Zweiterwerbern, die über ein Portal im Internet Karten erwerben, werde der Zutritt auf zivilrechtlich unwirksame Weise verwehrt bzw. dies angedroht – dies, obgleich die AGB diesen gegenüber gar nicht gelten, da sie nicht Vertragspartner des Vereins sind. Das mit dem Aufdruck auf den Tickets verbundene Veräußerungsverbot erweise sich auch nicht als eine taugliche Einwendung i. S. d. § 796 BGB. Ließe man dieses Veräußerungsverbot als wirksame urkundliche Einwendung gelten, widerspräche dies dem Charakter der nicht personalisierten Tickets als kleine Inhaberpapiere.

66 Vgl. *OLG Celle*, 30. 7. 2009 – 13 U 77/09.

67 Dazu auch *Schlömer/Dittrich*, K&R 2009, 145, 151.

68 Vgl. *OLG Bamberg*, 1. 4. 2009 – 3 U 238/08.

69 Vgl. *KG Berlin*, 1. 4. 2009 – 24 U 133/08 im Anschluss an *KG Berlin*, 2. 11. 2007 – 5 W 306/07 sowie *KG Berlin*, 2. 9. 2008 – 5 W 254/08.

70 Vgl. *OLG Hamburg*, 26. 11. 2009 – 3 U 23/09.

71 Vgl. *OLG Hamm*, 17. 7. 2008 – 4 U 97/08. Ebenso wohl auch *OLG Frankfurt a. M.*, 4. 7. 2008 – 6 W 54/08.

72 Vgl. *OLG Hamm*, 16. 12. 2008 – 4 U 173/08, GRUR-RR 2009, 342 f.

73 Vgl. *OLG Hamm*, Urt. v. 13. 8. 2009 – 4 U 71/09, MMR 2010, 28 f. Die Revision zum BGH wurde zugelassen und wird dort unter dem Geschäftszeichen I ZR 133/09 geführt.

74 Vgl. *BGH*, 16. 7. 2009 – I ZR 140/07, K&R 2010, 187 ff. (in diesem Heft).

75 Dazu auch *Schlömer/Dittrich*, K&R 2008, 129 f.

76 Dazu auch *Schlömer/Dittrich*, K&R 2009, 145, 152 f.

77 Vgl. *LG Essen*, 26. 3. 2009 – 4 O 69/09, K&R 2009, 418 ff. Das Urteil, das im einstweiligen Verfügungsverfahren erging, wurde aber auf die Berufung des Vereins abgeändert und der auf Erlass der einstweiligen Verfügung gerichtete Antrag zurückgewiesen, da das *OLG Hamm* einen Verfügungsgrund verneinte (*OLG Hamm*, 14. 7. 2009 – 4 U 86/09).

2. Wer haftet bei Ausfall einer Konzertveranstaltung?

Mit der Frage der Haftung bei Absage einer Konzertveranstaltung, für die Tickets im Internet von einem gewerblichen (Wieder-) Verkäufer gekauft wurden, hat sich das *OLG Hamm* in einer wettbewerbsrechtlichen Auseinandersetzung befasst.⁷⁸ Es handele sich bei dem Kartenkauf im Internet um einen Rechtskauf. Die Konzertkarte stelle ein sog. kleines Legitimationspapier nach § 807 BGB dar, das nach §§ 929 ff. BGB übertragen wird. Mit der Übertragung der Karte habe ein Verkäufer den Kaufvertrag erfüllt. Die Durchführung des Konzertes sei Sache des Veranstalters; dieser sei grundsätzlich verpflichtet, jedem Karteninhaber – und zwar unabhängig davon, auf welche Weise der Inhaber die Karte erlangt hat – den Zutritt zu dem Konzert zu verschaffen. Wird das Konzert abgesagt, hafte der Veranstalter dem Karteninhaber wegen der dadurch eingetretenen Unmöglichkeit. Der (Wieder-) Verkäufer hafte wegen einer solchen Unmöglichkeit dagegen nicht, weil er seine Leistung bereits in vollem Umfang erbracht und überhaupt keinen Einfluss darauf habe, ob das Konzert durchgeführt wird oder nicht.

VIII. Herstellerverbot eines Vertriebs von Markenwaren über eBay?!

Weiterhin uneinheitlich ist die Judikatur in der Frage, ob Markenartikelhersteller den Vertriebshändlern untersagen können, die Waren über Internet-Auktionsplattformen zu verkaufen.⁷⁹ Das *LG Berlin* bekräftigte seine bisherige Rechtsprechung und verurteilte einen Hersteller von Schulranzen dazu, es zu unterlassen, die Belieferung des klagenden Vertriebshändlers davon abhängig zu machen, dass dieser die Ware nicht über eBay oder gleichartige Auktionsplattformen veräußert.⁸⁰ Es bestünden bereits erhebliche Zweifel an der Erforderlichkeit eines qualitativen selektiven Vertriebssystems in diesem Produktbereich. Jedenfalls aber stelle das generelle Verbot eines Warenabsetzes über eBay kein qualitatives Merkmal für die Auswahl der Wiederverkäufer dar. Das *OLG Karlsruhe* urteilte indes anders.⁸¹ Die im Streit stehenden Anforderungen an den Vertrieb über das Internet, der neben einem Einzelhandelsvertrieb geschieht, seien qualitative Selektionskriterien, die an die objektiven Eigenarten der in Rede stehenden Markenprodukte anknüpfen. Es solle der Verbraucher zum Besuch des Einzelhandelsgeschäfts zwecks fachkundiger Beratung motiviert werden; die Marken müssten angemessen präsentiert und die Kunden umfassend informiert werden. Auch das *OLG München* ging von der kartellrechtlichen Zulässigkeit eines Weitervertriebsverbots aus.⁸² Eine entsprechende Verbotsklausel könne – unabhängig von der Frage der Wettbewerbsbeschränkung – nach Art. 81 Abs. 3 EG, § 2 Abs. 1 u. 3 S. 1 GWB i.V.m. Art. 2 Abs. 1 Vertikal-VO freigestellt sein, wenn der Anteil des Lieferanten an dem relevanten Markt 30 % nicht überschreitet; mit ihr gehe auch keine Beschränkung des Kundenkreises einher, an den ein Vertriebshändler Vertragswaren verkaufen darf.

IX. Rechtsschutz bei der Sperrung von Mitgliedskonten und Löschung von Angeboten

1. Zur Rechtmäßigkeit einer von eBay verhängten Zugangssperre

Erneut hatte sich das *OLG Brandenburg* mit der Frage zu befassen, unter welchen Voraussetzungen sich ein eBay-Mitglied gegen eine von eBay verhängte Zugangssperre

wehren kann.⁸³ Das Gericht bestätigte die Auffassung, dass die Sperrklauseln innerhalb der eBay-AGB wirksam sind; es stelle ein legitimes Interesse der Betreiber des Online-Marktplatzes dar, die Aufrechterhaltung der Seriosität und Verlässlichkeit des Handelsgeschehens zu gewährleisten. Der Sperrung von Mitgliedskonten stehe auch nicht entgegen, dass eBay damit „das Recht in die eigene Hand nimmt“ – nicht erforderlich sei, das betreffende eBay-Mitglied zunächst auf eine Duldung der Sperrung gerichtlich in Anspruch zu nehmen. Der von den Antragstellern herangezogene Vergleich mit dem Vermieter eines Ladengeschäftes, der eine ausgesprochene Kündigung nicht ohne gerichtliche Hilfe durch Austauschen der Schlösser durchsetzen darf, gehe fehl.⁸⁴

In einem weiteren Fall wurde vom Mitgliedskonto eines EDV-Händlers mehrfach im Rahmen von Online-Auktionen auf Waren geboten, die von einem anderen Account desselben Händlers aus eingestellt worden waren (sog. Shill-Bidding). Daraufhin sperrte eBay alle Mitgliedskonten mit sofortiger Wirkung und kündigte das Vertragsverhältnis fristlos, hilfsweise fristgerecht. Der Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung mit dem Ziel, die Mitgliedskonten wieder freizuschalten, blieb vor dem *LG Potsdam* ohne Erfolg. Die dagegen eingelegte sofortige Beschwerde hat der Kartellsenat des *Brandenburgischen OLG* zurückgewiesen.⁸⁵ Die Beeinflussung des Bietergefechts zu Lasten anderer Bieter stelle einen schweren Vertragsverstoß dar, der die fristlose Kündigung und die sofortige Sperrung rechtfertige. Im Übrigen sei aber auch die vorsorglich von eBay ausgesprochene fristgerechte Kündigung rechtmäßig. Nach den AGB sei eine fristgerechte Kündigung möglich, ohne dass ein besonderer Grund dafür angegeben werden muss. Mit der Kündigung nütze eBay auch nicht missbräuchlich eine marktbeherrschende Stellung aus; denn eine derartige Stellung komme eBay als Anbieter von Internet-Verkaufsplätzen nicht (mehr) zu.

2. Löschung von Angeboten bei missbräuchlichen VeRI-Mitteilungen

Schließlich hatte das *OLG Brandenburg* in einer weiteren Entscheidung über den Schadensersatzanspruch eines eBay-Mitgliedes zu entscheiden, das aufgrund unberechtigter Meldungen an das VeRI-Programm⁸⁶ von eBay wegen der angeblichen Verletzung von Geschmacksmusterrchten vom Handel auf dem Marktplatz ausgeschlossen wurde.⁸⁷ Das Brandenburgische Gericht machte klar, dass eine solche Meldung an das VeRI-Programm einer unbegründeten Verwarnung aus einem Kennzeichenrecht oder einer sonstigen unberechtigten Schutzrechtsverwarnung gleichstehe, die nach der Rechtsprechung des BGH unter dem Aspekt des rechtswidrigen und schuldhaften Eingriffs in das Recht am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb zum Schadensersatz verpflichten könne.

78 Vgl. *OLG Hamm*, 30. 7. 2009 – 4 U 69/09.

79 Dazu auch *Schlömer/Dittrich*, K&R 2009, 145, 153 m. w. N.

80 Vgl. *LG Berlin*, 21. 4. 2009 – 16 O 729/07 Kart, MMR 2010, 39 = BB 2009, 1381. Ebenso schon *LG Berlin*, 24. 7. 2007 – 16 O 412/07 Kart, K&R 2008, 321 f.

81 Vgl. *OLG Karlsruhe*, 25. 11. 2009 – 6 U 47/08 Kart, K&R 2010, 53 ff.

82 Vgl. *OLG München*, 2. 7. 2009 – U (K) 4842/08, K&R 2009, 729 f.

83 Dazu auch *Schlömer/Dittrich*, K&R 2006, 102, 107 sowie K&R 2009, 145, 148.

84 Vgl. *OLG Brandenburg*, 15. 1. 2009 – 12 W 1/09, MMR 2009, 262.

85 Vgl. *OLG Brandenburg*, 17. 6. 2009 – Kart W 11/09, K&R 2009, 592 f.

86 I.e. das Verifizierte Rechteinhaber-Programm; Informationen dazu unter: <http://pages.ebay.de/vero>.

87 Vgl. *OLG Brandenburg*, 17. 2. 2009 – 6 U 10/07, MMR 2009, 558 f.

Ganz ähnlich äußerte sich auch das *LG München I* und bejahte einen Anspruch auf Unterlassung wahrheitswidriger Mitteilungen an eBay, die regelmäßig zu einer Löschung der monierten Artikelangebote führen.⁸⁸ Angesichts der für den Geschäftsbetrieb des betroffenen eBay-Mitgliedes sehr einschneidenden Folgen, erscheine es nicht sachgerecht, ihm die Darlegungs- und Glaubhaftmachungslast dafür aufzuerlegen, dass sich die Angebote auf Originalware beziehen; vielmehr müsse es bei der generellen Beweislastverteilung i. S. d. § 4 Nr. 8 UWG und § 186 StGB verbleiben, wonach derjenige, der gegenüber Dritten eine Tatsachenbehauptung über eine andere Partei aufstellt, deren Richtigkeit beweisen muss. Andernfalls – so das Gericht weiter – könnte man ein eBay-Mitglied durch die Äußerung bloßer Vermutungen aus dem Markt drängen ohne konkrete Fakten in der Hand zu haben.

X. Zur Haftung der Plattformbetreiber

1. Keine proaktive Prüfungspflicht der Plattformbetreiber vor Veröffentlichung von Angeboten!

Der *BGH* hatte im Jahre 2007 mit der Entscheidung „Internetversteigerung II“ festgestellt, dass eine Störerhaftung seitens eBay grundsätzlich in Betracht komme – dies nicht nur für den auf eine bereits geschehene Markenverletzung gestützten, sondern auch für den vorbeugenden Unterlassungsanspruch. Da das Verfahren seinerzeit an das Berufungsgericht zurückgewiesen wurde, stand im zugrunde liegenden Fall noch eine Entscheidung aus.

Das *OLG Düsseldorf* verneinte nun eine Haftung der Marktplatzbetreiber.⁸⁹ Die Klägerseite habe nicht ausreichend dargelegt, dass es noch zu kerngleichen Verletzungshandlungen gekommen ist, die eBay aufgrund der Hinweise der Klägerseite hätte verhindern müssen. Jedes Angebot vor der Veröffentlichung im Internet auf eine mögliche Rechtsverletzung zu untersuchen, sei für eBay

nicht zumutbar, weil eine solche Pflicht das gesamte Geschäftsmodell in Frage stellen würde. Zwischenzeitlich sei aber ein (proaktives) Filterprogramm installiert, über das Angebote gesperrt werden, die Markennamen offensichtlich unzulässig verwenden. Die Frage, ob dieser Filter den Anforderungen der Rechtsprechung genügt, konnte von den *Düsseldorfer Richtern* offen gelassen werden.

2. Verkehrssicherungspflicht der Plattformbetreiber zur Eindämmung von Verhaltensunrecht

Wie das *OLG Frankfurt a. M.* zuletzt 2008 entschieden hat, trifft die Betreiber eines Internet-Portals für Kleinanzeigen wie etwa unter „kleinanzeigen.ebay.de“ eine gewisse Pflicht dafür zu sorgen, dass gewerbliche Anbieter ihrer Verpflichtung zu einer Anbieterkennzeichnung i. S. d. § 5 TMG nachkommen.⁹⁰ Das *LG Frankfurt a. M.* folgt dieser Rechtsprechung in einer aktuellen Entscheidung und konkretisiert die Anforderungen an die Betreiber.⁹¹ Demnach ist es nicht ausreichend, wenn lediglich darüber informiert wird, dass im geschäftlichen Verkehr handelnde Anbieter der Impressumspflicht unterliegen. Anders als etwa bei einer sog. Pflichtfeldmaske sei es dann weiterhin möglich, dass sich auch gewerbliche Anbieter völlig anonym anmelden, ohne sich hinsichtlich der Frage des gewerblichen Handels auch nur einmal festlegen zu müssen und damit eine bewusste Falschangabe zu riskieren. Zum ändern könnten – so die hessischen Richter weiter – die Betreiber die Anzeigen nach Erscheinen dahingehend überprüfen, ob diese geschäftsmäßige Angebote ohne Angabe von Name und Anschrift enthalten.

88 Vgl. *LG München I*, 18. 3. 2009 – 1 HK O 1922/09.

89 Vgl. *OLG Düsseldorf*, 24. 2. 2009 – I-20 U 204/02, K&R 2009, 338 ff.

90 Dazu auch *Schlömer/Dittrich*, K&R 2009, 145, 153 mit Verweis auf *OLG Frankfurt a. M.*, 23. 10. 2008 – 6 U 139/08, K&R 2009, 60 f.

91 *LG Frankfurt a. M.*, 13. 5. 2009 – 2-06 O 61/09.

Dr. Edgar Rose und Prof. Dr. Jürgen Taeger, Oldenburg*

Reduzierte Informationspflichten für den M-Commerce

Folgen des Kommissionsvorschlags einer EU-Richtlinie über „Rechte der Verbraucher“

Am 8. 10. 2008 legte die Europäische Kommission den Vorschlag einer „Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates über Rechte der Verbraucher“ (VRRL-E) vor. Erstmals ist darin eine spezielle Regelung vorgesehen, mit der die Probleme, im M-Commerce gesetzliche Informationspflichten zu erfüllen, gelöst werden sollen. Der Beitrag erörtert diesen Lösungsvorschlag im Kontext der aktuellen Entwicklung des M-Commerce und formuliert Gegenvorschläge.

I. Einleitung

Der Kommissionsvorschlag VRRL-E¹ zielt darauf, mehrere europäische Verbraucherschutzrichtlinien durch eine

zusammengefasste neue Richtlinie zu ersetzen. Das geltende Recht soll vereinfacht und der Rechtszersplitterung in den Mitgliedsstaaten durch das Konzept der Vollharmonisierung begegnet werden. Im Gegensatz zur bisherigen Strategie der Mindestharmonisierung ist also beabsichtigt, die 1:1-Umsetzung in einzelstaatliche Vorschriften verbindlich vorzugeben.²

Zu den einbezogenen Richtlinien gehört die Fernabsatzrichtlinie (FARL), die die europäische Rechtsgrundlage für zentrale Vorschriften des B2C-Onlinehandels bildet,

* Mehr über die Autoren erfahren Sie auf S. VIII.

1 KOM(2008) 614 endgültig.

2 Zur Darstellung und Kritik der Richtlinienentwürfs insgesamt *Föhlich*, MMR 2009, 75; *Micklitz/Reich*, EuZW 2009, 279.

MIT DEN AUTOREN KONTAKT AUFNEHMEN?

Bei Rückfragen können Sie sich natürlich jederzeit gerne an uns wenden. Im Fall von rechtlichen Fragen, rufen Sie unter der untenstehenden Rufnummer an oder Sie senden einfach eine E-Mail.

SCHLÖMER & SPERL Rechtsanwälte
Steinhöft 5-7 / Haus am Fleet in 20459 Hamburg / BRD
Fon: +49(0)40 – 317 669 00
Fax: +49(0)40 – 317 669 20
E-Mail: info@schloemer-sperl.de



RA Dr. Uwe Schlömer



RA Jörg Dittrich, LL.M. oec. (Köln)
Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz
Fachanwalt für Informationstechnologierecht

