

Titel:

Informationspflicht des Online-Verkäufers zu den angebotenen Waren unmittelbar vor Bestellabgabe des Verbrauchers

Normenketten:

BGB § 312j Abs. 2

EGBGB Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 1

UWG § 3a, § 8 Abs. 1

Leitsätze:

1. Amazon ist als Anbieterin von Waren im elektronischen Geschäftsverkehr gemäß § 312j Abs. 2 BGB verpflichtet, dem Verbraucher bei einem Vertragsschluss die in Art. 246 § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 1 EGBGB genannten Informationen klar und verständlich in hervorgehobener Weise zur Verfügung zu stellen, bevor der Verbraucher seine Bestellung abgibt. (Rn. 24) (red. LS Dirk Büch)
2. Wesentliches Merkmal von Bekleidung ist jedenfalls das Material, von Sonnenschirmen das Material des Bezugsstoffs, des Gestells und das Gewicht. (Rn. 26) (red. LS Dirk Büch)
3. Die Angaben über wesentliche Merkmale sind unmittelbar vor dem Bestellvorgang anzuzeigen. Die Einblendung eines Links auf die Produktseite ist nicht ausreichend. (Rn. 28 – 29) (red. LS Dirk Büch)

Schlagworte:

Unterlassungsanspruch, Onlineshop, Verbraucher, Bestellung, wesentliche Informationen, Bekleidung, Sonnenschirm

Rechtsmittelinstanzen:

OLG München, Urteil vom 31.01.2019 – 29 U 1582/18

BGH Karlsruhe, Beschluss vom 28.11.2019 – I ZR 43/19

Fundstellen:

WRP 2018, 888

BB 2018, 1556

BeckRS 2018, 7262

ZVertriebsR 2018, 161

LSK 2018, 7262

GRUR-RS 2018, 7262

MMR 2018, 478

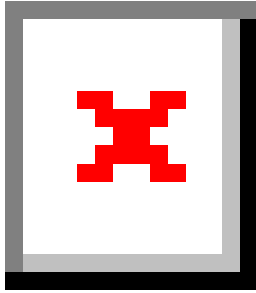
Tenor

I. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung fällig werdenden Ordnungsgeldes bis zu EUR 250.000,-, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, letztere zu vollziehen an einem ihrer jeweiligen Geschäftsführer, zu unterlassen im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs Verbrauchern in einem Onlineshop Sonnenschirme und/oder Bekleidungsstücke anzubieten, ohne auf der Internetseite, auf welcher der Verbraucher sein Angebot zum Abschluss des Kaufvertrages durch Anklicken des Bestellbuttons abgeben kann, die wesentlichen Merkmale der zu bestellenden Ware, bei Sonnenschirmen das Material des Stoffes, das Material des Gestells und das Gewicht, bei Bekleidungsstücken das Material, anzugeben, wenn dies beispielsweise wie aus Anl. K 12 ersichtlich geschieht.

II. Die Kosten des Rechtsstreits trägt die Beklagte.

III. Das Urteil ist in Ziffer I. gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 30.000,- EUR, in Ziffer II. gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110 Prozent des jeweils zu vollstreckenden Betrages vorläufig vollstreckbar.

IV. Der Streitwert wird endgültig auf 25.000,- EUR festgesetzt.



Tatbestand

1

Der Kläger macht gegen die Beklagte wettbewerbsrechtliche Unterlassungsansprüche geltend.

2

Der Kläger ist ein eingetragener Verein zur Förderung gewerblicher Interessen, der nach § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG berechtigt ist, bei Wettbewerbsverstößen Abmahnungen auszusprechen und Klage zu erheben.

3

Die Beklagte ist ein Online-Handelsunternehmen mit Sitz in Luxemburg und einer Zweigniederlassung in Deutschland.

4

Die Beklagte vertreibt auf der Internetseite " Waren aller Art. Ihre Verkäufereigenschaft wird im Internet durch den Hinweis „Verkauf und Versand durch Amazon“ kenntlich gemacht (Anlage K 1).

5

Die Beklagte bot in ihrem deutschsprachigen Onlineshop unter "... " das Produkt „Sch. Sonnenschirm Rhodos, natur, ca. 300 x 300 cm 8-teilig, quadratisch“ mit der ASIN B004EWGODW zu einem Preis von 382,99 EUR an. Die auf der Angebotsseite gemachten Informationen zu dem Produkt (Anlage K 2) erschienen bei einem Aufruf des in den digitalen Warenkorb gelegten Produkts nicht mehr. Stattdessen waren dort nur ein Foto des Produkts sowie die Information „Sch. Sonnenschirm Rhodos, natur, ca. 300 x 300 cm 8-teilig, quadratisch“ abrufbar (Anlage K 3). Die Beschreibung des Produkts war als Link ausgestaltet, bei dessen Anklicken man auf die vorgenannte Produktseite mit den entsprechenden Informationen weitergeleitet wurde (Anlage K 2). Wählte man im digitalen Warenkorb die Option „Zur Kasse gehen“ erschien eine Bestellabschlussseite, auf der durch Anklicken des Links „Jetzt kaufen“ ein Angebot zum Abschluss eines Kaufvertrages abgegeben und der Bestellvorgang beendet wurde. Neben der Abbildung eines Produktfotos fanden sich dort ebenfalls nur folgenden Produktangaben:

„Sch. Sonnenschirm Rhodos, natur

Ca. 300 x 300 cm 8-teilig, quadratisch

EUR 328,99

Anzahl: 1 Ändern Verkauf durch Amazon EU S.à.r.l.

Geschenkoptionen“.

6

Ein Link auf die Produktseite war nicht vorhanden (Anlage K 4)

7

Deswegen mahnte der Kläger die Beklagte mit Schreiben vom 10.03.2017 ab (Anlage K 5). Die Beklagte gab daraufhin zwar eine Unterlassungserklärung, jedoch kein Vertragsstrafversprechen ab (Anlage K 8). Eine nochmalige Aufforderung hierzu seitens des Klägers mit Schreiben vom 25.04.2017 blieb erfolglos (Anlage K 9).

8

Des Weiteren vertrieb die Beklagte unter "... " das Produkt „O. Damen Kleid Weria“ für 55,95 EUR, für das auf der Produktseite zahlreiche Angaben (Anlage K 10) gemacht wurden, die nach Einlegen in den Warenkorb und Aufruf desselbigen nur noch über einen auf die Produktseite führenden Link einsehbar waren. Als unmittelbar erkennbare Produktinformationen war dort nur enthalten „O. Damen Kleid Weria, Blau (Sea Ground 6060), 44“ (Anlage K 11). Bei Anklicken des „Zur Kasse gehen“-Knopfes erschienen nur die bereits im digitalen Warenkorb angezeigten Informationen, ein Link auf die Produktseite fehlte (Anlage K 12).

9

Der Kläger behauptet, die Beklagte sei antragsgemäß zur Unterlassung gemäß § 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 2, § 3, § 5a UWG bzw. § 3a UWG in Verbindung mit § 312j Abs. 1 BGB und Art. 246 a § 1 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 EGBGB zu verurteilen.

10

Die Beklagte sei als Anbieterin von Waren im elektronischen Geschäftsverkehr gemäß § 312 j Abs. 2 BGB verpflichtet, dem Verbraucher unmittelbar bevor dieser seine Bestellung abgibt klar und verständlich in hervorgehobener Weise die Informationen gemäß Art. 246 a § 1 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 EGBGB zur Verfügung zu stellen. Zu diesen Informationen zählten die wesentlichen Eigenschaften der Ware in dem für das Kommunikationsmittel und die Ware angemessenen Umfang.

11

Gegen diese Informationspflicht habe die Beklagte verstoßen, indem sie auf den Bestellabschlussseiten für den streitgegenständlichen Sonnenschirm keine Angaben zum Material des Stoffs, zum Material des Gestells und zum Gewicht des Sonnenschirms bzw. für das Kleid keine Angaben zum Material gemacht habe.

12

Maßgeblich sei allein die Information auf der Bestellabschlussseite. Nur diese sei der Abgabe der Bestellung durch Anklicken des Knopfes „Jetzt kaufen“ unmittelbar vorgelagert. Auf etwaige Angaben im vorgelagerten Warenkorb oder gar auf der Produktseite komme es nicht an. Die bloße Verlinkung der Produktbezeichnung mit der Produktseite erfülle nicht das Erfordernis des Einblendens und damit der Unmittelbarkeit. Dies habe bereits das OLG Hamburg entschieden (GRUR-Rs 2014, 18139 Rn. 4).

13

Das Material des Bezugsstoffs und des Gestells des Sonnenschirms bzw sein Gewicht zählten ebenso zu den wesentlichen Informationen über ihn, wie das Material des Kleides.

14

Bei den Schutzvorschriften des § 312 j Abs. 2 BGB und des Art. 246 a § 1 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 EGBGB handele es sich um Marktverhaltensregelungen im Sinne des § 3a UWG. Die für einen Unterlassungsanspruch aus §§ 8, 3 UWG in Verbindung mit § 3a UWG erforderliche Eignung, die Interessen von Verbrauchern spürbar zu beeinträchtigen, sei bei fehlenden Informationen über wesentliche, für die Kaufentscheidung maßgebliche Merkmale der Ware per se gegeben.

15

Mit Schriftsatz vom 17.11.2017 (Bl. 38/43 d.A.) hat der Kläger seinen Klageantrag dahingehend geändert, dass er nicht mehr „Waren“ umfassen soll, sondern nur noch Sonnenschirme und/oder Bekleidungsstücke. Ferner hat er die in den ursprünglichen Klageantrag eingelichteten Screenshots der angegriffenen Begehungsformen weggelassen.

16

Der Kläger beantragt zuletzt.

Die Beklagte wird verurteilt, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung fällig werdenden Ordnungsgeld bis zu EUR 250.000,-, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten,

letztere zu vollziehen an einem ihrer jeweiligen Geschäftsführer, zu unterlassen im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs Verbrauchern in einem Onlineshop Sonnenschirme und/oder Bekleidungsstücke anzubieten, ohne auf der Internetseite, auf welcher der Verbraucher sein Angebot zum Abschluss des Kaufvertrages durch Anklicken des Bestellbuttons abgeben kann, die wesentlichen Merkmale der zu bestellenden Ware, bei Sonnenschirmen das Material des Stoffes, das Material des Gestells und das Gewicht, bei Bekleidungsstücken das Material, anzugeben, wenn dies beispielhaft wie aus Anl. K 12 ersichtlich geschieht.

17

Die Beklagte beantragt,

Klageabweisung.

18

Die Beklagte ist der Auffassung, der zunächst gestellte und allgemein auf Waren bezogene Unterlassungsanspruch des Klägers sei mangels ausreichender Bestimmtheit und fehlender Lesbarkeit der in den Klageantrag eingelichteten Screenshots gemäß § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO bereits unzulässig. Es sei nicht erkennbar, welche konkreten Handlungen die Beklagte in Bezug auf welchen Onlineshop, auf welche Waren, auf welche wesentlichen Eigenschaften und zu welchem Zeitpunkt unterlassen solle. Mangels ausreichender Bestimmtheit sei es der Beklagten nicht möglich, sich erschöpfend zu verteidigen und die Bestimmung des konkreten Streitgegenstandes sei in unzulässiger Weise dem Vollstreckungsverfahren überlassen.

19

Die Klage genüge mangels Bezeichnung des Charakteristischen des konkreten Verletzungstatbestands auch dem materiell-rechtlichen Konkretisierungsgebot nicht, und sei daher zudem unbegründet. Die durch § 312 j BGB und Art. 246a § 1 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 EGBGB beschriebenen Pflichten der Beklagten würden im Klageantrag nicht abgebildet, da keine zeitliche und inhaltliche Einschränkung gemacht würde.

20

Weiterhin fehle es an einer Wiederholungsgefahr, sofern der Kläger allgemein „Waren“ mit seinem Unterlassungsantrag umfassen wolle. Der Kläger habe eine konkrete Verletzungshandlung nur hinsichtlich Sonnenschirmen und Bekleidungsstücken dargelegt. Eine darauf gestützte Wiederholungsgefahr für alle Produkte der Beklagten sei mit dem BGH (Urteil vom 14.11.2002, GRUR 2003, 446 - Preisempfehlung für Sondermodelle) nicht zu begründen.

21

Schließlich bestehe der Unterlassungsanspruch auch deswegen nicht, weil die Beklagte in Bezug auf die mit der Klage konkret angegriffenen Produkte Sonnenschirme und Bekleidungsstücke inzwischen Veränderungen vorgenommen und die Angaben auf der Bestellabschlussseite vervollständigt habe.

22

Im Übrigen wird auf die Schriftsätze der Parteien nebst Anlagen sowie das Protokoll der mündlichen Verhandlung vom 20.03.2018 (Bl. 45/49 d. A.) verwiesen.

Entscheidungsgründe

23

Die Klage ist in Form des zuletzt gestellten Antrags zulässig und begründet, da die Beklagte als Online-Verkäuferin gemäß § 312 j Abs. 2 BGB verpflichtet ist, dem Verbraucher unmittelbar vor Bestellabgabe die in Art. 246 a § 1 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 EGBGB genannten Informationen zur Verfügung zu stellen. Das hat die Beklagte bei den streitgegenständlichen Sonnenschirmen bzw. Bekleidungsstücken nicht getan, weswegen sie gemäß §§ 8, 3 a UWG zur Unterlassung zu verurteilen war.

A.

I.

24

Die Beklagte ist als Anbieterin von Waren im elektronischen Geschäftsverkehr gemäß § 312 j Abs. 2 BGB verpflichtet, dem Verbraucher bei einem Vertragsschluss die in Art. 246 § 1 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 EGBGB

genannten Informationen klar und verständlich in hervorgehobener Weise zur Verfügung zu stellen, bevor der Verbraucher seine Bestellung abgibt.

25

1. Welches die „wesentlichen Merkmale“ einer Ware sind, bedarf einer wertenden Betrachtung im Einzelfall.

26

a) Für das Angebot von „Bekleidung“ ist jedenfalls die Angabe des Materials als wesentlich anzusehen (Grüneberg, in: Palandt, BGB, 77. Auflage, 2018, Art. 246 Rn. 5), da danach sowohl das Preis-Leistungs-Verhältnis, die erforderliche Reinigung sowie bestehende Unverträglichkeiten beurteilt werden können und diese für einen Bekleidungskauf wesentliche Faktoren darstellen.

27

b) Aus Sicht der angesprochenen Verkehrskreise stellen für Sonnenschirme das Material des Bezugsstoffs, das Material des Gestells sowie das Gewicht einen wesentlichen Entscheidungsfaktor dar, da davon - neben der allgemeinen Haltbarkeit des Produkts - einerseits z. B. die Regen- und/oder UV-Beständigkeit und andererseits eine leichte Transportmöglichkeit sowie die Standsicherheit abhängen (OLG Hamburg, GRUR-Rs 2014, 18139 Rn. 6).

28

2. Der in § 312 j Abs. 2 BGB in Verbindung mit Art. 246 a § 1 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 EGBGB normierten Verpflichtung zur Anzeige der oben genannten Informationen ist nur dann Genüge getan, wenn sie im Verlauf des Bestellvorgangs selbst -unmittelbar vor Abgabe der Bestellung - eingeblendet werden. Andernorts, z.B. in der Produktübersicht gemachte Angaben sind insoweit ohne Bedeutung (OLG Hamburg, a.a.O., Rn. 3). Auch die Einblendung eines Links auf die Produktseite wäre unzureichend.

29

Die unmittelbare Anzeige vor dem Bestellvorgang ist deshalb erforderlich, weil der Verbraucher dadurch (nochmals) die Gelegenheit erhält, das von ihm zu erwerbende Produkt konkret zu besichtigen und auf die Übereinstimmung mit seinen Vorstellungen zu überprüfen. Er soll dadurch vor übereilten Kaufentscheidungen geschützt werden, insbesondere dann, wenn er - wie häufig der Fall - nicht nur ein Produkt auswählt, sondern mehrere verschiedene Produkte nach mitunter langer Suche in den digitalen Einkaufskorb gelegt hat und daher nur noch eine rudimentäre Erinnerung an die einzelnen Produkte und ihre wesentlichen Eigenschaften hat. Die Situation ist somit nicht anders als die in einem gegenständlichen Warenhaus, in dem der Käufer die im Verlauf seines Einkaufs in den Warenkorb gelegten Produkte auf die Ladentheke legt und sich dabei nochmals ihre konkreten Eigenschaften bewusst machen und sie gegebenenfalls auch wieder aussortieren kann.

30

3. Diesen Anforderungen ist die Beklagte nach dem unwidersprochenen Vortrag des Klägers nicht nachgekommen.

II.

31

Bei § 312 j Abs. 2 BGB in Verbindung mit Art. 246 a § 1 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 EGBGB handelt es sich um Marktverhaltensregelungen im Sinne von § 3 a UWG (OLG Köln, BeckRs 2016, 119172 Rn. 39).

32

Die fehlende Information über wesentliche, für die Kaufentscheidung maßgebliche Merkmale der Ware ist auch geeignet, die Interessen von Verbrauchern spürbar zu beeinträchtigen.

33

Der Verstoß gegen diese Vorschriften stellt daher einen Rechtsbruch nach § 3 a UWG dar, der gemäß § 8 Abs. 1 UWG zu unterlassen ist.

III.

34

Eine Wiederholungsgefahr wird durch die unstreitige Verletzungshandlung indiziert und besteht mangels Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung fort. Allein die Abgabe einer Unterlassungserklärung

ohne Strafbewehrung, wie von der Beklagten hinsichtlich der Sonnenschirme mit Schreiben vom 11.04.2017 erklärt (Anlage K 8), vermag die Wiederholungsgefahr nicht zu beseitigen.

B.

35

Die Kostenentscheidung folgt aus § 91 ZPO, die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit aus § 709 Satz 1, Satz 2 ZPO.

36

Eine Kostenentscheidung zu Lasten des Klägers war nicht angezeigt. Zwar ist der ursprünglich gestellte Antrag dem Wortlaut nach unbeschränkt auf alle „Waren“ gerichtet und erfasst damit theoretisch alle von der Beklagten vertriebenen Produkte. Jedoch sind Unterlassungsanträge stets unter Berücksichtigung des mit der Klageschrift dargestellten Sachverhalts einschließlich der rechtlichen Begründung auszulegen (BGH WRP 2017, 1081 Rn. 11 - Komplettküchen). Vorliegend hat der Kläger in der Klageschrift allein zu Verstößen in Bezug auf Sonnenschirme sowie Bekleidungsstücke vorgetragen. Ein Vortrag zu fehlenden Informationen auch bei anderen bzw. bei allen anderen Produkten der Beklagten liegt nicht vor. Die rechtlichen Ausführungen erschöpfen sich ebenfalls in Angaben zu den konkret vorgetragenen Verletzungshandlungen bei Sonnenschirmen und Bekleidungsstücken. Schließlich kann auch nicht unberücksichtigt bleiben, dass der Kläger seinen Unterlassungsantrag in der Klageschrift gemäß § 61 Satz 1 GKG mit 25.000,- EUR beziffert hat. Das wäre bei Annahme einer Einbeziehung aller durch die Beklagte in Deutschland vertriebenen Waren ein sehr geringer, unpassender Streitwert. Die im Verhältnis hierzu geringe Streitwertangabe von 25.000,- EUR ist daher ein weiteres Indiz dafür, dass lediglich die Verletzungshandlungen in Bezug auf Sonnenschirme und Bekleidungsstücke den Streitgegenstand bilden sollen.

37

Die Antragsänderung im Schriftsatz vom 17.11.2017 (Bl. 38/43 d.A.) stellt daher eine kostenneutrale Klarstellung des bereits ursprünglich auf Sonnenschirme und Bekleidungsstücke beschränkten Klageantrags dar und keine Rücknahme eines ursprünglich auf alle Waren bezogenen Unterlassungsanspruchs.

C.

38

Der Streitwert war gemäß § 3 ZPO, § 63 GKG endgültig mit 25.000,- EUR festzusetzen.