

Titel:

Keine Haftung von Amazon für Marketplaceangebote vor Kenntnis der Verletzungshandlung

Normenketten:

LMIV Art. 14 Abs. 1

UWG § 3a

Leitsätze:

1. Eine Haftung von Amazon als Täterin für einen Verstoß eines Verkäufers auf dem Amazon-Marketplace gegen Art. 14 Abs. 1 LMIV kommt nicht in Betracht. (Rn. 20 – 23) (redaktioneller Leitsatz)

2. Eine Haftung von Amazon als Teilnehmerin für einen Verstoß eines Verkäufers auf dem Amazon-Marketplace gegen Art. 14 Abs. 1 LMIV kommt nicht in Betracht, solange der Verstoß nicht nach Kenntniserlangung fortbesteht. (Rn. 24) (redaktioneller Leitsatz)

Schlagworte:

Unterlassungsanspruch, Abmahnkosten, Verbraucher, Haftung, Verkauf, Internet, Anlage, Ordnungshaft, Anspruch, Berufungsverfahren, Bestellung, Lebensmittel, Zuwiderhandlung, unterlassen, kein Anspruch

Vorinstanz:

LG München I, End- und Teil-Endurteil vom 22.01.2019 – 33 O 19169/17

Rechtsmittelinstanz:

BGH Karlsruhe, Beschluss vom 24.09.2020 – I ZR 52/20

Fundstelle:

GRUR-RS 2020, 26484

Tenor

I. Die Berufung des Klägers gegen das Urteil des Landgerichts München I vom 22.01.2019, berichtigt durch Beschluss vom 07.03.2019, wird zurückgewiesen.

II. Der Kläger hat die Kosten des Berufungsverfahrens zu tragen.

III. Dieses Urteil und das Urteil des Landgerichts sind vorläufig vollstreckbar. Der Kläger kann die Vollstreckung durch Sicherheitsleistung in Höhe von 115% des vollstreckbaren Betrags abwenden, wenn nicht die Beklagte vor der Vollstreckung Sicherheit in Höhe von 115% des zu vollstreckenden Betrags leistet.

Tatbestand

I.

1

Der Kläger macht gegen die Beklagte einen auf Lauterkeitsrechtsrecht sowie auf UKlaG gestützten Unterlassungsanspruch wegen Verletzung lebensmittelrechtlicher Informationspflichten sowie die Erstattung von Abmahnkosten geltend.

2

Der Kläger ist der Dachverband der Verbraucherzentralen und weiterer verbraucher- und sozialorientierter Organisationen in Deutschland. Er ist in die Liste qualifizierter Einrichtungen nach § 4 UKlaG eingetragen.

3

Die Beklagte betreibt den sog. „A. .de Marketplace“, über welchen Drittunternehmen Produkte im eigenen Namen und auf eigene Rechnung zum Kauf anbieten. Hierfür übermitteln die Drittunternehmen an die Beklagte eine dem jeweiligen Produkt zugeordnete EAN (European Article Number), die Anzahl der vorrätigen Artikel sowie den geforderten Preis. Jeder Artikel, der über eine eigene GTIN (Global Trade Item Number), EAN, UPC (Universal Product Code), ISBN (Internationale Standardbuchnummer) oder eine

vergleichbare Produktkennzeichnung eindeutig identifizierbar ist, erhält automatisch eine sog. ASIN (A. Standard Identification Number). Zu jeder ASIN gibt es eine Produkt-Detailseite. Wird ein Artikel von mehreren Verkäufern angeboten, so werden diese auf der zur ASIN gehörenden (einheitlichen) Produkt-Detailseite nacheinander gelistet. Zur Vermeidung doppelter Angebote desselben Produktes können mehrere ASINs zusammengefasst werden.

4

Auf dem von der Beklagten betriebenen Marketplace wurde am 01.08.2017 das Produkt „B. Nudeln ‚Bu.‘ n.9, 500g“ wie nachfolgend wiedergegeben (vgl. Screenshots, Anlage K 1 [1/6] bis [3/6]) angeboten. Anschließend konnten die Verbraucher einen Bestellvorgang wie nachfolgend wiedergegeben (vgl. Screenshot Anlage K 1 [4/6]) einleiten, durchführen (vgl. Screenshot, Anlage K 1 [5/6] und abschließen (vgl. Screenshot, Anlage K 1 [6/6]):

(Vorgangsnummer EN 2020027217) Hinweis, beim BGH ist unter dem Aktenzeichen VI ZR 977/20 noch ein Rechtsmittelverfahren anhängig .

(Vorgangsnummer EN 2020027217) Hinweis, beim BGH ist unter dem Aktenzeichen VI ZR 977/20 noch ein Rechtsmittelverfahren anhängig .

(Vorgangsnummer EN 2020027217) Hinweis, beim BGH ist unter dem Aktenzeichen VI ZR 977/20 noch ein Rechtsmittelverfahren anhängig .



5

Weder in der Produktbeschreibung noch im weiteren Verlauf der Bestellung wurden die Verbraucher über die Zutaten des Produkts und die im Produkt enthaltenen Allergene informiert.



6

Die Teilnahmebedingungen der Beklagten für den Marketplace sehen vor, dass die Drittanbieter dafür Sorge tragen müssen, dass die Produkte und Angebote sämtlichen anwendbaren Rechtsvorschriften entsprechen.

7

Der Kläger mahnte die Beklagte mit Schreiben vom 04.07.2017 ab (Anlage K 3). Die Beklagte ließ die geltend gemachten Ansprüche durch die A. D. Services GmbH zurückweisen (Anlage K 4).

8

Der Kläger ist der Auffassung, aus Sicht der Verbraucher handele es sich bei den Produktinformationen nicht um solche der Verkäufer, sondern der Beklagten. Aus Sicht der Verbraucher übernehme die Beklagte für die Verkäufer auf ihrer Plattform die Produktpräsentation einschließlich ihres Inhalts. Der Kläger habe gegen die Beklagte einen Unterlassungsanspruch gemäß § 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 3, § 3a i.V.m. Art. 14 Abs. 1 lit a), Art. 9 Abs. 1 lit b) und c) i.V.m. Anhang II Nr. 1 LMIV. Die Beklagte mache sich die Angebote auf ihrer Plattform jedenfalls zu eigen, so dass eine Haftung nicht gemäß § 7 Abs. 2 TMG ausgeschlossen sei. Der Anspruch auf Ersatz der Abmahnkosten folge aus § 12 Abs. 1 Satz 2 UWG.

9

Die Beklagte wendet ein, sie sei schon nicht passivlegitimiert. Die Informationspflichten nach Art. 14 Abs. 1 lit. a) i.V.m. Art. 9 Abs. 1 LMIV träfen ausschließlich den „Anbieter“ von Lebensmitteln. Das streitgegenständliche Produkt sei aber nicht von der Beklagten, sondern ausschließlich von Drittanbietern auf dem Amazon.de Marketplace angeboten worden. Zudem erfolge die Produktpräsentation einschließlich der Produktbilder ausschließlich durch die Drittanbieter selbst. Die Beklagte mache sich die Produktbeschreibungen auch nicht zu eigen und nehme diese auch nicht vorab zur Kenntnis. Auch eine (hier nicht vorliegende) Zusammenlegung von ASINs könne daher unter keinem rechtlichen Gesichtspunkt zu einer Haftung der Beklagten führen. Die Tätigkeit der Beklagten beschränke sich darauf, einzelnen Drittanbietern den rechtlichen Zugang zu der technischen Infrastruktur zu vermitteln. Darüber hinaus übernehme die Beklagte auf Wunsch auch die Abwicklung der Bestellungen und die Lieferung. Das ändere aber nichts daran, dass der Drittanbieter im eigenen Namen und auf eigene Rechnung verkaufe und dementsprechend auch vollumfänglich für die Verkaufsangebote und die Produktbeschreibungen verantwortlich sei.

10

Das Landgericht hat die Klage -- die erstinstanzlich gestellten Sachanträge entsprachen den nunmehrigen Berufungsanträgen - mit Urteil vom 22.01.2019, berichtigt durch Beschluss vom 07.03.2019, auf dessen tatsächliche Feststellungen ergänzend Bezug genommen wird, vollumfänglich abgewiesen.

11

Gegen dieses Urteil wendet sich der Kläger mit seiner Berufung und beantragt,

das am 22. Januar 2019 verkündete und am 29. Januar 2019 zugestellte Urteil des Landgerichts München I zum Aktenzeichen 33 O 19169/17 abzuändern und

I. die Beklagte zu verurteilen, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 Euro, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, diese zu vollstrecken an dem gesetzlichen Vertreter, zu unterlassen, im Rahmen geschäftlicher Handlungen deutschen Verbrauchern im Internet vorverpackte Nudeln zum Kauf anzubieten, ohne die Verbraucher vor Abgabe von deren Vertragserklärung über die in dem Produkt enthaltenen Zutaten und/oder Allergene in deutscher Sprache zu informieren, wenn dies geschieht wie in Anlage K 1 abgebildet.

II. Die Beklagte zu verurteilen, an den Kläger 214,- Euro nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit Klageerhebung zu zahlen.

12

Die Beklagte beantragt, die Berufung zurückzuweisen.

13

Im Übrigen wird auf die im Berufungsverfahren gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen und auf das Protokoll der mündlichen Verhandlung vom 20.02.2020 Bezug genommen. II.

Entscheidungsgründe

II.

14

Die Berufung des Klägers ist zulässig, aber nicht begründet. Die Beklagte ist für den streitgegenständlichen Wettbewerbsverstoß nicht verantwortlich.

15

1. Dem Kläger steht der geltend gemachte Unterlassungsanspruch gegen die Beklagte nicht aus § 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 3, § 3a UWG i.V.m. Art. 14 Abs. 1 lit a), Art. 9 lit b) und c) i.V.m. Anhang II Nr. 1 LMIV zu.

16

a) Der Kläger ist gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG aktivlegitimiert.

17

b) Gemäß Art. 14 Abs. 1 lit a) LMIV müssen bei vorverpackten Lebensmitteln, die durch den Einsatz von Fernkommunikationstechniken zum Verkauf angeboten werden, verpflichtende Informationen über Lebensmittel vor dem Abschluss des Kaufvertrags verfügbar sein und auf dem Trägermaterial des

Fernabsatzgeschäfts erscheinen oder durch andere geeignete Mittel, die vom Lebensmittelunternehmer eindeutig anzugeben sind, bereitgestellt werden. Bei dem streitgegenständlichen Angebot der B. Nudeln ‚Bu.‘, somit einem vorverpackten Lebensmittel, waren die gemäß Art. 9 Abs. 1 lit b) LMIV verpflichtenden Informationen zu den Zutaten und die gemäß Art. 9 Abs. 1 lit c) LMIV verpflichtenden Informationen zu den Allergenen unstreitig vor Abschluss des Kaufvertrages nicht verfügbar, so dass ein Wettbewerbsverstoß gegeben ist.

18

c) Da Art. 14 Abs. 1 LMIV dem Schutz der Verbraucher dient, liegt auch eine Marktverhaltensregelung i.S.v. § 3a UWG vor.

19

d) Die Beklagte ist jedoch nicht passivlegitimiert.

20

aa) Eine täterschaftliche Haftung der Beklagten käme nur in Betracht, wenn diese Adressatin des Art. 14 Abs. 1 LMIV wäre (st. Rspr., vgl. BGH GRUR 2018, 438 Rn. 21 - Energieausweis m.w.N.). Dies ist jedoch nicht der Fall.

21

Adressat der Pflichten des Art. 14 Abs. 1 LMIV ist derjenige, der die vorverpackten Lebensmittel zum Verkauf anbietet, somit der Verkäufer (Voit/Grube, Lebensmittelinformationsverordnung, 2. Aufl. Rn. 11, 12). Ein den Verkauf vermittelndes Unternehmen käme höchstens dann als Adressat der Pflichten des Art. 14 Abs. 1 LMIV in Betracht, wenn dieses den Eindruck erwecken würde, dass es Verkäufer des Produkts sei und den Verkauf nicht nur vermittele (vgl. EuGH NJW 2017, 874 Rn. 41, 44 - Wathelet/Garage Bietheres & Fils).

22

Vorliegend ist die Beklagte aber nicht Verkäuferin des angebotenen Produkts und tritt auch nicht als solche auf. Für den Verbraucher ist vielmehr bei den streitgegenständlichen Angeboten deutlich erkennbar, dass das Produkt nicht von der Beklagten als Betreiberin des A. .de Marketplace, sondern von drei von dieser zu unterscheidenden Verkäufern angeboten wird. Aus den Screenshots Anlage K1 [1/6], [3/6] ist ersichtlich, dass bei Eingabe von „bucatini“ in das Suchfeld des von der Beklagten betriebenen Marketplace das Produkt erhältlich ist. Aus der Formulierung „Erhältlich bei diesen Anbietern“ wird deutlich, dass das Produkt nicht von der Beklagten selbst, sondern von bestimmten „Anbietern“ zum Verkauf angeboten wird. Die verschiedenen Anbieter des Produkts werden sodann dargestellt (Screenshot Anlage K 1 [4/6]) und der Verbraucher kann auswählen, ob und von welchem Anbieter er das Produkt erwerben will. Die Annahme, Verkäuferin des Produkts sei die Beklagte selbst, ist bei der vorliegenden Angebotsgestaltung fernliegend. Die Beklagte tritt als Marketplacebetreiberin vorliegend auch nicht als Miterbringerin der Leistung auf (vgl. dazu KG MMR 2017, 830 Rn. 28).

23

Entgegen der Auffassung des Klägers reicht es für eine Haftung der Beklagten nicht aus, wenn diese überhaupt ein Lebensmittelunternehmen betreibt. Bei der Beklagten mag es sich um ein Lebensmittelunternehmen nach Art. 2 Abs. 1 lit a) LMIV i.V.m. Art. 3 Nr. 2 VO (EG) Nr. 178/2002 handeln, da sie mit dem Vertrieb von Lebensmitteln zusammenhängende Tätigkeiten ausführt. Die Pflichten des Art. 14 LMIV treffen aber nicht jedes Lebensmittelunternehmen, sondern nur jeweils dasjenige, das vorverpackte Lebensmittel durch Einsatz von Fernkommunikationstechniken zum Verkauf anbietet, was die Beklagte - wie dargelegt - nicht getan hat.

24

bb) Die Beklagte haftet auch nicht als Teilnehmerin an dem Wettbewerbsverstoß der Anbieter. Eine Haftung als Teilnehmerin setzt zwar nicht voraus, dass die Beklagte Adressatin der Informationsverpflichtung ist (vgl. BGH GRUR 2018, 438 Rn. 21 - Energieausweis), jedoch Vorsatz in Bezug auf die Haupttat. Anhaltspunkte dafür, dass die Beklagte vor Zugang der Abmahnung von dem Wettbewerbsverstoß Kenntnis hatte, bestehen hier - anders als im vom KG entschiedenen Fall, auf den der Kläger Bezug genommen hat und in dem ein Online-Lieferdienst die Angaben seiner Lieferanten abgeschrieben hatte (vgl. KG MMR 2017, 830 Rn. 29) - nicht. Dass die Angebote nach Kenntnis von dem Wettbewerbsverstoß nicht entfernt worden seien, behauptet auch der Kläger nicht.

25

2. Der geltend gemachte Unterlassungsanspruch ergibt sich auch nicht aus § 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 3, § 3, § 5a Abs. 2 UWG, da die Beklagte auch insoweit nicht Adressatin der Informationsverpflichtung ist. Zu den wesentlichen Informationen gemäß § 5a Abs. 2 UWG gehören gemäß § 5a Abs. 4 UWG die Informationen nach der VO (EU) 1169/2011 (LMIV). Da aber die Beklagte gerade nicht Adressatin der Informationspflichten nach Art. 14 Abs. 1 LMIV ist, hat sie diese auch nicht gemäß § 5a Abs. 2 UWG vorenthalten.

26

3. Da die Beklagte die Marketplaceverkäufer in ihren Teilnahmebedingungen ausdrücklich darauf hinweist, dass sie in ihren Angeboten sämtlichen anwendbaren Rechtsvorschriften entsprechen müssen, liegt auch kein Verstoß gegen wettbewerbsrechtliche Verkehrspflichten gemäß § 3 Abs. 2 UWG vor.

27

4. Da die Beklagte nicht Adressatin der Pflichten des Art. 14 Abs. 1 LMIV ist, kann der Kläger den Unterlassungsanspruch auch nicht mit Erfolg auf § 2 UKlaG i.V.m. Art. 14 Abs. 1 LMIV stützen.

28

5. Da die vorliegend verletzten Informationspflichten des Art. 14 Abs. 1 LMIV nicht die Beklagte treffen, kommt es entgegen der Auffassung des Klägers auch nicht darauf an, ob die Beklagte sich die Produktinformationen vorliegend zu eigen gemacht hat und für diese daher gemäß § 7 Abs. 1 TMG nach den allgemeinen Gesetzen verantwortlich ist, oder es sich um fremde Informationen handelt, hinsichtlich derer die Beklagte sich auf die Haftungsprivilegierung gemäß § 7 Abs. 2, § 10 TMG berufen kann. Zwar weist der Kläger darauf hin, dass der Verbraucher die vorhandenen Produktinformationen der Beklagten zuordnen wird, da sie erkennbar nicht auf die einzelnen Verkaufsangebote bezogen sind, sondern auf alle Angebote zu dem Produkt auf dem Marketplace der Beklagten und sich auch aus der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs in den Entscheidungen Angebotsmanipulation bei A. (GRUR 2016, 936 ff.) und Herstellerpreisempfehlung bei Amazon (GRUR 2016, 961) nicht ergibt, dass die Beklagte für rechtsverletzende Angaben in den Produktinformationen gemäß § 7 Abs. 2 TMG nicht haftet. Vorliegend ist aber nicht ersichtlich, gegen welche sie treffenden Rechtspflichten die Beklagte in den Produktinformationen verstoßen haben soll, selbst wenn die Beklagte sich nicht auf die Haftungsprivilegierung gemäß § 7 Abs. 2, § 10 TMG berufen können sollte. Insbesondere liegt anders als etwa bei dem der Entscheidung Herstellerpreisempfehlung bei Amazon (GRUR 2016, 961) zugrundeliegenden Sachverhalt keine Irreführung der Verbraucher durch Fehlinformationen vor.

29

6. Da die Abmahnung nicht berechtigt war, besteht auch kein Anspruch gemäß § 12 Abs. 1 Satz 2 UWG auf Ersatz der Abmahnkosten.

III. Zu den Nebenentscheidungen:

30

1. Die Entscheidung über die Kosten beruht auf § 97 Abs. 1 ZPO.

31

2. Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit beruht auf § 708 Nr. 10, § 711 ZPO.

32

3. Die Revision ist nicht zuzulassen. Die Rechtssache hat keine grundsätzliche Bedeutung (§ 543 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 ZPO) und auch die Voraussetzungen des § 543 Abs. 2 Satz 1 Nr. 2 ZPO liegen nicht vor.