

NETWORK-KARRIERE

Europas größte Wirtschafts-Zeitung für den Direktvertrieb



„Man muss auch im Fußball ganzheitlich denken“

Titel-Story mit Roland Eitel, dem Presseemann hinter Klinsmann, Löw und Özil



Dirk Ulaszewski:
Der Emmi-Club-Macher wird zum Geschäftsführer berufen



Bruce Willis:
Hollywood-Star verlängert Zusammenarbeit mit LR Health & Beauty Systems



Brigitte Koch:
Frauen-Power bei BEMER: Erfolg muss auch weiblich sein



Andreas Binninger:
Ein Apotheker geht andere Wege: Zurück zur Natur



Alexander Plath:
Der Anzug im Business – Auslaufmodell oder unverzichtbar?

Tun Sie sich was Gutes, lesen Sie was Gutes: Die Network-Karriere.



Pflichtangaben im Online-Shop

Was sind wesentliche Warenmerkmale?

Das OLG Hamburg hat mit Beschluss vom 13.08.2014 (Az. 5 W 14/14) zu der Frage Stellung genommen, wie die wesentlichen Merkmale einer Ware bei Fernabsatzverträgen im elektronischen Geschäftsverkehr zu bestimmen sind.

Das OLG Hamburg hatte sich im Rahmen eines Eilverfahrens mit den Anforderungen an die Beschreibung der angebotenen Produkte im Fernabsatz zu befassen. Der betroffene Händler betrieb einen Online-Shop, in dem er unter anderem Sonnenschirme und das entsprechende Zubehör verkaufte. Als Anbieter von Waren im elektronischen Geschäftsverkehr war er somit verpflichtet, den Verbraucher bei Vertragsschluss über die wesentlichen Merkmale der Ware zu informieren. Die Antragsgegnerin, eine Mitbewerberin des Händlers, war der Ansicht, die Angaben des Händlers seien nicht ausreichend, und machte einen entsprechenden Unterlassungsanspruch vor dem Landgericht Hamburg geltend. Nach Ansicht des Landgerichts genügten die von dem Händler bereitgestellten Informationen jedoch den gesetzlichen Anforderungen. Gegen diese Entscheidung wandte sich die Antragsstellerin im Folgenden erfolgreich an das OLG Hamburg.

In seinem Beschluss stellte das OLG Hamburg zunächst klar, dass ein Online-Händler seiner Informationspflicht nur durch solche Angaben gerecht werden kann, die im Verlauf des Bestellvorgangs selbst, d. h. unmittelbar bevor der Verbraucher seine Bestellung abgibt, angezeigt werden. Weitere Informationen zum Beispiel auf der Produktübersicht seien dagegen nicht ausreichend. In dem zu entscheidenden Fall hatte der Verkäufer an dieser, allein relevanten Stelle den Namen des Produkts, den Preis, die Lieferzeit sowie Maße, Form und Farbe des Sonnenschirms angegeben. Nach Ansicht des Oberlandesgerichts ist der Name selbst jedoch kein we-



sentliches Merkmal des Produkts, während die Angabe von Preis und Lieferzeit aufgrund einer eigenen gesetzlichen Verpflichtung erfolge. Maße, Form und Farbe beschrieben die wesentlichen Merkmale des Sonnenschirms im Übrigen nur unzureichend.

Das Gericht führte in diesem Zusammenhang aus, dass die Beantwortung der Frage, welches die wesentlichen Merkmale einer Ware seien, einer wertenden Betrachtung im Einzelfall bedarf. Die Bestimmung könne hierbei auch davon abhängen, wie detailliert der Anbieter selbst seine Ware an anderer Stelle in dem Online-Shop beschreibe. So habe der Verkäufer in der Produktbeschreibung unter anderem ausgeführt, der Stoff des Sonnenschirms bestehe zu 100 Prozent aus Polyester, sei wetterfest, verrottungsfrei, lichtecht und stark wasserabstoßend. Er hatte zudem darauf hingewiesen, dass das Gestell aus einem sehr stabilen, pulverbeschichteten, anthrazitgrauen Aluminium bestehe. Neben den Abmessungen habe der Verkäufer außerdem auf den „exzellenten Lichtschutz“ und den Lichtschutzfaktor hingewiesen. Nach Ansicht des Gerichts lasse

diese Produktbeschreibung verlässlichen Rückschluss darauf zu, welche Merkmale der Ware zumindest der Verkäufer selbst für wesentlich gehalten habe.

Die im Rahmen des Bestellvorgangs eingeblendeten Informationen zu Maße, Form und Farbe des Sonnenschirms seien dagegen „relativ farblos“ gewesen. Auch aus Sicht der angesprochenen Verkehrskreise stellten Merkmale wie das Material des Bezugsstoffs und des Gestells wesentliche Entscheidungsfaktoren für den Kauf dar, weil von diesen unter anderem die Haltbarkeit des Produkts, die Regenbeständigkeit, die Leichtigkeit des Transports und die Standicherheit abhängig seien.

Eine abschließende Bestimmung dessen, welches die wesentlichen Merkmale eines bzw. dieses Sonnenschirms im Einzelnen sind, hat das Gericht jedoch nicht vorgenommen. Es hat sich stattdessen in seinem Beschluss auf die von der Antragsstellerin konkret genannten drei Punkte beschränkt. So seien jedenfalls diese Merkmale, nämlich das Material des Gestells, der Stoff und das Gewicht wesentliche Merkmale des angebotenen Sonnenschirms.

Das Gericht betonte in seinem Beschluss aber zugleich, dass diese Begrenzung aus rein prozesualen Gründen erfolge und dies nicht bedeute, dass sich die wesentlichen Merkmale eines Sonnenschirms notwendigerweise auf diese Informationen beschränkten. Der Einwand des Verkäufers, im Rahmen des Bestellvorgangs seien die Merkmale nicht „bis ins kleinste Detail“ zu wiederholen, könne im Übrigen grundsätzlich durchaus greifen.

Abschließend ist darauf hinzuweisen, dass durch das Umsetzungsgesetz zur EU-Verbraucherrechte-Richtlinie die gesetzlichen Regelungen, die Grundlage der Entscheidung des OLG Hamburg waren, zum 13.06.2014 teilweise abgeändert wurden. So stellt der Gesetzgeber statt auf die „wesentlichen Merkmale“ nunmehr auf die „wesentlichen Eigenschaften“ der Waren und Dienstleistungen ab. Darüber hinaus sind die Informationen „in dem für das Kommunikationsmittel und für die Waren und Dienstleistungen angemessenen Umfang“ anzugeben. Es bleibt abzuwarten, ob und welchen Einfluss diese Modifikationen auf die weitere Rechtspre-

chung in diesem Bereich haben werden.

Die Rechtslage im Überblick

Welche Gesichtspunkte sind unter Berücksichtigung der obigen Entscheidung bei der Angabe der wesentlichen Merkmale bzw. Eigenschaften von Waren und Dienstleistungen bei Fernabsatzverträgen im elektronischen Geschäftsverkehr zu beachten?

- Die Angaben müssen auf der Bestellübersicht, d. h. unmittelbar vor Abschluss des Bestellvorgangs erfolgen. Die Beschreibung an anderer Stelle, wie zum Beispiel in der Produktübersicht, ist nicht ausreichend.
- Es gibt keine allgemeine Antwort darauf, was die wesentlichen Merkmale bzw. Eigenschaften sind. Die Bestimmung erfolgt vielmehr anhand der konkreten Umstände des Einzelfalls. Wesentlich ist dabei jedenfalls das, was für die angesprochenen Kundenkreise kaufrelevant sein kann.
- Die Entscheidung kann mithin auch davon abhängen, wie detailliert die Waren im Übrigen in dem Online-Shop beschrieben werden. Denn diese Infor-

mationen können Rückschluss darauf zulassen, welche Merkmale bzw. Eigenschaften der Ware zumindest der Anbieter selbst für wesentlich hält. Es sind dabei allerdings auch nicht zwingend alle zuvor angegebenen Details zu wiederholen. Zumal große Weitschweifigkeit zudem das Risiko unzulässiger Unübersichtlichkeit birgt.

- Die Informationen müssen klar, verständlich und in hervorgehobener Weise zur Verfügung gestellt werden.
- Die gesetzlichen Grundlagen finden sich seit 13.06.2014 in § 312j Abs. 2 BGB und Art. 246 § 1 Abs. 1 Nr. 1 EGBGB.

Zur Person



Dr. Nathalie Mahmoudi ist Fachanwältin für gewerblichen Rechtsschutz und Partnerin der im Jahr 2005 gegründeten Kanzlei Dr. Mahmoudi & Partner Rechtsanwältinnen. Die Kanzlei berät sowohl Network-Marketing-Unternehmen als auch Netwerker umfassend zu allen Rechtsfragen, ohne den Blick für die wirtschaftlich sinnvolle Lösung zu verlieren.

Mahmoudi begleitet regelmäßig erfolgreich die Gründung neuer Unternehmen und blickt auf eine internationale Ausbildung in den USA, Spanien und Deutschland zurück.

Berufserfahrung sammelte sie bei Linklaters, Oppenhoff & Rädler, beim WDR sowie bei Murchison & Cumming (Los Angeles, USA).

www.mahmoudi-rechtsanwaeltin.de

Anzeige

Die gesamte Ausgabe können Sie jederzeit direkt im Onlineshop bestellen:
www.network-karriere.com